

PERAN SERVICESCAPE DALAM PENYELENGGARAAN SEBUAH EVENT (Studi Kasus : 8th Annual National Guiding Competition 2018)

Stephanie Theodora Mulyono

Email: stephanie.mulyono@uph.edu

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Pelita Harapan

Abstract: This research analyzes the role of servicescape in organizing an event. The unit analysis is an event organized by the Travel Industry Management Study Program, School of Hospitality and Tourism, Universitas Pelita Harapan, namely the 8th Annual National Guiding Competition 2018. The main objective of this research is to see the effect of servicescape on the satisfaction of stakeholders of the guiding competition event. Sampling was done by means of simple random sampling. The data obtained to analyze the independent variable (servicescape) on the dependent variable (satisfaction). The results showed that the servicescape had a significant effect on the satisfaction of the stakeholders of the guiding competition event.

Abstrak: Penelitian ini menganalisis peran servicescape dalam penyelenggaraan sebuah event. Yang menjadi unit analisis adalah event yang diselenggarakan oleh program studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan yaitu 8th Annual National Guiding Competition 2018. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh servicescape terhadap kepuasan para pemangku kepentingan event kompetisi memandu. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara simple random sampling. Data yang diperoleh untuk menganalisis pengaruh variabel bebas (servicescape) terhadap variabel terikat (satisfaction). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari servicescape terhadap kepuasan para pemangku kepentingan event kompetisi memandu.

Keywords: ambient factor, design factor, guiding competition, servicescape, social factor, satisfaction.

PENDAHULUAN

Industri konferensi dan *event* di Indonesia sudah mulai berkembang sejak tahun 1990-an. Perkembangan industri konferensi dan *event* di Indonesia semakin terbuka luas dengan adanya UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Dalam UU tersebut menyatakan bahwa penanganan wisata konvensi/konferensi hanya dapat dilakukan oleh perusahaan yang diberi izin khusus dalam menangani penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran.

Meningkatnya penyelenggaraan *event* sangat terkait dengan kebutuhan akan pentingnya waktu berlibur, suatu perayaan untuk kebutuhan sosial bermasyarakat yang sekaligus menjadi hiburan, serta dalam kerangka yang bertujuan untuk pendidikan. Penyelenggaraan *event* juga sering dilakukan dalam institusi pendidikan. Mulai dari *event*

yang bertujuan untuk pemasaran hingga *event* yang bertujuan untuk mengedukasi para siswanya. *Event* diselenggarakan dalam skala lokal, nasional, bahkan internasional. Bentuk *event* yang diselenggarakan pun bermacam-macam, seperti festival, *talk show*, *gathering*, seminar dan kompetisi.

Setiap tahun, program studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan menyelenggarakan event dalam bentuk kompetisi memandu yang mengundang siswa SMK Pariwisata dan mahasiswa Universitas/Sekolah Tinggi/Akademi jurusan pariwisata. Kompetisi memandu ini menjadi ajang unjuk kemampuan dalam hal memandu bagi para peserta baik tingkat SMK maupun perguruan tinggi. Tujuan diselenggarakan kompetisi memandu ini adalah untuk mengetahui seberapa luas pengetahuan dan wawasan peserta kompetisi mengenai topik pemanduan tertentu, serta

menguji teknik pemanduan dari para peserta. Selain itu, kompetisi ini juga sebagai wadah bagi mahasiswa program studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan untuk terlibat aktif dalam pengaplikasian materi *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition* (MICE) yang telah diajarkan sebelumnya. Penyelenggaraan event ini juga bertujuan untuk menunjukkan eksistensi mahasiswa program studi Usaha Perjalanan Wisata, baik di lingkungan Universitas Pelita Harapan maupun di luar Universitas Pelita Harapan. Dalam kompetisi memandu ini, mahasiswa program studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan bertindak sebagai panitia pelaksana dengan bimbingan dosen mata kuliah yang bersangkutan. Panitia tersebut menyiapkan mulai dari proposal, pelaksanaan, hingga laporan akhir. Panitia terbagi menjadi beberapa divisi dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing untuk menciptakan sebuah lingkungan agar event kompetisi memandu dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Bitner (1992) menyebutkan lingkungan buatan (*built environment*) sebagai *servicescape* yang dapat memengaruhi konsumen dan karyawan, dalam penelitian ini peserta, penonton dan panitia. Menurut Bitner (1992), terdapat tiga dimensi *servicescape* yaitu *ambient conditions* (temperatur, kualitas udara, suara, musik, aroma, dan lainnya), *space/function* (tata ruang, peralatan, perabotan, dan lainnya), serta *signs, symbols, and artifacts* (*signage*, artefak, dekorasi, dan lainnya). Hightower (2010) juga membagi *servicescape* menjadi tiga dimensi yaitu *ambient*, *social* (karyawan dan konsumen), serta *design* (estetika dan fungsional).

