

## **Faktor Penentu dan Kepuasan Pelancong terhadap Destinasi Pelancongan Pulau Kapas**

### *Determinant Factors and Tourist Satisfaction Towards Pulau Kapas Tourism Destination*

Zarul Azhar Nasir  
Norlida Hanim Mohd Salleh  
Redzuan Othman  
Pusat Pengajian Ekonomi  
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan  
Universiti Kebangsaan Malaysia

Fatimah Kari  
Fakulti Ekonomi dan Pertadbiran  
Universiti Malaya

#### **ABSTRAK**

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti perkhidmatan yang mempengaruhi kepuasan pelancong dan menganggarkan indeks kepuasan mereka terhadap destinasi percutian di Taman Laut Pulau Kapas (TLPK). Untuk tujuan tersebut satu kajian soal selidik dilapangan telah dilakukan pada Oktober 2010. Sejumlah 46 pembolehubah yang berkaitan dengan perkhidmatan dan imej destinasi telah diajukan kepada pelancong untuk mendapatkan pandangan tentang kepuasan mereka. Selain itu maklumat berkaitan profil demografi pelancong turut diperolehi. Maklumat kajian lapangan ini dianalisis menggunakan beberapa pakej komputer seperti *Statistics Package for Social Science* (SPSS 19.0) dan AMOS (5.0). Setelah menjalankan ujian analisis faktor terhadap 46 pembolehubah perkhidmatan, didapati 18 pembolehubah telah dikelaskan kepada 4 kategori yang sesuai digunakan di dalam model kepuasan pelancong iaitu i) kepelbagaian produk pelancongan ii) kemudahan sokongan iii) keseluruhan perjalanan dan iv) tahap keselamatan. Berdasarkan keputusan kajian, didapati bahawa pembolehubah yang paling mempengaruhi kepuasan pelancong atau berkorelasi tinggi adalah kemudahan sokongan (0.90) diikuti oleh tahap keselamatan (0.87), keseluruhan perjalanan (0.82) dan kepelbagaian produk pelancongan (0.81). Daripada keseluruhan model didapati nilai R-squared adalah 0.65 yang bermaksud 65 peratus kepuasan pelancong dapat diterangkan atau disebabkan oleh keempat-empat kategori perkhidmatan yang dinyatakan. Manakala, daripada segi pengukuran indeks kepuasan keseluruhan pelancong terhadap TLPK pula, nilai indeks kepuasan pelancong di TLPK dianggarkan berada pada tahap 63.05 peratus iaitu boleh dikelaskan pada tahap sederhana.

Kata kunci: Faktor Penentu, Indeks Kepuasan, Taman Laut Pulau Kapas, Faktor Analisis

#### **ABSTRACT**

*The objectives of this research are to identify services that affecting tourists' satisfaction and to estimate their satisfaction index at Pulau Kapas Marine Park (TLPK) holiday destination. For that purpose a set of questionnaire was distributed to tourists visiting TLPK in October 2010. A sum of 46 variables related to services and the image of destination were proposed to tourists to get their feedback about their satisfaction. Besides that, information about demographic profiles of tourists are also obtained. Information from this study was analysed using two computer packages namely Statistical Package for Social Science (SPSS 19.0) and AMOS (5.0). After conducting the factor analysis test on 46 variables, only 18 variables which can be classified into 4 categories that can be used in regression model to estimate tourist satisfaction. The 4 service categories are i) diversification of tourism products ii) supporting services iii) overall trip and iv) level of safety. Results from this research show that the most significant variable affecting tourist satisfaction or with high correlation value is supporting services (0.90), followed by level of safety (0.87), overall trip (0.868) and diversification of tourism products (0.854). For the overall model, the R-squared value is 65 which means 65 percent of the tourist satisfaction is due to these four service categories mentioned. With respect to the satisfaction index, this study found that the index is at 63.05 percent which can be regarded as at moderate level.*

*Keywords: Factor Determinants, Satisfaction Index, Kapas Island Marine Park, Factor Analysis.*

## PENGENALAN

Dalam tempoh lebih lima dekad yang lalu, ekonomi Malaysia telah berkembang pesat dan telah berjaya mengubah negara daripada sebuah negara berpendapatan rendah kepada negara berpendapatan sederhana tinggi. Perkembangan signifikan ini seharusnya boleh menempatkan Malaysia sebagai sebuah negara berpendapatan tinggi menjelang tahun 2020. Bagaimanapun, krisis ekonomi serantau pada 1997/1998 dilihat telah merencatkan perkembangan positif ini sekaligus menyebabkan Malaysia terperangkap dalam pendapatan kelas menengah selama hampir 15 tahun (Noor Azlan Ghazali, 2010). Untuk melonjakkan semula pretasi negara, Malaysia memerlukan satu model baru ekonomi untuk mentransformasikan ekonomi negara agar dapat keluar daripada perangkap ini dan seterusnya mencapai status negara maju menjelang 2020.

