

PENGARUH KUALITAS OBJEK WISATA SUMATERA BARAT TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN

Duky Ardhana

Dosen pembimbing: Dra. Toti Srimulyati, MT

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Abstract

This study aims to investigate the influence of product differentiation and Customer Loyalty in Bandung Restaurant Soerabi Enhai in the city of Padang. Data analysis method used is structural equation modeling analysis (structural equation modeling) with the help of SmartPLS 2.0M3. This study uses a sample of 100 respondents. The independent variables that consist of Differentiation Product Differentiation Services Bids (X1), Differentiation Submission or Submission Services (X2), Differentiation Citra (X3), while the dependent variable is the Customer Satisfaction (Y1) Customer Loyalty (Y2). Results of this study showed that only the dimensions of Differentiation and Differentiation offers services that significantly influence the image of Satisfaction and Customer Loyalty in the Restaurant Bandung Soerabi Enhai in Padang, while Differentiation delivery or delivery services are not significant.

Keywords: Product Differentiation, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

Pendahuluan

Di Indonesia sektor yang paling dominan dan banyak dikembangkan pada saat ini adalah sektor pariwisata. Pengembangan sektor pariwisata di Indonesia pada saat ini menunjukkan peran yang berarti dalam pembangunan perekonomian nasional, pariwisata juga sering dijadikan jawaban atas beberapa masalah yang dihadapi Indonesia antara lain menciptakan lapangan pekerjaan dan banyak peluang ekonomi, menjaga dan memperbaiki lingkungan, serta mendorong perekonomian regional.

kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Ada lima fase dalam pengambilan keputusan seorang wisatawan, yaitu: 1) kebutuhan untuk melakukan perjalanan, 2) penilaian dan pencarian informasi, 3) keputusan melakukan perjalanan, 4) persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, dan 5) evaluasi kepuasan perjalanan wisata. Kemudian ada empat factor yang mempengaruhi pengambilan keputusan perjalanan wisata, yaitu: 1) karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, 2) pengetahuan terhadap destinasi yang akan dikunjungi, citra destinasi, 3) gambaran perjalanan, dan 4) keunggulan daerah tujuan wisata.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh kualitas objek pariwisata Sumatera Barat, terhadap kepuasan Wisatawan.

TELAAH KEPUSTAKAAN

Kajian literatur yang digunakan dengan memfokuskan pada pembahasan rasa aman selama berekreasi, rasa nyaman selama berwisata, kualitas pelayanan informasi wisata, kelengkapan fasilitas rekreasi yang berkualitas, tingkat ketrampilan komunikasi dengan kepuasan wisatawan.

KEPUASAN WISATAWAN

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan (Oliver dalam Supranto, 2006: 233). Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang menjadi harapan perusahaan khususnya. Kepuasan diperoleh apabila kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi, sedangkan keinginan dan kebutuhan manusia selalu berubah dan tidak ada batasnya.

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara kinerja produk yang dihasilkan dengan kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Jika berada di bawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan puas. Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan amat puas atau senang. Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan –perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyama (2004) ada lima hal pokok Daerah Tujuan Wisata yang diminati, yaitu harus memenuhi beberapa kriteria:

- a. Rasa Aman, adalah Perasaan wisatawan atas situasi dan kondisi keamanan selama berwisata, sebagai manifestasi intensitas layanan keamanan wisatawan dari pihak penyedia selama berekreasi di suatu destinasi.

- b. Rasa Nyaman adalah Perasaan wisatawan atas kenyamanan lingkungan daerah wisata selama berekreasi, sebagai manifestasi intensitas kualitas pelayanan kenyamanan yang telah diberikan penyedia untuk wisatawan selama berwisata.
- c. Kualitas Penyajian Informasi Wisata yaitu Penilaian wisatawan terhadap kualitas pelayanan penyediaan dalam penyajian informasi wisata kesuatu daerah wisata.
- d. Kelengkapan Fasilitas objek wisata yang berkualitas yaitu Penilaian wisatawan terhadap intensitas usaha penyedia dalam menyediakan peralatan dan perlengkapan fisik rekreasi yang berkualitas di suatu daerah wisata.
- e. Tingkat Ketrampilan Komunikasi para petugas yakni Penilaian wisata atas kemampuan para petugas dalam berkomunikasi dengan wisatawan selama berekreasi di suatu daerah wisata.