Dalam *servicescape*, lingkungan fisik memainkan peran yang penting dalam mengukur kepuasan konsumen. Peran *servicescape* menjadi penting karena kualitas dari lingkungan layanan di mana jasa tersebut disampaikan secara positif akan berkaitan dengan kepuasan konsumen. Sebaliknya, kualitas dari lingkungan layanan di mana jasa tersebut disampaikan secara negatif akan

berkaitan dengan keluhan konsumen (Raza, 2013). Penilaian konsumen mengenai kinerja layanan juga memiliki pengaruh kuat dalam kepuasan (Raza, 2013).

Demikian pula dengan *servicescape* seperti suasana, hubungan sosial, dan desain pada sebuah event berperan penting dalam kepuasan para pemangku kepentingan event. Kualitas *servicescape* seperti suasana ruangan, interaksi sosial antara panitia, peserta, dan penonton, serta tata letak ruangan dari event kompetisi memandu dapat memengaruhi kepuasan dari para pemangku kepentingan event.

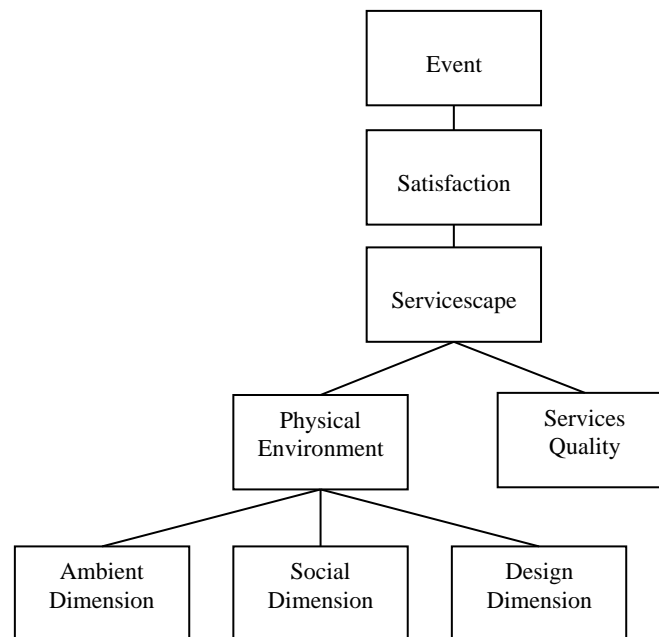
Pemangku kepentingan dalam event kompetisi memandu dibagi menjadi tiga yaitu panitia pelaksana event, peserta kompetisi, dan penonton atau pendukung peserta. Kepentingan tiap pemangku kepentingan kompetisi memandu berbeda-beda. Panitia pelaksana yang menciptakan *servicescape* mengharapkan event dapat berjalan dengan baik dan lancar. Peserta kompetisi mengharapkan dengan adanya *servicescape* yang sudah diciptakan oleh panitia dapat membuat para peserta tampil dengan baik. Penonton atau pendukung peserta mengharapkan *servicescape* yang diciptakan panitia dapat membuat nyaman selama mengikuti event kompetisi memandu.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan dari para panitia, peserta, dan penonton kompetisi memandu terhadap lingkungan fisik yang telah direncanakan oleh panitia. Untuk itu, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *ambient dimension* terhadap kepuasan para pemangku kepentingan event kompetisi memandu
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *social dimension* terhadap kepuasan para pemangku kepentingan event kompetisi memandu
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *design dimension* terhadap kepuasan para pemangku kepentingan event kompetisi memandu

Jika digambarkan, kerangka berpikir akan tampak pada gambar 1.

