



Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif

**HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITI DAN HARGA BARANGAN CENDERAMATA DI
KUCHING, SARAWAK**

SAFURA BINTI ABU SAMAH

(53707)

**Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Keujian
(Pengurusan Seni)
2018**

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

Grade: _____

Please tick (✓)

Final Year Project Report

Masters

PhD

DECLARATION OF ORIGINAL WORK

This declaration is made on the 6 day of JUNE 2018.

Student's Declaration:

I **SAFURA BINTI ABU SAMAH, 53707, FACULTY OF APPLIED & CREATIVE ARTS** hereby declare that the work entitled **HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITI DAN HARGA BARANGAN CENDERAMATA DI KUCHING, SARAWAK** is my original work. I have not copied from any student's work or any other sources except where due reference or acknowledge is made explicitly in the next, nor has any part been written for me by another person.

6/06/2018

Date submitted



SAFURA BINTI ABU SAMAH (53707)

Supervisor's Declaration

I **ENCIK FAHMI BIN YAHAYA** hereby certifies that the work entitled **HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITI DAN HARGA BARANGAN CENDERAMATA DI KUCHING, SARAWAK** was prepared by the above name student, and was submitted to the "FACULTY" as a partial / full fulfillment for the conferment of **BACHELOR OF APPLIED ARTS WITH HONORS (ARTS MANAGEMENT)**, and the aforementioned work, to the best of my knowledge, is the said student's work.

Received for examination by:


ENCIK FAHMI BIN YAHAYA

Date:

6/6/2018

I declare that Project/Thesis is classified as (Please tick (✓)):

CONFIDENTIAL

(Contains confidential information under the Official Secret Act 1972)*

RESTRICTED



(Contains restricted information as specified by the organization where research was done)*

OPEN ACCESS

Validation of Project/Thesis

I therefore duly affirmed with free consent and willingness declare that this said Project/Thesis shall be placed officially in the Centre for Academic Information Services with the abiding interest and rights as follow:

- This Project/Thesis is the sole legal property of Universiti Malaysia Sarawak (UNIMAS).
- The Centre for Academic Information Services has the lawful right to make copies for the purpose of academic and research only and not for other purpose.
- The Centre for Academic Information Services has the lawful right to digitalize the content for the Local Content Database.
- The Centre for Academic Information Services has the lawful right to make copies of the Project/Thesis for academic exchange between Higher Learning Institute
- No dispute or any claim shall arise from the student itself neither third party on this Project/Thesis once it becomes the sole property of UNIMAS.
- This Project/Thesis or any material, data and information related to it shall not be distributed, published or disclosed to any party by the student except with UNIMAS permission.

Student's Signature:  Supervisor's signature: 

Current Address:

498 FELDA JENDERAK UTARA,
28000 TEMERLOH,
PAHANG DARUL MAKMUR

Notes: * If the Project/Thesis is **CONFIDENTIAL** or **RESTRICTED**, please attach together as annexure a letter from the organization with the period and reasons of confidentiality and restriction.

[The instrument is duly prepared by The Centre for Academic Information Services]

**HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITI DAN HARGA BARANGAN CENDERAMATA DI
KUCHING, SARAWAK**

SAFURA BINTI ABU SAMAH

53707

Projek ini merupakan salah satu keperluan untuk
Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian
(Pengurusan Seni)

Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

2018

PENGAKUAN

Penyelidikan yang bertajuk **HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITI DAN HARGA BARANGAN CENDERAMATA DI KUCHING, SARAWAK** telah disediakan oleh **SAFURA BINTI ABU SAMAH** dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian (**Pengurusan Seni**).

Diterima untuk diperiksa oleh:

(ENCIK FAHMI BIN YAHAYA)

Tarikh:

PENGAKUAN PELAJAR

Saya, **SAFURA BINTI ABU SAMAH** mengakui bahawa Projek Tahun Akhir bertajuk **“HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITI DAN HARGA BARANGAN CENDERAMATA DI KUCHING, SARAWAK”** ini adalah merupakan hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan, petikan, huraian dan ringkasan yang tiap-tiap satunya saya telah nyatakannya.