KEPUASAN WISATAWAN

Terdapat beberapa hal yang penting yang dapat diungkapkan dari definisi yang telah dipaparkan oleh para ahli, perilaku wisatawan adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu:

- a) Tahap perolehan (acquisition), mencari (searching) dan membeli (purchasing).
- b) Tahap konsumsi (consumption) yang berupa menggunakan (using) dan mengevaluasi (evaluating).
- c) Tahap tindakan pasca pembelian (disposition) yang berupa tindakan wisatawan.
- d) Perilaku wisatawan dalam mempengaruhi unit-unit pengambil keputusan (decision unit).

Menurut Kotler dan Keller (2009:190) terdiri dari, wisatawan sendiri yang membentuk pasar wisatawan (tourist market) dan wisatawan organisasional yang membentuk pasar bisnis (business market). Adapun konsep personal tourist dalam definisi perilaku wisatawan dapat lebih dijelaskan bahwa personal wisatawan merupakan individu yang membeli barang dan jasa untuk dirinya sendiri, memenuhi kebutuhan keluarga dan dijadikan hadiah untuk orang lain sehingga personal wisatawan merupakan pengguna terakhir .

METODE PENELITIAN

POPULASI DAN SAMPEL

POPULASI

Populasi dalam penelitian ini meliputi wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat.

SAMPEL

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 300 responden.

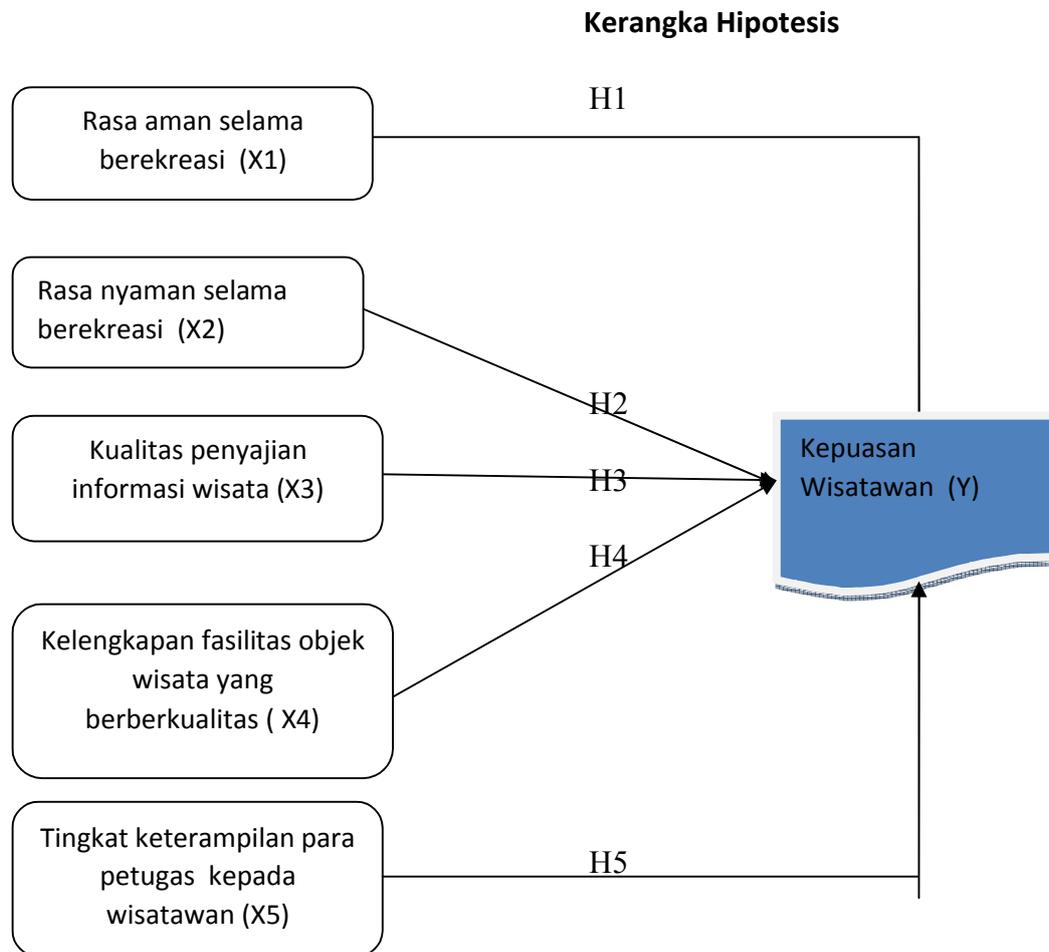
DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Defenisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Kualitas Pelayanan</i> (X)	Perasaan wisatawan atas situasi dan kondisi keamanan selama berwisata, sebagai manifestasi intensitas layanan keamanan wisatawan dari pihak penyedia selama berwisata di suatu daerah objek wisata.	<i>Rasa aman selama berwisata</i> (X ₁)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kekhawatiran wisatawan ▪ Keamanan ditiap tempat ▪ Kemampuan mengatasi kewanaman diri ▪ Perlakuan terhadap wisatawan ▪ Tingkat keamanan dan minuman wisatawan ▪ Kesiediaan beri petunjuk ▪ Tingkat kesiediaan didatangi wisatawan ▪ Keramahan masyarakat ▪ Kesiediaan bergaul ▪ Gangguan keamanan 	Skala Likert
	Perasaan wisatawan atas kenyamanan lingkungan destinasi wisata selama berwisata, sebagai manifestasi intensitas kualitas pelayanan kenyamanan yang telah diberikan penyedia untuk wisatawan selama berwisata.	<i>Rasa nyaman selama berekreasi</i> (X ₂)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kebebasan berwisata ▪ Kebersihan dan kesehatan ▪ Ketentraman berwisata ▪ Kesempatan menikmati berwisata ▪ Ketenangan menikmati objek wisata. ▪ Tempat objek wisata yang menyenangkan ▪ Tingkat kesegaran tempat rekreasi ▪ Tingkat kesempatan menikmati rekreasi ▪ Kesadaran masyarakat memelihara lingkungan 	Skala Likert
	Penilaian wisatawan terhadap kualitas pelayanan penyedia dalam penyajian informasi wisata kesuatu destinasi wisata	<i>Kualitas penyajian informasi wisata</i> (X ₃)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemudahan memperoleh informasi ▪ Kelengkapan informasi ▪ Kecepatan layanan informasi ▪ Kecukupan informasi ▪ Kemampuan menjelaskan informasi ▪ Tingkat kejelasan informasi ▪ Kesesuaian dengan janji ▪ Sikap petugas layanan informasi ▪ Pembebanan biaya informasi 	Skala Likert
	Penilaian wisatawan terhadap intensitas usaha penyedia dalam menyediakan peralatan dan perlengkapan fisik rekreasi yang berkualitas di suatu destinasi wisata	<i>Kelengkapan fasilitas objek wisata yang berkualitas</i> (X ₄)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kelengkapan peralatan dan perlengkapan ▪ kemudahan layanan ▪ tingkat kelayakan teknis ▪ tingkat beban biaya ▪ tingkat kesesuaian beban biaya atas kualitas ▪ tingkat perlakuan terhadap wisatawan ▪ tingkat kelengkapan fasilitas penunjang 	Skala Likert
	Penilaian wisata atas kemampuan para petugas dalam berkomunikasi dengan	<i>Tingkat ketrampilan komunikasi petugas kepada</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ tingkat kemampuan menjelaskan ▪ penguasaan karakteristik objek ▪ tingkat keragaman bahasa ▪ tingkat kemampuan berbahasa 	Skala Likert