Untuk tujuan tersebut, Rancangan Malaysia Kesepuluh (RMKe-10) 2011-2015 menyediakan asas yang kukuh untuk menggerakkan negara kearah ekonomi berpendapatan tinggi. Sebagai penggerak kepada model baru ekonomi, RMKe-10 mencartakan pendekatan dasar dan strategi baru serta program pembangunan negara kearah menjadikan negara sebuah ekonomi berpendapatan tinggi berteraskan keterangkuman dan kemampanan sektor tertentu. Antara strategi baru yang diperkenalkan adalah dengan mewujudkan pengkhususan disektor-sektor negara yang mempunyai lebih bersaing. Selaras dengan pendekatan ini, RMKe-10 memberi tumpuan kepada pembangunan 12 Bidang Ekonomi Utama Negara (NKEA). Antara sektor yang diberikan tumpuan termasuklah sektor pelancongan yang dilihat sangat berpotensi untuk dibangunkan sebagai salah satu pendorong utama di dalam perkembangan ekonomi negara.

Pemilihan ini adalah ekoran daripada peranan yang besar yang dimainkan oleh sektor ini dalam merangsangkan ekonomi Malaysia dalam tempoh 2006 hingga 2009 dimana sektor ini menyumbang RM53.4 bilion kepada pendapatan negara melalui kemasukan 23.6 juta pelancong selain membuka peluang pekerjaan kepada 1.7 juta penduduk tempatan. Sektor pelancongan juga merupakan penyumbang kedua terbesar selepas perkilangan dari segi pertukaran wang asing dan menyumbang 9 peratus kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) pada tahun 2009. Malaysia pada masa kini berada di kedudukan ke-16 dari segi pendapatan pelancongan dan menguasai hampir 2% daripada syer pasaran global pada tahun 2008. Ini adalah bukti sektor pelancongan begitu penting dan signifikan dalam usaha Malaysia melakukan transformasi untuk keluar daripada perangkap ekonomi kelas pertengahan atas ini kearah menjadi sebuah negara berpendapatan tinggi.

Dalam usaha menjadikan sektor pelancongan ini sebagai sektor penting sebagai peneraju ekonomi negara, beberapa isu perlu difikirkan termasuk keperluan membangunkan produk pelancongan yang menarik dan lestari, menambah baik penyelenggaraan kawasan pelancongan sedia ada dan membina infrastruktur dan kemudahan untuk keselesaan pelancong. Ini selaras dengan pandangan Murphy (1985) dimana pembangunan pelancongan harus menemui keseimbangan keperluan antara residen (individu dan peniaga) dan pelancong. Pihak bertanggungjawab harus mengenal pasti sebab utama yang boleh menarik kedatangan pelancong ke Malaysia sekaligus membolehkan sektor pelancongan mencapai matlamat sebagai sektor utama penyumbang kepada pendapatan negara.

Dalam kajian yang dijalankan oleh Patricia et.al (2006), didapati bahawa kepuasan pelancong adalah merupakan penentu kesetiaan terhadap destinasi pelancongan. Kajian ini juga menyimpulkan bahawa semakin tinggi tahap kepuasan semakin tinggi kemungkinan lawatan berulang pada masa akan datang dan kesanggupan untuk mencadangkan kepada pelancong lain. Pandangan ini juga disokong oleh Alegre Joaquin and Garau Jaume (2009) melalui kajian mereka yang membuktikan bahawa kedua-dua keseluruhan kepuasan dan bilangan lawatan terdahulu mempunyai kesan positif keatas niat pelancong untuk melawat semula. Namun faktor penentu utama niat pelancong untuk datang semula adalah kepuasan pelancong. Jadi, kepuasan dilihat sebagai antara faktor utama yang mempengaruhi kedatangan pelancong ke sesuatu destinasi pelancongan. Terdapat juga faktor-faktor ekonomi dan bukan ekonomi yang mempengaruhi kedatangan pelancong ke sesuatu destinasi pelancongan seperti tujuan pelancongan dilakukan, daya tarikan kawasan yang dilawati, faktor-faktor ekonomi, jarak, promosi dan sebagainya (Kulendran dan Witt, 2000; Lim dan McAleer, 2001; Salman, 2003; Lim, 2004; Dritsakis, 2004; Toh, et. al., 2006; Redzuan dan Norlida, 2006; dan Norlida, 2007, 2008). Namun, seperti dinyatakan diawal perbincangan, kepuasan pelancong didestinasikan pelancongan juga tidak terkecuali menjadi antara faktor yang merangsang ketibaan pelancong. Faktor kepuasan ini sebenarnya sering menjadi pertimbangan penting dalam bidang perniagaan (Alexander Hill, 2000). Kini kerap digunakan dalam kajian pelancongan.

Kajian ini turut menggunakan konsep yang sama iaitu menganalisis kepuasan pelancong

terhadap destinasi pelancongan di Taman Laut Pulau Kapas (TLPK). Dengan lebih terperinci, kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti perkhidmatan yang mempengaruhi kepuasan pelancong dan menganggarkan indeks kepuasan mereka terhadap destinasi percutian TLPK. Dengan mengetahui faktor dan indeks kepuasan pelancong ini penambahbaikan mutu dan perkhidmatan serta imej destinasi pelancongan di TLPK dapat disarankan. Usaha ini diharap dapat melestarikan destinasi percutiaan ini pada masa akan datang.