.....

Tarikh

.....

(SAFURA BINTI ABU SAMAH)

No. Matrik : 53707

PENGHARGAAN

“Dengan Nama Allah Yang Maha Pemurah Lagi Maha Penyayang”

Alhamdulillah, ucapan penuh kesyukuran kehadiran ilahi dengan limpah dan kurniaNya, dapat saya menyelesaikan Projek Tahun Akhir ini dengan penuh jaya. Pertama sekali, saya menjulang sepenuh penghargaan kepada Encik Fahmi bin Yahaya, Pensyarah Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif yang merupakan penyelia kepada saya, di atas kesudian beliau memberi didikan, tunjuk ajar serta motivasi dan kata-kata semangat sepanjang perjalanan saya dalam menyiapkan kajian ini. Tanpa dorongan beliau, sukar untuk saya untuk saya menyiapkan kajian ini. Saya juga ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada keluarga saya terutamanya ibu bapa saya serta rakan-rakan kerana banyak membantu saya secara langsung atau tidak langsung, memberikan semangat dan doa supaya saya terus berjuang sehingga ke penghujung. Ribuan terima kasih kepada semua responden kerana sudi meluangkan masa dalam mengisi dan memberikan jawapan yang terbaik semasa soal selidik dijalankan. Sekali lagi saya ucapkan ribuan terima kasih kepada semua.

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan isu yang penting bagi menjamin keselesaan pelanggan dalam sesuatu organisasi. Ini kerana mutu produk atau perkhidmatan yang disediakan oleh sesebuah organisasi dapat dinilai dan diperbaiki berdasarkan pandangan yang diperoleh daripada pelanggan. Objektif kajian ini adalah untuk menganalisa hubungan di antara kepuasan pelanggan terhadap kualiti dan harga barangan cenderamata di Kuching, Sarawak. Kajian ini akan melibatkan pelancong asing dan tempatan. Reka bentuk kajian adalah berbentuk tinjauan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Instrumen yang digunakan adalah melalui borang kaji selidik. Borang soal selidik telah diedarkan kepada sejumlah 250 orang responden. Data yang diperolehi dianalisis menggunakan Pakej Statistik Sains Sosial (SPSS). Dapatan kajian menunjukkan tahap kepuasan pelanggan terhadap kualiti dan harga barangan cenderamata di Kuching, Sarawak.

Customer satisfaction is an important issue to ensure the convenience of customers in an organization. This is because the quality of products or services provided by an organization can be evaluated and improved based on the views gained from the customers. The objective of this study is to analyze the relationship between customer satisfaction on the quality and prices of souvenir items in Kuching, Sarawak. This study will involve foreign and local tourists. The research design is a survey using a quantitative approach. Instruments used are through the survey form. Questionnaire was distributed to a total of 250 respondents. The data obtained

were analyzed using Social Science Statistics Package (SPSS). The findings show the level of customer satisfaction on the quality and prices of souvenir items in Kuching, Sarawak.

SENARAI KANDUNGAN

MUKA TAJUK

PENGESAHAN

PENGAKUAN

PENGAKUAN PELAJAR

PENGHARGAAN

ABSTRAK

KANDUNGAN

MUKA SURAT

BAB 1:- PENGENALAN DAN LATAR BELAKANG KAJIAN

1.1 Pengenalan	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Pernyataan Masalah	3
1.4 Objektif Kajian	4
1.5 Persoalan Kajian	4
1.6 Hipotesis	5
1.7 Rangka Kerja	6
1.8 Skop Kajian	7