Gambar 1 Kerangka Berpikir



Batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas tiga dimensi *servicescape* menurut Hightower pada sebuah *event* dalam bentuk kompetisi.
2. Analisis penelitian ini hanya menggunakan regresi sederhana.
3. Obyek penelitian hanya pada satu event yang diselenggarakan oleh program studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Pelita Harapan.
4. Responden penelitian terbatas pada panitia, peserta dan penonton kompetisi memandu.

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan observasi, kuesioner, dan kepustakaan. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan membagikan kuesioner yang berisi 37 poin pernyataan kepada responden. Responden dalam penelitian ini terbatas pada panitia, peserta, dan penonton yang terlibat dalam event kompetisi memandu yaitu sebanyak 188 orang.

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert mengharuskan subyek mengindikasikan pernyataan yang berkaitan dengan perilaku suatu obyek berdasarkan tingkatan (Rangkuti,

2009). Kesemua nilai pernyataan tersebut kemudian digabung sehingga dapat diperoleh nilai total yang dapat menggambarkan obyek yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan instrumen skala Likert dengan lima tingkatan, yaitu:

Skala 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

Skala 2: Tidak Setuju (TS)

Skala 3: Ragu-Ragu (R)

Skala 4: Setuju (S)

Skala 5: Sangat Setuju (SS)

Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas dan realibilitas untuk mengukur kuesioner yang ada. Data yang diperoleh diolah menggunakan SPSS. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah Ambient Dimension (X1), Social Dimension (X2), dan Design Dimension (X3), sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan atau Satisfaction (Y). Data yang diperoleh dianalisis dengan metode analisis data regresi sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah event 8th Annual National Guiding Competition 2018 yang diselenggarakan oleh program studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Kompetisi ini merupakan bagian dari rangkaian event tahunan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan yaitu Hospitour. Yang menjadi panitia penyelenggara event adalah mahasiswa program studi Usaha Perjalanan Wisata yang sedang mengambil mata kuliah MICE. Event ini diselenggarakan selama dua hari. Hari pertama adalah kompetisi memandu untuk tingkat SMK, dan hari kedua adalah kompetisi memandu tingkat perguruan tinggi. Lokasi penyelenggaraan event di ruang serba guna *Mission Youth for Christ* (MYC) Universitas Pelita Harapan.

Profil Responden

Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah panitia, peserta kompetisi, dan penonton. Jumlah responden adalah 188 orang, dengan rincian 26 responden adalah panitia pelaksana kompetisi, 29 responden adalah peserta kompetisi, dan 133 responden adalah penonton yang merupakan pendukung dari peserta, baik guru atau dosen, teman, dan juga orang tua peserta. Berdasarkan jenis kelamin, responden pria lebih sedikit dibandingkan dengan responden wanita, yaitu 54 responden pria, dan 134 responden wanita, yang mayoritas berusia ≤ 20 tahun (122 responden).

Analisis Deskriptif

Bitner (1992) menyebutkan lingkungan buatan (*built environment*) sebagai *servicescape* yang dapat memengaruhi konsumen dan karyawan. Menurut Bitner (1992), terdapat tiga dimensi *servicescape* yaitu *ambient conditions* (temperatur, kualitas

udara, suara, musik, aroma, dan lainnya), *space/function* (tata ruang, peralatan, perabotan, dan lainnya), serta *signs, symbols, and artifacts* (signage, artefak, dekorasi, dan lainnya). Hightower (2010) juga membagi *servicescape* menjadi tiga dimensi yaitu *ambient, social* (karyawan dan konsumen), serta *design* (estetika dan fungsional).

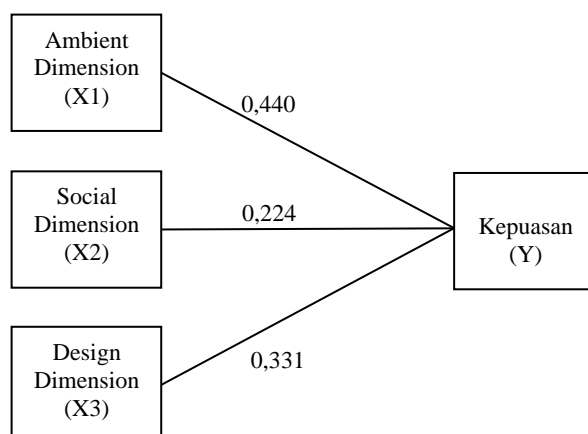
Dalam *servicescape*, lingkungan fisik memainkan peran yang penting dalam mengukur kepuasan konsumen karena kualitas dari lingkungan layanan di mana jasa tersebut disampaikan secara positif akan berkaitan dengan kepuasan konsumen. Sebaliknya, kualitas dari lingkungan layanan di mana jasa tersebut disampaikan secara negatif akan berkaitan dengan keluhan konsumen (Raza, 2013). Penilaian konsumen mengenai kinerja layanan juga memiliki pengaruh kuat dalam kepuasan (Raza, 2013).