## SOROTAN KAJIAN LEPAS

Pelbagai kajian telah dijalankan untuk mengkaji persoalan berkaitan dengan kepuasan pelancong. Ini kerana kepuasan pelancong merupakan faktor paling dominan dalam mempengaruhi kedatangan pelancong ke sesebuah destinasi pelancongan. Kajian yang dijalankan oleh [Patricia et.al \(2006\)](#) mendapati bahawa kepuasan pelancong merupakan penentu kesetiaan terhadap destinasi pelancongan. Dengan menggunakan kaedah *Structural Equation Modelling* (SEM), kajian ini menyimpulkan bahawa semakin tinggi tahap kepuasan semakin tinggi kemungkinan lawatan ulangan pada masa akan datang dan kesanggupan untuk mencadangkan kepada pelancong lain.

[Kozak \(2000\)](#) dalam kajiannya mengenalpasti faktor penentu kepada kepuasan pelancong dikalangan pelancong British dan Jerman. Antara faktor tersebut termasuk perkhidmatan, pengangkutan tempatan, kebersihan, layanan pelanggan, kemudahan, tingkat harga, bahasa pertuturan dan perkhidmatan kapal terbang. Kesimpulannya mendapati pelancong British adalah lebih mudah berpuas hati berbanding kumpulan pelancong Jerman. Ini bermakna kemudahan yang sama juga akan mewujudkan perbezaan kepuasan di kalangan pelancong.

[Joaquin dan Magdalena \(2009\)](#) pula menganalisis kesan bilangan lawatan terdahulu dan keseluruhan kepuasan pelancong ke atas niat pelancong untuk melawat semula tempat tersebut. Hasil kajian menunjukkan bahawa kedua-dua keseluruhan kepuasan dan bilangan lawatan terdahulu mempunyai kesan positif keatas niat pelancong untuk melawat semula. Namun faktor penentu utama niat pelancong untuk datang semula adalah kepuasan pelancong. Kajian ini juga mendapati terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan seperti motivasi dan nisbah harga-kualiti.

[John dan Damiannah \(2003\)](#) telah menjalankan kajian kes di Tsavo West National Park, Kenya. Beberapa sebab yang dikenalpasti mempengaruhi kemerosotan jumlah pelancong ialah kemerosotan kualiti produk pelancongan di taman hidupan liar, keadaan keselamatan yang rendah dalam negara dan infrastruktur yang kurang. Faktor-faktor ini didapati menjejaskan kepuasan hati para pelancong menyebabkan mereka tidak berminat untuk kembali melancong di tempat yang sama sekali lagi.

Dalam kajian di Hong Kong oleh [James dan Law \(2003\)](#) mendapati bahawa terdapat perbezaan yang ketara dalam kepuasan hati pelancong mengikut kumpulan. Hasil kajian menunjukkan kumpulan pelancong daripada Barat lebih mudah berpuashati berbanding kumpulan pelancong daripada negara Asia. Sekiranya ini berterusan, ia akan memberi implikasi buruk kepada industri pelancongan Hong Kong. Oleh itu pengkaji mencadangkan supaya penjual lebih peka terhadap perbezaan nasional dan menawarkan perkhidmatan yang bertaraf tinggi kepada semua kumpulan pelancong.

[Zulkifli Ibrahim et. al. \(2009\)](#) dalam kajian terhadap pelancong Arab ke Malaysia pula mendapati kebanyakan pelancong kurang berpuashati kerana kesukaran berkomunikasi. Ini kerana kebanyakan pelancong Arab tidak boleh berkomunikasi dalam bahasa Inggeris. Justeru pengkaji mencadangkan supaya setiap hotel mengupah pekerja yang mampu bertutur bahasa Arab. Ini akan meningkatkan kepuasan hati pelancong dan kemungkinan lawatan semula ke hotel tersebut.

## OBJEKTIF DAN METODOLOGI KAJIAN

### Objektif kajian

Kajian ini secara umum ingin mengkaji tahap kepuasan pelancong di TLPK dan secara khusus adalah untuk :

1. Menenalpasti faktor penentu yang mempengaruhi kepuasan pelancongan.
2. Menganggarkan nilai keseluruhan kepuasan pelancong.

## Metodologi kajian

Kajian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui soal selidik daripada pelancong yang melancong ke TLPK. Temubual dijalankan adalah secara rawak yang melibatkan 193 responden pada Oktober 2010. Sejumlah 46 pembolehubah yang berkaitan dengan perkhidmatan telah dikemukakan kepada pelancong untuk mendapatkan tindakbalas yang mempamerkan kepuasan mereka yang diukur menggunakan skala likert 1-6 (1-sangat tidak memuaskan dan 6 sangat memuaskan). Faktor sosial demografi turut diperoleh daripada kajian ini. Perkhidmatan ini dikelompokkan kepada tujuh kategori perkhidmatan utama iaitu: i) keseluruhan perjalanan, ii) kebersihan, iii) imej destinasi, iv) kepelbagaian produk pelancongan, v) infrastruktur, vi) kemudahan sokongan dan vii) tahap keselamatan.

Bagi mengenalpasti perkhidmatan yang mempengaruhi kepuasan pelancong iaitu mencapai objektif (1) kaedah *Structural Equation Modeling* (SEM) daripada pakej komputer *Program Analysis Moment of Structural* (AMOS 5.0) digunakan. Pakej komputer AMOS 5.0 ini digunakan kerana kelebihan yang dimilikinya berbanding pakej komputer yang lain. Antara kelebihan pakej ini ialah dapat memaparkan output dalam bentuk grafik atau kerangka model beserta keputusan analisis yang memudahkan pemahaman. Selain daripada itu pakej ini juga dapat menghubungkan banyak pembolehubah bersandar dan tidak bersandar dalam satu kerangka penyelidikan.