BAB 2:- KAJIAN LITERATURE

2.1 Pengenalan	8
-----------------------	---

2.2 Kajian Literature	8
2.2.1 Kepuasan Pelanggan	8
2.2.2 Kualiti Produk	10
2.2.4 Harga	11
2.2.5 Barangan Cenderamata	12
2.3 Teori Rangka Kerja	13
2.3.1 Model SERVQUAL	13
2.3.2 Model Hubungan	15
2.3.2.1 Kualiti Perkhidmatan	16
2.3.2.2 Kualiti Produk	16
2.3.2.3 Harga	16
2.3.2.4 Faktor Situasi dan Peribadi	17
<u>BAB 3:- METHODOLOGI KAJIAN</u>	
3.1 Pengenalan	18
3.2 Reka Bentuk kajian	18
3.3 Sampel dan Populasi	19
3.4 Analisis Kajian	19
3.5 Prosedur Kajian	20
3.6 Instrumen Kajian	21
3.7 Kesimpulan	22
<u>BAB 4:- DAPATAN KAJIAN</u>	
4.1 Pengenalan	41
4.2 Latar Belakang Responden	23

4.3 Analisis Kebolehpercayaan	27
4.4 Analisis Korelasi	28
<u>BAB 5:- PERBINCANGAN, LIMITASI DAN CADANGAN</u>	
5.1 Pengenalan	29
5.2 Perbincangan	29
5.2.1 Hipotesis 1	31
5.2 Hipotesis 2	32
5.3 Batasan	33
5.4 Cadangan	33
5.4.1 Peniaga	33
5.4.2 Penyelidik	34
5.5 Kesimpulan	34
RUJUKAN	35
APPENDIX A	37
APPENDIX B	41

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 PENDAHULUAN

Kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti hubungan di antara kepuasan pelanggan terhadap barangan cenderamata di Kuching, Sarawak yang melibatkan kepada kualiti produk dan harga yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci kepada sesebuah perniagaan dimana ianya dinilai oleh para pelanggan mengikut kepada beberapa aspek. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana segala keinginan, kehendak, keperluan serta harapan seseorang pelanggan itu dapat dipenuhi. Kepuasan itu dapat dinilai dalam beberapa aspek yang mementingkan segala harapan serta keinginan para pelanggan.

Sarawak terkenal dengan negeri yang mempunyai pelbagai etnik. Bermula dengan itu, kebudayaan dan kesenian yang terdapat di negeri Sarawak mempunyai keunikan tersendiri. Ini dimana, setiap produk kesenian mempunyai kelebihan yang tersendiri kepada setiap pengguna. Anwar Omar (n.d.), melihat budaya sebagai kelompok daya tarikan pelancong melalui sudut alam dan masyarakat (dipetik daripada Peter, 1969). Terdapat lima kategori iaitu budaya, tradisional, permandangan, hiburan dan sebagainya. Sebagai contoh unsur tradisional adalah seperti meliputi kraftangan dan ciptaan kesenian benda, cara hidup, festival- festival rasmi negara, muzik serta cerita rakyat dan sebagainya. Unsur ini sangat berkait rapat dengan

barangan cenderamata yang dihasilkan. Kesenian meliputi banyak perkara, dan salah satu daripadanya ialah penghasilan barangan cenderamata. Barangan cenderamata ini semakin hari semakin popular dikalangan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh, pengguna tertarik dengan keunikan barangan cenderamata yang boleh dijadikan sebagai keperluan, hadiah dan sebagainya.

1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN

Terdapat banyak isu seperti yang dinyatakan dalam *Google* misalnya terdapat lebih daripada 1.06 juta yang menyebut mengenai barangan cenderamata termasuk definisi, istilah, teori dan penyelidikan masa lalu. Kajian ini secara khusus mengenai hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap kualiti dan harga barangan cenderamata. Pengkaji ingin mengetahui dengan lebih mendalam akan hubungan di antara kepuasan pelanggan dengan faktor lain seperti kualiti dan harga di dalam penjualan barangan cenderamata di Kuching, Sarawak.