	wisatawan selama berwisata di suatu destinasi	<i>wisatawan</i> (X ₅)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kemampuan dalam menjawab ▪ keramahan dalam berkomunikasi 	
Kepuasan Wisatawan (Y)	<p>Menggambarkan totalitas perasaan wisatawan tentang tingkat kepuasan atas pelayanan rekreasi sebagai manifestasi dari layanan penyedia.</p> <p>Pengetahuan yang telah diperoleh wisatawan (KEPt) adalah segala sesuatu yang diketahui atau dikenali wisatawan karena mengalami dengan cara melihat, mendengar, merasakan, maupun menyaksikan maupun lebih jauh mempelajari segala sesuatu yang terkait dengan daya tarik wisata disuatu destinasi yang dikunjunginya.</p> <p>Kesan dan kenangan bagi wisatawan (KEPt) adalah sesuatu yang tinggal, berbekas atau melekat dalam ingatan maupun hati wisatawan setelah melihat, mendengar, merasakan, atau menyaksikan sesuatu daya tarik wisata yang terjadi di destinasi.</p>	<p><i>Tingkat kepuasan pengalaman berwisata yang bermakna yang dirasakan oleh wisatawan, meliputi:</i></p> <p>(Y)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Pengetahuan yang diperoleh wisatawan.</i> ○ <i>Kesan dan kenangan bagi wisatawan</i> 	<p>a) Pengetahuan diperoleh wisatawan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dapat melihat suatu hal baru ▪ Dapat mendengar suatu hal baru ▪ Dapat merasakan suatu hal baru ▪ Mendapat pengetahuan yang bermanfaat ▪ Merasakan manfaat pengetahuan tersebut ▪ Memberikan inspirasi baru bagi kehidupan ▪ Keinginan mengetahui lebih banyak ▪ Daya tarik layanan yang tidak ditemui sebelumnya ▪ Dapat mempelajari hal baru <p>b) Kesan dan kenangan bagi wisatawan.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dapat mengingat untuk waktu tertentu ▪ Keunikan layanan dibidang lainya ▪ Keinginan mengungkapkan kepada orang lain ▪ Akan tetap mengingat rekreasi di destinasi lainnya ▪ Menganjurkan orang lain berkunjung ▪ Keinginan tinggal lebih lama ▪ Keinginan berkunjung kembali ▪ Atraksi tidak membosankan ▪ Merasa bangga berkunjung ke distnasi tersebut. 	Skala Likert

KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kerangka Hipotesis



METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan program SPSS .metode ini digunakan untuk mengetahui uji regresi berganda, uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN

Uji validitas dilakukan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisioner apakah item-item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin di ukur. Item-item dikatakan valid apabila koefisien korelasi sama dengan 0.3 atau lebih maka butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 2009). Secara umum uji reliabilitas didefinisikan sebagai rangkaian uji lanjutan untuk menilai kehandalan dari item-item

pertanyaan yang valid yang dilihat dari nilai cronbach alpha yang dihasilkan > 0,60 (Sugiyono, 2009). Hasil pengujian reliabilitas dan validitas pada penelitian ini telah diuji oleh peneliti sebelumnya yaitu oleh Sugiyama (2004).

Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34.962	4.464		7.831	.000
X1	-.068	.130	-.032	-.523	.602
X2	.595	.137	.267	4.345	.000
X3	.760	.158	.367	4.811	.000
X4	-1.125	.223	-1.286	-5.053	.000
X5	.663	.124	1.289	5.333	.000

Sedangkan uji reliabilitas Uji reliabilitas ini dilakukan terhadap pertanyaan yang telah valid. Rumus yang dipakai untuk menguji reliabilitas adalah *composite reliability* (Sekaran, 2006)

Composite Reliability

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Dilakukan untuk menguji suatu koefisien berpengaruh atau tidak berpengaruh nya koefisien satu dengan koefisien lainnya.

Pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Uji Hipotesis

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4825.241	5	965.048	15.965	.000 ^a
	Residual	17772.146	294	60.449		
	Total	22597.387	299			

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X2, X3, X4

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (2013)

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dengan menggunakan tingkat α 0,05 atau 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan semua variabel independen yang diteliti punya pengaruh terhadap variabel dependennya.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pemilihan responden adalah Wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat, yakni Kota Padang, Padang Pariaman dan Kota Bukittinggi.

Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 ditolak, dimana rasa aman tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam berwisata di Sumbar.
2. Hipotesis 2 diterima, dimana rasa nyaman berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam berwisata di Sumbar.
3. Hipotesis 3 diterima, dimana kualitas penyajian informasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam berwisata di Sumbar.
4. Hipotesis 4 diterima, dimana kelengkapan fasilitas rekreasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam berwisata di Sumbar. Tetapi di Padang kelengkapan fasilitas rekreasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam berwisata.
5. Hipotesis 5 diterima, keterampilan komunikasi petugas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam berwisata di Sumatera Barat. Tetapi di Padang keterampilan komunikasi petugas tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam berwisata.

PENUTUP

KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan lima dimensi dari *pengaruh kualitas objek wisata Sumatera Barat* yaitu rasa aman, rasa nyaman, kualitas penyajian informasi, kelengkapan perlengkapan, dan ketrampilan para petugas, terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 300 responden. Data pada penelitian ini diolah dengan menggunakan Microsoft Excel 2007 dan SPSS.