Sementara bagi mencapai objektif (2) iaitu menganggarkan nilai kepuasan pelancong pula analisis min (mean) digunakan disamping pembangunan indeks kepuasan keseluruhan pelancong (IKKP) seperti rumus (1) di bawah. Indeks ini mengambil nilai jarak 1 ke 100 bagi memudahkan perbincangan kepuasan secara keseluruhan dilakukan.

$$IKKP = 99 \left[ \frac{S - MIN}{MAX - MIN} \right] + 1 \quad \text{--- (1)}$$

Dengan S ialah nilai min (mean) keseluruhan kepuasan, MIN ialah nilai minimum dan MAX adalah nilai tertinggi daripada pembolehubah. Nilai kepuasan terendah adalah 1 manakala nilai kepuasan tertinggi adalah 100. Jika nilai indeks adalah tinggi maka tahap keseluruhan kepuasan adalah tinggi dan sebaliknya iaitu jika nilai indeks keseluruhan kepuasan pelancong bernilai rendah maka tahap keseluruhan kepuasan pelancong adalah rendah (Alegre Joaquin and Garau Jaume, 2009).

## HASIL KAJIAN

Bahagian ini membincangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelancong dan juga nilai indeks kepuasan keseluruhan pelancong yang berkunjung ke TLPK.

### Perkhidmatan yang mempengaruhi kepuasan pelancongan.

Bagi mencapai objektif pertama kajian, kaedah SEM dengan pakej komputer AMOS 5.0 telah mengklasifikasikan semula kesemua (7) perkhidmatan utama dengan 46 pembolehubah kepada hanya 4 kategori perkhidmatan dengan 18 pembolehubah yang sesuai digunakan di dalam model kepuasan pelancong. Perkhidmatan tersebut adalah: i) kepelbagaian produk pelancongan ii) kemudahan sokongan iii) keseluruhan perjalanan iv) tahap keselamatan.

Model yang dibangunkan ini terlebih dahulu dinilai kebolegunaannya melalui ujian pengenalanpastian nilai ekstrem dan kenormalan taburan. Ujian mendapati kesemua nilai berada dalam skala yang boleh diterima iaitu diantara -1 hingga 1, ini menunjukkan taburan data adalah normal dan tiada nilai ekstrem yang wujud (Hair et. al, 1995). Kebagusan model juga diuji melalui beberapa ujian lain iaitu *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) dimana didapati tidak wujud masalah taburan data tidak normal yang serius didalam model yang diguna pakai memandangkan nilai RMSEA 0.073 adalah lebih kecil daripada nilai 0.1. Keputusan ini selari dengan ujian kenormalan taburan data yang telah diuji. Ujian *Root Mean Square Residual* (RMR) memperoleh nilai 0.089 hampir dengan nilai model yang baik iaitu sifar, Ujian *Goodness of Fit Index* (GFI), 0.865 adalah baik kerana berada kurang daripada nilai 1 dan ujian *Comparative Fit Index* (CFI), 0.945 berada dalam skala model yang baik iaitu antara 1 hingga 0, nilai yang lebih hampir kepada 1 adalah lebih baik (Joreskog&Sorbon, 1986).

Dengan menggunakan model *Maximum Likelihood Estimates* dari pakej AMOS 5.0 pula didapati model kepuasan pelancong adalah seperti ditunjukkan oleh RAJAH 1. Berdasarkan rajah tersebut didapati bahawa pembolehubah yang paling mempengaruhi kepuasan pelancong atau

berkorelasi yang tinggi adalah kemudahan sokongan (0.90) diikuti oleh tahap keselamatan (0.87), keseluruhan perjalanan (0.82) dan kepelbagaian produk pelancongan (0.81). Daripada keseluruhan model didapati nilai R-squared adalah 0.65 yang bermaksud 65 peratus kepuasan pelancong dapat diterangkan atau disebabkan oleh keempat empat kategori perkhidmatan utama yang dinyatakan.

Kemudahan sokongan diwakili oleh beberapa faktor dengan faktor yang paling mempengaruhinya adalah layanan yang cepat oleh kakitangan di kaunter pertanyaan dengan kekuatan pengaruh 0.86 diikuti dengan kesediaan kakitangan membantu (0.83), kakitangan tidak terlalu sibuk untuk melayan pertanyaan pelancong (0.82), kakitangan berpengetahuan untuk membantu (0.80) dan kemudahan tandas awam yang disediakan di TLPK (0.56).

Bagi perkhidmatan utama tahap keselamatan pula, pembolehubah yang mewakilinya berdasarkan kekuatan pengaruh adalah kekerapan pemantauan yang dijalankan oleh penguatkuasa (0.91), tahap keselamatan keseluruhan (0.86), kawalan pada keseluruhan aktiviti yang dijalankan (0.84) dan bilangan penguatkuasa yang bertugas (0.76).

Keseluruhan perjalanan pula diwakili oleh lima faktor lain yang mana kemudahan penginapan yang disediakan dan aktiviti rekreasi menjadi faktor paling mempengaruhi berdasarkan kekuatan pengaruh yang sama 0.83. Ini diikuti dengan faktor hiburan yang ada di TLPK iaitu dengan kekuatan pengaruh 0.75 diikuti dua faktor lain yang mempunyai kekuatan pengaruh yang sama iaitu 0.74, kemudahan pengangkutan dan makanan dan minuman.