Barangan cenderamata adalah satu bentuk objek yang di anggap sebagai kenang-kenangan. Ia merupakan cenderahati yang boleh dikumpul atau dibeli oleh pelancong sebagai tanda peringatan kepada tempat yang dilawatinya. Barangan cenderamata yang terdapat di Sarawak mempunyai pelbagai jenis bentuk dan keunikan. Kajian mengenai barangan cenderamata lebih menjerumus kepada pembangunan ekonomi melalui barangan cenderamata, promosi dalam memperkenalkan barangan cenderamata dan sebagainya. Dalam kajian ini, pengkaji memfokuskan mengenai tahap kepuasan pelanggan disebabkan oleh beberapa faktor seperti kualiti dan harga barangan cenderamata yang terdapat di Kuching, Sarawak.

1.3 PENYATAAN MASALAH

Kajian ini dilakukan bagi merapatkan jurang antara permasalahan yang berlaku di dalam kajian lepas. Terdapat beberapa masalah yang harus diatasi daripada penyelidikan masa lalu. Salah satu masalahnya adalah bahawa kebanyakan kajian terdahulu tidak menekankan faktor kualiti dan harga yang mendoraong kepada kepuasan pelanggan terhadap barangan cenderamata. Terdapat banyak kajian yang memfokuskan permasalahan lain seperti pembangunan ekonomi melalui barangan cenderamata, promosi dalam memperkenalkan barangan cenderamata, pendedahan pembuatan barangan cenderamata dan sebagainya. Antara contoh-contoh kajian lepas seperti , kajian yang dilakukan oleh Hazlin Halim (2007), Kajian Identiti Korporat Kedai Cenderamata D’Kitar dan Miki Nomura (2002), “Souvenir Purchase Patterns of Domestic Tourists”. Oleh yang demikian, pengkaji berminat untuk mengkaji mengenai tahap kepuasan pelanggan terhadap kualiti dan harga barangan cenderamata.

Seterusnya, pengkaji turut mengenalpasti akan permasalahan yang wujud disebabkan oleh kajian mengenai barangan cenderamata kurang di dalam konteks Malaysia. Kajian mengenai barangan cenderamata lebih banyak dilakukan oleh negara luar. Maka, ini adalah peluang terbaik untuk pengkaji membuat penyelidikan mengenai barangan cenderamata di Malaysia. Dalam konteks Malaysia, kebanyakan penyelidikan dilakukan secara kualitatif, jadi pengkaji mengambil kesempatan ini untuk melakukan pendekatan kuantitatif untuk penyelidikan khusus ini.

1.4 PERSOALAN KAJIAN

Perbincangan penyelidikan telah membawa kepada dua soalan penyelidikan iaitu:

- Apakah hubungan antara kualiti barangan cenderamata yang terdapat di Kuching, Sarawak dengan kepuasan pelanggan?
- Apakah hubungan antara harga barangan cenderamata yang terdapat di Kuching, Sarawak dengan kepuasan pelanggan?

1.5 OBJEKTIF KAJIAN

Objektif utama penyelidikan adalah:

- Menganalisa hubungan antara kualiti barangan cenderamata yang terdapat di Kuching, Sarawak dengan kepuasan pelanggan.
- Menganalisa hubungan antara harga barangan cenderamata yang terdapat di Kuching, Sarawak dengan kepuasan pelanggan.