SARAN

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Saran untuk pemerintah Sumatera Barat diharapkan dapat meningkatkan rasa aman sehingga wisatawan akan betah dan lama berkunjung ke setiap wilayah di Sumatera Barat.
2. Pemerintah Sumatera Barat juga diharapkan bisa bekerja sama dengan masyarakat agar mampu menciptakan rasa nyaman sehingga para wisatawan betah berlama-lama berwisata.
3. Untuk kelengkapan fasilitas rekreasi kurang begitu lengkap untuk itu diharapkan kedepan, baik pemerintah Sumatera Barat maupun para penyedia wisata mampu menyediakan fasilitas rekreasi yang lebih memadai sesuai kebutuhan para wisatawan.
4. Baik pemerintah Sumatera Barat maupun para penyedia wisata, harus lebih meningkatkan lagi keterampilan komunikasi para petugas.
5. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lain diluar penelitian ini yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen pada kepuasan. Sedangkan seluruh variabel independen tersebut hanya dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 21.4% dan sisanya sebesar 78.6% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian ini.
6. Dan diharapkan kepada penelitian mendatang agar bisa menambah jumlah sampel. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak dari pada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

1. AA. Bagus Wiratedja. 2008, *Manajemen dalam Pengembangan Objek Wisata Bali*, Forum Manajemen Vol.6 No. 1, Denpasar.
2. Alfanarius, Surya. 2007. *Pengembangan Framework ITWM*, Makalah Pada Seminar Nasional Sistem dan Informatika 2007 (SNSI2007), 16 November 2007, Denpasar
3., *Pengembangan Perangkat Lunak ITMG (integrated Touristic Map Generator)*
4., *SVG Alternatif Web-Mapping/ WebGIS yang Berharga Mahal Untuk Informasi Pariwisata, Proyek Riset Unggulan Terpadu Kementerian Riset dan Teknologi RI dan Lembaga Penelitian Universitas Andalas*, 2003.
5. Amiluhur, Suroso, dkk. 2008, *Strategi Pengembangan Pariwisata Ekobudaya di Kabupaten Pacitan, Jawa Timur*, Optimal Vol 4 No. 2. Yogyakarta

6. Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi*, Jakarta: RinekaCipta
7. Bali Post (2005). “Meneg Budpar Targetkan 6 juta Wisman Tahun 2005”. Bali Post.co.id, 1 Februari 2005.
8. Fahmi, Rahmi. (2009), *Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Pemberdayaan Untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata di Sumatera Barat*, Seminar dan Poster Hasil Penelitian Strategi Nasional Tahap II Tahun 2010.
9. Ferdinand, Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, BP Undip, Semarang
10. Gratel, Grisella (2007), *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Konsumen Retoran Pulau Dua*, Jurnal Manajmemen Vol.2 No.1, Januari 2007, Jakarta
11. Griffin, Jill. 2002. *Customer loyalty*. Jakarta: Erlangga
12. Imam Ghozali, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
13. Indriantoro, Nurdan Bambang Supomo, 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi 1. Cetakan Pertama BPFE. Yogyakarta.
14. Media Indonesia (2006). *Kunjungan Wisman Ditargetkan 10 Juta Pada 2009*. 21 April 2006.
15. Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi 6, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
16. Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo.
17. Kotler, Philip. 2005. *Manajamen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi*, Jakarta: Rineka Cipta.
18. Kotler, Philip and Armstrong Gary. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

19. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2008, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Indeks.
20. Mabruroh, 2003, *Membangun kepuasan konsumen dan akses loyalitas*". Benefit, Vol. 7 No. 2, Desember 2003, hal. 167 – 175
21. Nugroho, A. B. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset
22. Nyoman S. Pendit. 1999 *Wisata Konvensi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
23. Oka A. Yoeti. 1996 *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Angkasa. Bandung
24. Rangkuti. 2005, *Great Sales Forecast For Marketing*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
25. Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV.Alfabeta: Bandung.
26. Suryosubroto. B. 2004, *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
27. Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer*
28. Srimulyati, Toti (1996), *Prospek Pengembangan Pariwisata di Kepulauan Mentawai*, Laporan Hasil Penelitian, Laporan Hasil Penelitian Unand.
29. Stanton William, J., 2004, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
30. Sugiama, Aceng Gema, 2004. *Dampak Pengembangan Usaha Kepariwisataaan Terhadap Kepuasan Pengalaman Berwisata*, Disertasi ITB, Bandung
31. Susanto, AB, "Musibah dan Pariwisata Indonesia" dlm Kompas (hal.6) Jumat 9 Maret 2007

32. Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu
33. Tjiptono, Fandy, 2005, *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia Publishing
34. Zeithmal, VA; Parasuraman, A; and Berry, LL, *service quality Concept*, New York: The Free Press.