Kepelbagaian produk pula diwakili oleh faktor keindahan alam semulajadi dengan kekuatan pengaruh 0.89 diikuti dengan peluang merehatkan minda yang disediakan oleh TLPK (0.82), aktiviti snorkeling (0.75) dan penyediaan aktiviti dan kemudahan sukan dan rekreasi (0.71).

### Nilai kepuasan pelancong

Bagi mencapai objektif kedua kajian, kesemua data asal daripada soal selidik yang mengandungi 7 perkhidmatan utama dengan 46 pembolehubah digunakan. Ini bagi memastikan nilai indeks yang diperoleh dapat menggambarkan kepuasan sebenar pelancong yang berkunjung ke TLPK.

Berdasarkan analisis purata kepuasan pelancong terhadap kualiti perkhidmatan dan imej destinasi di TLPK didapati kepuasan pelancong secara puratanya bernilai antara 3.90-4.50. Mengikut keutamaan, pelancong sangat berpuashati dengan imej destinasi, diikuti oleh kepelbagaian produk yang ditawarkan, tahap keselamatan, infrastruktur, kemudahan sokongan, kebersihan dan keseluruhan perjalanan seperti yang ditunjukkan di dalam JADUAL 1.

Analisis ini juga menunjukkan secara terperinci nilai purata kepuasan pelancong bagi setiap perkhidmatan yang berada dibawah sub-kualiti perkhidmatan seperti di dalam JADUAL 2. Bagi imej destinasi, pelancong sangat berpuas hati dengan suasana pulau yang aman dan damai, diikuti pantai yang indah dan bersih serta keaslian flora dan fauna di daratan. Ini merupakan antara ciri unik yang ada di TLPK yang menarik kedatangan pelancong. Pelancong sangat berpuashati dengan produk yang ditawarkan terutamanya peluang untuk merehatkan minda diikuti produk alam semulajadi seperti pantai dan taman laut serta snorkling.

Bagi tahap keselamatan, pelancong sangat berpuashati dengan tahap keselamatan yang baik yang disediakan selain kekerapan pemantauan dan bilangan penguatkuasa yang ditingkatkan. Dapat juga dilihat bagi perkhidmatan infrastruktur, pelancong paling berpuashati dengan perkhidmatan jeti diikuti kemudahan tempat solat dan sistem telekomunikasi.

Diantara perkhidmatan kemudahan sokongan yang terdapat di TLPK, pelancong sangat berpuashati bagi peruntukan perkhidmatan yang mencukupi diikuti pekerja tidak sibuk untuk melayan pertanyaan pelancong dan kesediaan kakitangan mendengar dan menyediakan penerangan yang betul dan tepat manakala bagi perkhidmatan kebersihan pula pelancong paling berpuashati dengan kebersihan di kawasan destinasi pelancongan diikuti di restoran serta gerai makan dan dikawasan awam.

Bagi perkhidmatan perjalanan keseluruhan pula, pelancong paling berpuas hati dengan kemudahan pengangkutan yang disediakan diikuti penginapan dan rekreasi.

Berdasarkan analisis purata bagi setiap perkhidmatan diatas maka purata keseluruhan kepuasan dihitung untuk menganggarkan indeks keseluruhan kepuasan pelancong bagi TLPK. Penganggaran indeks tersebut adalah seperti ditunjukkan dibawah.

$$IKKP \text{ TLPK} = 63.05 = 99 \left[ \frac{4.1339 - 1}{6.00 - 1.00} \right] + 1 \quad \text{--- (2)}$$

Nilai indeks keseluruhan kepuasan yang dihitung adalah seperti yang ditunjukkan di dalam

JADUAL 3. Nilai indeks yang diperoleh bagi TLPK adalah 63.05% iaitu berdasarkan jarak skala daripada 0 hingga 100. Secara keseluruhannya pelancong berpuas hati namun pada tahap yang sederhana dengan perkhidmatan yang disediakan oleh TLPK memandangkan IIKP berada diatas nilai purata iaitu 50 peratus (Alegre Joaquin dan Garau Jaume, 2009).

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI DASAR

Kepuasan pelancong merupakan suatu perkara yang sangat penting memandangkan ia merupakan faktor tarikan utama bagi kedatangan pelancong ke sesuatu destinasi pelancongan khususnya di dalam kajian ini ke Taman Laut Pulau Kapas (TLPK). Apabila pelancong berpuas hati mereka mungkin akan membuat lawatan kembali pada masa akan datang ataupun mencadangkan kepada orang lain untuk turut datang ke destinasi pelancongan tersebut. Ini akan meningkatkan lagi kedatangan jumlah pelancong dari masa ke semasa sekaligus menjana ekonomi tempatan dan meningkatkan sumbangan sektor pelancongan kepada pendapatan negara selaras dengan penerapan sektor ini ke dalam bidang keberhasilan utama negara.