1.6 HIPOTESIS

Berdasarkan objektif dan soalan penyelidikan di atas, adalah hipotesis bahawa:

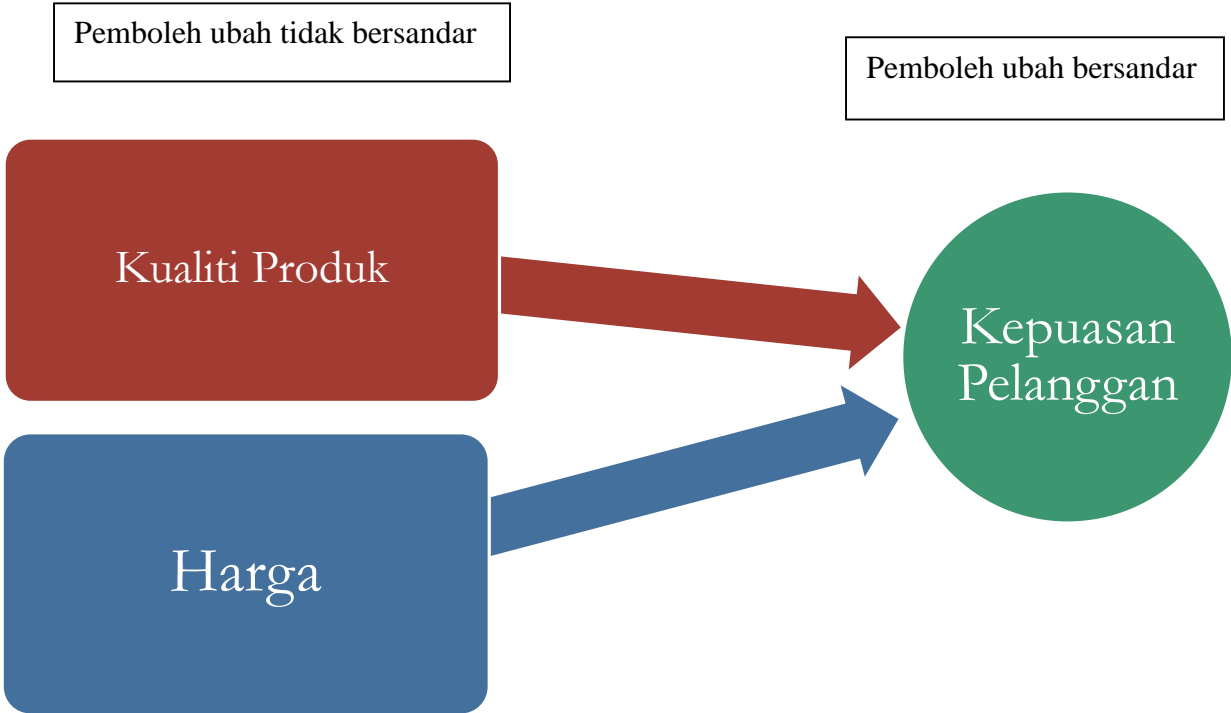
H1a : Terdapat hubungan yang signifikan antara kualiti barangan cenderamata dengan kepuasan pelanggan.

H1o : Tiada hubungan yang signifikan antara kualiti barangan cenderamata dengan kepuasan pelanggan.

H2a : Terdapat hubungan yang signifikan antara harga barangan cenderamata dengan kepuasan pelanggan.

H2o : Tiada hubungan yang signifikan antara harga barangan cenderamata dengan kepuasan pelanggan.

1.7 RANGKA KERJA



Rajah 1.7 : Rangka Kerja

1.8 SKOP KAJIAN

Kajian ini hanya memfokuskan kepada kepuasan pelanggan terhadap barangan cenderamata di Kuching Sarawak. Hal ini kerana, Sarawak terkenal dengan masyarakat yang berasal daripada pelbagai etnik. Secara tidak langsung, barangan cenderamata lebih banyak yang boleh diperolehi. Kajian kepuasan pelanggan akan dilaksanakan kepada pelancong asing dan tempatan yang melancong di Kuching, Sarawak. Fokus utama kajian ini ditumpukan kepada daerah Kuching, Sarawak. Pemilihan ini dibuat disebabkan Kuching merupakan ibu negeri Sarawak. Oleh hal yang demikian, ramai pelancong atau pengunjung yang melawati kawasan tersebut.

BAB 2

KAJIAN LITERATURE

2.1 PENGENALAN

Kajian ini adalah untuk mengenal pasti hubungan antara kepuasan pelanggan yang melibatkan kualiti dan harga barangan cenderamata. Dalam bab ini, pengkaji akan menjelaskan secara terperinci mengenai teori yang sesuai bagi setiap pemboleh ubah.

2.2 KAJIAN LITERATURE

Kajian literature adalah mengenai kajian penyelidikan yang lepas oleh penyelidik lain. Pengaji telah memilih kajian yang paling dekat dan berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang melibatkan kualiti produk dan harga.

2.2.1 Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah satu kaedah penilaian dalam mengintrepetasikan keberkesanan terhadap penyediaan kualiti produk mahupun perkhidmatan ke arah yang lebih baik. Menurut Faiz Nasir dan Lee (2011), kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci kepada sesebuah perniagaan dimana ianya dinilai oleh para pelanggan mengikut kepada beberapa aspek. Dengan

kata lain, kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana segala keinginan, kehendak, keperluan serta harapan seseorang pelanggan itu dapat dipenuhi. Kepuasan itu dapat dinilai dalam beberapa aspek yang mementingkan segala harapan serta keinginan para pelanggan.

Manakala menurut Fauzwadi Ali, Abu Hamed, dan Nasri Hussain (2013), kepuasan pelanggan merupakan sikap atau perasaan pelanggan terhadap produk atau perkhidmatan selepas menggunakan produk tersebut. Kepuasan pelanggan ini saling berkait rapat antara nilai perkhidmatan yang diterima dengan jangkaan terhadap perkhidmatan yang diharapkan. Fauzwadi et al. (2013) juga turut menyatakan bahawa prestasi perkhidmatan atau produk memainkan peranan penting dalam aspek kepuasan pelanggan. Apabila prestasi produk yang memuaskan ditawarkan kepada pengguna melebihi jangkaan mereka, pengguna akan merasa sangat berpuas hati dengan kualiti perkhidmatan atau produk tersebut.

Menurut Zuraini (2014), kepuasan pelanggan merupakan satu penilaian subjektif yang melibatkan beberapa faktor iaitu psikologi, emosi dan rohani seseorang individual yang akan menghasilkan penilaian terhadap tahap kepuasan berdasarkan pemerhatian, keyakinan, dan keamatan apabila menggunakan sesuatu perkhidmatan atau produk (dipetik daripada Zulkifli, 2011).

2.2.2 Kualiti Produk

Menurut Eriyanto pada tahun 2011, kualiti produk adalah salah satu faktor kepada penilaian kepuasan pengguna setelah melakukan pembelian sesuatu produk tersebut. Pengguna akan lebih tertarik dengan produk yang mempunyai kualiti yang bagus serta dapat memenuhi kehendak dan keperluan mereka. Kualiti produk yang bagus bukan sahaja dapat menarik minat pengguna sedia ada malahan ia juga dapat menarik minat pengguna baru untuk mencuba produk yang ditawarkan. Eriyanto (2011) turut menyatakan bahawa kualiti produk yang memenuhi kepuasan pelanggan akan menyebabkan pelanggan berminat untuk membeli produk tersebut. Bermula daripada kualiti produk yang bagus, maka akan terbentuknya kepercayaan pengguna terhadap produk yang ditawarkan.

Selain itu, Fauzwadi Ali, Abu Hamed, dan Nasri Hussain (2013) turut menyatakan bahawa kualiti produk dan perkhidmatan menjadi salah satu rujukan kepada setiap pelanggan dalam menilai sesuatu produk atau sesebuah organisasi. Kualiti produk ini dapat dikaitkan dengan sifat sesuatu produk.

Menurut Fadilah, Safura dan Khairuddin (2014), kualiti produk dan perkhidmatan merupakan penilaian pelanggan selepas menggunakan produk atau perkhidmatan dengan membandingkan harapan dan pandangan sedia ada terhadap produk dan perkhidmatan yang disediakan.