Menyedari hakikat ini, kajian ini dijalankan bagi mengenalpasti faktor yang boleh mempengaruhi kepuasan pelancong di TLPK. Hasil kajian ini boleh dijadikan garis panduan untuk memperbaiki perkhidmatan sekaligus meningkatkan kepuasan pelancong di TLPK. Berdasarkan kepada keputusan kajian, didapati bahawa pembolehubah yang paling mempengaruhi kepuasan pelancong atau berkorelasi yang tinggi adalah kemudahan sokongan (0.90) diikuti oleh tahap keselamatan (0.87), keseluruhan perjalanan (0.82) dan kepelbagaian produk pelancongan (0.81). Daripada keseluruhan model didapati nilai R-squared adalah 0.65 yang bermaksud 65 peratus kepuasan pelancong dapat diterangkan atau disebabkan oleh keempat empat kategori perkhidmatan yang dinyatakan. Bagi meningkatkan lagi mutu perkhidmatan di TLPK, pihak bertanggungjawab perlu memberi perhatian yang khusus kepada faktor utama iaitu kemudahan sokongan memandangkan faktor ini berhubung langsung dengan diantara pekerja dan pelancong seperti perkhidmatan informasi. Para pekerja harus diberikan pengetahuan melalui kursus dan latihan yang disediakan termasuklah penguasaan bahasa inggeris bagi memastikan mereka dapat memberikan maklumat yang tepat kepada pelancong sekaligus memudahkan mereka dan meningkatkan kepuasan hati. Faktor lain juga harus diberi perhatian sekiranya mahu memberikan kepuasan maksimum kepada pelancong antaranya seperti meningkatkan kualiti sistem pengangkutan seperti bot, penginapan dan kemudahan rekreasi. Selain daripada itu, pihak bertanggungjawab juga perlu menyediakan perkhidmatan keselamatan termasuklah penawal pantai serta menambah lagi kepelbagaian aktiviti yang boleh melibatkan pelancong seperti mempromosi permainan tradisional kepada mereka.

Kajian ini juga telah menganggarkan nilai indeks kepuasan keseluruhan pelancong (IKKP) di TLPK. Nilai indeks yang diperoleh bagi TLPK adalah 63.05% bermakna secara keseluruhannya para pelancong berpuas hati dengan perkhidmatan yang disediakan memandangkan nilainya berada di atas nilai sederhana iaitu 50 peratus. Walaubagaimanapun, nilai IKKP boleh diperbaiki lagi pada masa akan datang memandangkan nilai ini tidak terlalu tinggi berbanding nilai keseluruhan 100 peratus. Pihak yang bertanggungjawab harus memberikan perhatian yang serius bagi memastikan perkhidmatan di TLPK dapat diperbaiki pada masa akan datang.

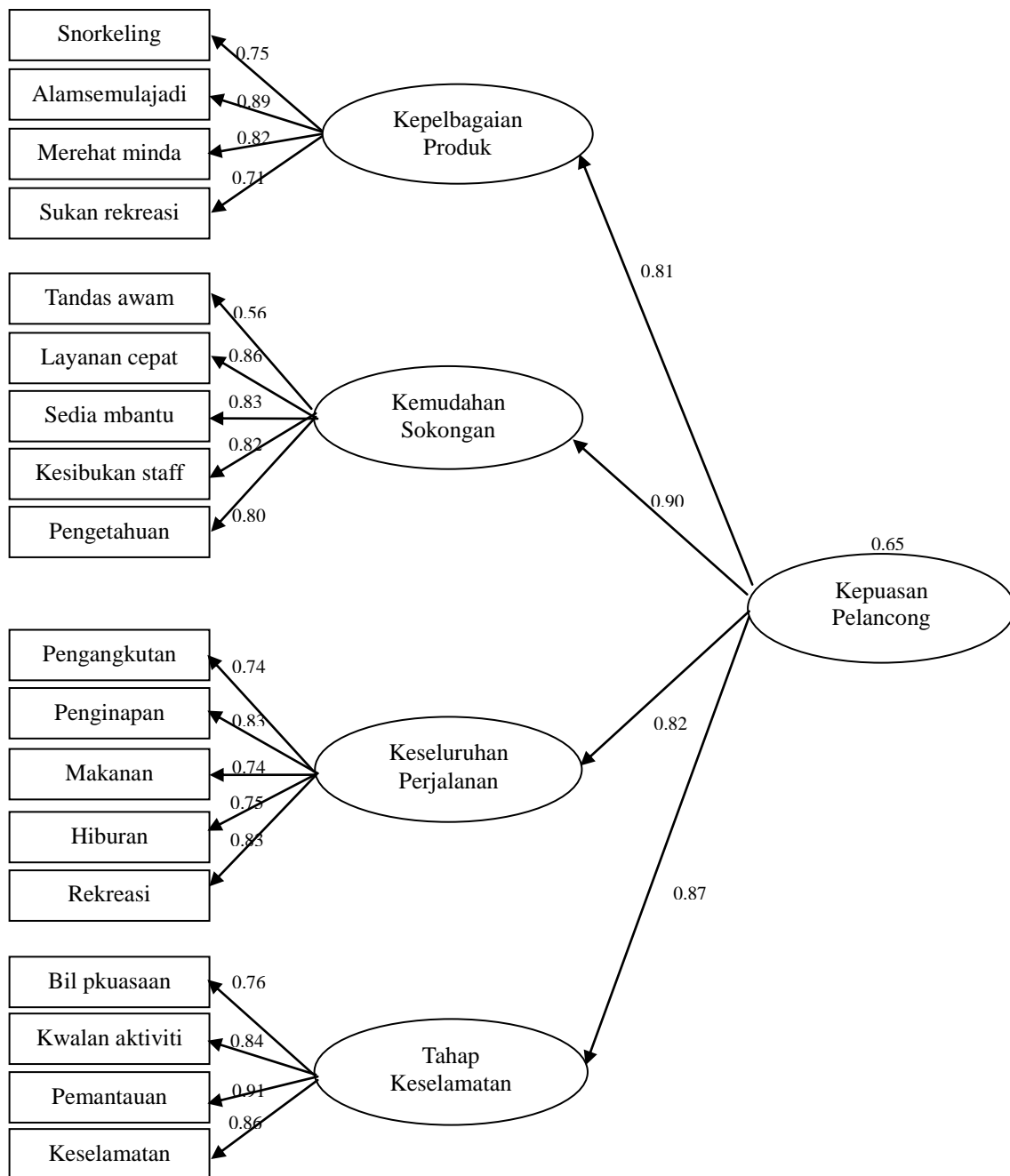
Seperti yang telah dinyatakan kepuasan hati pelancong adalah sangat penting dalam memacu perkembangan sektor ini. Kedatangan pelancong yang menjadi penentu samada sektor ini boleh berkembang atau sebaliknya. Sekiranya Malaysia benar-benar mahu keluar daripada perangkap negara berpendapatan sederhana tinggi kepada negara berpendapatan tinggi dengan menjadikan sektor pelancongan sebagai alat pemangkinnya, pihak kerajaan perlu memastikan usaha digerakkan bersungguh-sungguh bagi memenuhi kepuasan hati pelancong. Bukan itu sahaja, pihak swasta dan masyarakat juga perlu bersama-sama membantu dalam menyelesaikan proses ini menjelang tahun 2020.