Albertus (2012), ada menyebut mengenai kualiti produk adalah faktor utama kepada penilaian kepuasan pelanggan setelah produk tersebut selesai dibeli dan diguna pakai. Kualiti produk yang baik akan sentiasa memenuhi segala keinginan dan harapan pengguna.

2.2.3 Harga

Selain itu, di dalam kajian Eriyanto pada tahun 2011, menyatakan bahawa harga juga merupakan perkara terpenting dalam penilaian kepuasan pelanggan. Kenyataan ini adalah menyokong kepada kenyataan yang dikeluarkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1994) iaitu harga adalah salah satu faktor penting dalam kepuasan pengguna tetapi ianya jarang dikaji dalam kajian terdahulu.

Penetapan harga barangan haruslah bersesuaian dan ianya boleh diterima oleh pelanggan tanpa mengabaikan kualiti produk tersebut. Dengan kata lain, penetapan harga ke atas sesuatu produk haruslah selaras dengan kualiti produk tersebut. Muzammil, Sehrish dan Adnan (2010), mendefinisikan harga adalah jumlah wang yang dikenakan untuk produk atau perkhidmatan. Dengan kata lainnya, ia merupakan jumlah nilai yang diberikan oleh para pelanggan kepada peniaga untuk mendapat manfaat atau hak penggunaan sesuatu produk atau perkhidmatan. Penyataan ini turut disokong oleh Eriyanto (2011), pengertian harga adalah sejumlah wang yang diberikan pengguna kepada pemilik atau pengusaha untuk mendapatkan hak menggunakan sesuatu produk tersebut.

Menurut Albertus pada tahun 2012, harga adalah jumlah nilai pertukaran yang dibuat oleh pengguna bagi tujuan untuk memiliki atau menggunakan produk dan perkhidmatan yang nilainya ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau nilai yang telah ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama terhadap pembelian barangan.

Herrmann, Xia, Monroe dan Huber (2007) menyatakan bahawa harga bagi sesuatu produk adalah berdasarkan kepada kesesuaian barangan tersebut dan ianya menyokong kepada tahap

kepuasan pelanggan. Pelanggan melihat harga sesuatu produk itu adalah bersesuaian dengan kualiti atau prestasi. Selain itu, Herman et al. (2007) berpendapat bahawa tawaran harga yang memenuhi jangkaan seseorang pelanggan, akan menyebabkan kepuasan pelanggan tercapai dengan penilaian yang positif kepada sesuatu barangan tersebut.

Selain itu, Ardhana (2010) menyatakan harga merupakan satu sudut pandangan pelanggan kepada kepuasan pembelian. Harga menghubungkan pelanggan kepada manfaat yang akan dirasakan untuk sesuatu barangan atau perkhidmatan. Harga sesuatu barangan haruslah bersesuaian dengan kualiti yang diterima oleh pelanggan.

2.2.4 Barangan Cenderamata

Menurut Anwar Omar (n.d.), pelancongan terbahagi kepada lima kategori iaitu, pelancongan etnik, pelancongan budaya, pelancongan sejarah, pelancongan environmental dan pelancongan rekreasi (dipetik daripada Smith, 1979). Pelancongan budaya itu merujuk kepada aktiviti budaya yang menjadikan ia sebagai daya tarikan utama seperti barangan perusahaan dan kraftangan, persembahan, cara hidup, seni bina, warisan budaya dan segala jenis unsur yang bercirikan cara hidup masyarakat di sesebuah destinasi.

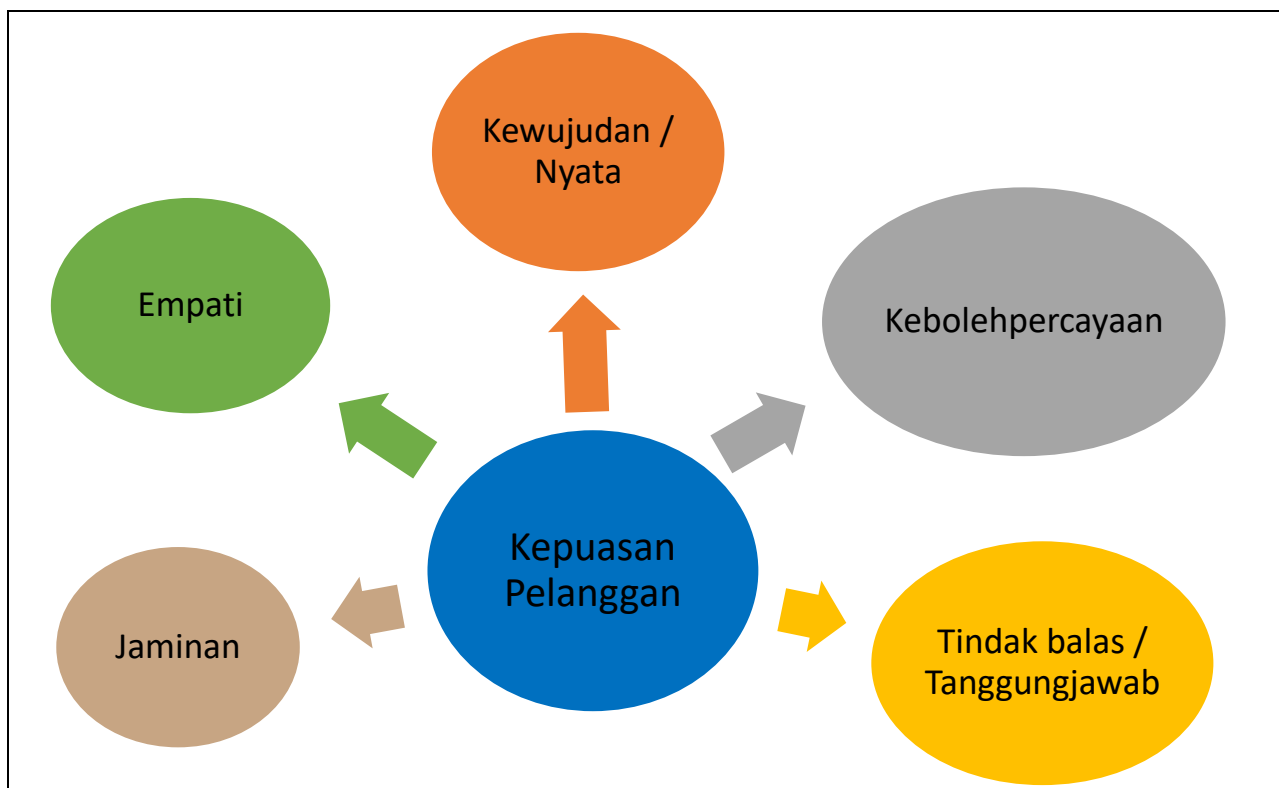
Seterusnya, Izazi Bustaman (n.d.), menyatakan bahawa wujudnya perkaitan antara pelancongan dengan cenderahati. Ini dimana, sebahagian daripada pelancong menjadikan aktiviti membeli barangan cenderahati sebagai salah satu hobi utama mereka semasa melancong.

Miki Nomura (2002), berpendapat bahawa cenderamata adalah satu bentuk objek yang boleh dikumpul atau dibeli oleh pelancong sebagai tanda peringatan kepada tempat yang

dilawatinya atau dalam erti kata lain, melambangkan kenangan seseorang melancong di sesuatu tempat. Cenderamata terdiri daripada pelbagai jenis seperti kraftangan, baju, dan lain-lain lagi.

2.3 TEORI RANGKA KERJA

2.3.1 Model SERVQUAL



Rajah 2.3.1 : Model Kepuasan Pelanggan (Parasuraman, Berry, dan Zeithaml, 1988)