## RUJUKAN

- Alegre Joaquin & Garau Jaume. 2009. Tourist Satisfaction Indices: A Critical Approach. *Investigaciones Regionales*. 14, 5-26.
- Alegre Joaquin & Magdalena, C. (2009). Analysing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return. *European Journal of Marketing* 43 (5/6): 670-685.
- Atila Yuksel, Fisun Yuksel & Yasin Bilim. 2010. Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management* 31(2):

274-284.

- Hair, J., Anderson, R. & Black, W. 1995. *Multivariate data analysis with readings* Fourth Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Song, H. Li, G. Robert, V.D.V & Jason L.C. 2010. Assessing Mainland Chinese Tourists' Satisfaction with Hong Kong Using Tourist Satisfaction Index. *International Journal of Tourism Research*. 13, 82-96.
- Alexander, H. 2000. *Just Business; Christian Ethics for The Market Place*, Cumbria: Paternoster Press.
- James Wong & Rob Law. 2003. Difference in shopping satisfaction levels: A study of tourists in Hong Kong. *Tourism Management* 24(4): 401-410.
- John S. Akama & Dimiannah M.K. 2003. Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: A case study of Tsavo West National Park. *Tourism Management* 24:73-81 .
- Joreskog, K.G., Sorbom, D. 1986. LISREL VII: Analysis of linear structural relationship by maximum likelihood and least square method. Mooresville: Scientific Software.
- Larry, Y., & Munthuya, G. 2006. A comparative analysis of international tourist satisfaction in Mongolia. *Tourism Management* 27(6): 1331-1342.
- Kozak, M. 2000. Comparative assesment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities. *Tourism Management* 22(4):391-401.
- Noor Azlan Ghazali. 2010. Segerakan Transformasi Ekonomi Negara (TEN). Diperoleh daripada maklumat atas talian Sunday, January 10, 2010 - 08:00 di alamat <http://www.smecorp.gov.my/node/1068>.
- Norlida, H. M. S., Ahmad, S., Law, S.H, Zaleha, M. N., & Sirdar, R. 2007. An ARDL model of tourism demand for Malaysia. *Major ASEAN Countries IIUM Journal of Economics and Management* 15(1), 1-26.
- Norlida, H. M. S., Law, S.H, Ahmad, S., Zaleha, M. N., & Sirdar, R. 2008. Asian tourism demand for Malaysia: A bound test approach. *An International Journal of Contemporary Management Research* 4, (4): forthcoming
- Oliver, R. L. 1999. Whence customer loyalty. *Journal of Marketing* 63: 33-34.
- Patricia, Joao Albino S, Julio Mendes & Manuela Guerreiro. 2006. Tourist Satisfaction and destination Loyalty Intention: A Structural and Categorical Analysis. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 1(1): 25-44.
- Rosalind McMullan & Audrey Gilmore. 2008. Customer loyalty: An empirical study. *European Journal of Marketing* 42(9/10): 1081094.
- Sara Campo-Martinez, Joan B. Garau-Vadell & Maria Pilar Martinez-Ruiz. 2009. Factors influencing repeat visits to a destination: The influence of group composition. *Tourism Management*.
- Tahir Albayrak & Maltem Caber. 2008. Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism Management* 28(4): 965-975.
- Tahir, A., & Meltem, C. 2008. Tourist satisfaction and its interaction with loyalty toward a destination. *Estableciendo puentes en una economia global/coord. Por Julio Pindado Garcia, Gregory Payne* vol. 1: 1-6.
- Tak, K.H, David, W., & Alvin, H. 2007. Tourist satisfaction, recommendation and revisiting in Singapore. *Tourism Management*: 28 (4): 965-975.
- Tanja Dmitrovic, Ljubica Knezevic Cvelbar, Tomaz Kolar, Maja Makovec Brencic, Irena Ograjensek & Vesna Zabkar. 2008. Conceptualizing tourist satisfaction at the destination level. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 3(2): 116-126.
- Theresia, A. Pawitra & Kay, C.T. 2003. Tourist satisfaction in Singapore perspective from Indonesian tourists. *Managing Service Quality* 13(5): 339-411.
- Tse, D. K., Wilton, P. C. 1988. Model of customer sataisfaction formation: An extension. *Journal of Marketing Research* 25: 204-212.
- Witt, S. F. & Martin, C. A. 1987. Econometric models for forecasting international tourism demand. *Journal of Travel Research*, 25(3): 23-30.
- Witt, S. F. 1980a. An abstract mode-abstract (destination) node model of foreign holiday demand. *Applied economics*, 12(2), 163-180.
- Witt, S. F. 1980b. An Econometric comparison of UK and German foreign holiday behaviour. *Managerial and Decision Economics*, 1(3), 123-31.
- Yooshik Yoon & Muzaffer Uysal. 2005. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management* 26(1):45-56.
- Zulkifli Ibrahim, Mohd Salehuddin Zahari, Maimunah Sulaiman, Zulhan Othman & Kamaruzzaman Jusoff 2009. Travelling Pattern and Preferences of the Arab Tourists in Malaysian Hotels. *International Journal of Business and Management*. 4(7), 3-9.



RAJAH 1: Model Analisis Lintasan mengenai Pengaruh Kepelbagaian Produk, Kemudahan Sokongan, Keseluruhan Perjalanan dan Tahap Keselamatan terhadap Kepuasan Pelancong di TLPK



JADUAL 1: Nilai Purata Kepuasan Pelancong terhadap Kualiti Perkhidmatan di TLPK

<i>Sub-Kualiti Perkhidmatan</i>	<i>Purata Kepuasan</i>	<i>Ranking Kepuasan</i>
Imej Destinasi	4.4627	1
Kepelbagaian Produk Pelancongan	4.2417	2
Tahap Keselamatan	4.0650	3
Infrastruktur	4.0467	4
Kemudahan Sokongan	3.9825	5
Kebersihan	3.9725	6
Keseluruhan Perjalanan	3.9700	7

JADUAL 2: Nilai Purata bagi 46 Pembolehubah Kepuasan Pelancong di TLPK

Perkhidmatan Utama	Pembolehubah Indikator	Purata Kepuasan Pelancong
Keseluruhan Perjalanan	Pengangkutan	4.13
	Penginapan	3.97
	Makanan dan minuman	3.85
	Hiburan	3.94
	Rekreasi	3.96
Kebersihan	Di kawasan awam	3.98
	Di kawasan destinasi pelancongan	4.22
	Di kawasan tandas awam	3.80
	Di restoran dan gerai makan	3.89
Imej Destinasi	Kualiti hidupan marin yang baik	4.45
	Pantai yang indah dan bersih	4.59
	Kepelbagaian aktiviti	4.16
	Alam semulajadi pulau	4.50
	Kelimpahan dan kepelbagaian karang	4.37
	Kelimpahan dan kepelbagaian ikan	4.49
	Air yang bersih dan jernih	4.52
	Suasana pulau yang aman dan damai	4.63
	Pantai yang bersih dan tidak tercemar	4.50
	Keaslian flora dan fauna di daratan	4.54
Tahap kesesakan pengunjung yang rendah	4.34	
Kepelbagaian Produk Pelancongan	Snorkling	4.31
	Menyelam skuba	4.26
	Tempat bersejarah	3.88
	Alam semulajadi (pantai,taman laut)	4.39
	Peluang merehatkan minda	4.44
	Sukan dan tarikan rekreasi	4.17
Infrastruktur	Jeti	4.11
	Sistem telekomunikasi	3.97
	Kemudahan tempat solat	4.06
Kemudahan Sokongan	Tandas awam	3.75
	Kad kredit di tempat penginapan	3.72
	Kaunter maklumat pulau	3.88
	Kesediaan kakitangan mendengar dan menyediakan penerangan yang betul dan tepat	4.02
	Pekerja memberi perkhidmatan yang cepat	4.08
	Memberi maklumat yang lebih kepada pelancong	4.05
	Kesediaan pekerja membantu pelancong	4.09

	Pekerja tidak sibuk melayan pertanyaan pelancong	4.06
	Pengetahuan pekerja untuk menjawab pertanyaan pelancong	4.18
	Peruntukan perkhidmatan yang mencukupi	4.00
	Bekalan air tawar yang mencukupi	4.01
	Pekerja memahami keperluan spesifik pelancong	4.03
Tahap Keselamatan	Meningkatkan bilangan penguatkuasa Taman Laut	4.07
	Mengawal aktiviti-aktiviti rekreasi	4.07
	Kekerapan pemantauan	4.05
	Tahap keselamatan yang baik	4.07

JADUAL 3: Indeks Keseluruhan Kepuasan Pelancong di TLPK

Destinasi	Min keseluruhan kepuasan (%)	Taburan kekerapan untuk kepuasan keseluruhan (%)						Jumlah
		1	2	3	4	5	6	
Taman Laut Pulau Kapas	63.05	2.2	5.4	20.5	31.6	29.5	10.9	1158