Servicescape seperti suasana, hubungan sosial, dan desain pada sebuah event berperan penting dalam kepuasan para pemangku kepentingan event. Kualitas *servicescape* seperti suasana ruangan, interaksi sosial antara panitia, peserta, dan penonton, serta tata letak ruangan dapat memengaruhi kepuasan dari para pemangku kepentingan event.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Dari uji statistik t didapati bahwa probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *satisfaction* dipengaruhi oleh *ambient factor, social factor, dan design factor*.

Gambar 2 Model Regresi



Dari gambar 2 dapat dilihat bahwa *ambient factor* yang paling memengaruhi *satisfaction* dibandingkan dengan *social factor* dan *design factor*. *Ambient factor* memengaruhi *satisfaction* sebesar 0,440. Yang termasuk *ambient factor* dalam penelitian ini adalah kebersihan ruangan, suhu AC, pencahayaan atau penerangan ruangan, penggunaan *soundsystem* dan musik, serta aroma di dalam ruangan. Dalam pelaksanaan event 8th Annual National Guiding Competition 2018, ruangan yang digunakan adalah ruang serbaguna *Mission Youth for Christ* (MYC) di Universitas Pelita Harapan yang selalu dijaga kebersihannya oleh petugas kebersihan kampus. Mahasiswa yang menggunakan *lounge* MYC pun turut menjaga kebersihan di area MYC, sehingga area MYC baik ruang serbaguna maupun *lounge* selalu terlihat bersih. Hal ini tentu membuat nyaman orang yang menggunakan area MYC. Karena ruangan selalu bersih, maka aroma dalam ruangan pun cukup segar walaupun tanpa pewangi ruangan. Sementara untuk pendingin ruangan (AC) menggunakan AC pusat sehingga suhu seluruh ruangan sama. Suhu dikondisikan tidak terlalu dingin supaya yang tidak terbiasa suhu dingin juga tetap merasa nyaman. Selain suhu yang dibuat nyaman, penonton dalam ruang kompetisi juga dibuat nyaman dengan alunan musik yang diputar sebelum atau saat jeda acara. Alunan musik ini diperlukan untuk mengisi kekosongan agar penonton tidak bosan. Jenis musik yang diputar adalah musik yang ringan dan riang supaya penonton tetap semangat mengikuti event. Untuk pencahayaan ruangan, panitia mengondisikan ruangan cukup terang sehingga membuat nyaman peserta yang tampil, dewan juri yang memberikan penilaian, dan juga penonton yang mendukung event.

Faktor kedua yang memengaruhi *satisfaction* adalah *design factor* yaitu sebesar 0,331. *Design factor* dalam penelitian ini meliputi tata letak ruangan, kenyamanan ruangan dan fasilitas pendukung, serta kebersihan fasilitas pendukung. Ruang MYC yang digunakan untuk acara kompetisi memandu berada tidak jauh dari gerbang utama Universitas Pelita Harapan (UPH). Karena area kampus UPH sangat luas, tamu yang datang dapat masuk lewat gerbang utama kemudian melewati area *Food Junction* (FJ) dan naik ke lantai dua menuju MYC dari

tangga yang tepat berada di samping FJ. Di area MYC terdapat *lounge* untuk mahasiswa, ruang serbaguna, dan akses menuju kolam renang MYC serta kamar kecil yang bersih. *Lounge* mahasiswa merupakan tempat untuk mahasiswa belajar dan membuat tugas atau sekedar beristirahat menunggu perkuliahan berikutnya. *Lounge* tersebut dibuat nyaman dengan kursi sofa, suhu ruangan yang sejuk, bahkan televisi, DVD *player* dan meja billiar. Di *lounge* inilah ruang tunggu atau karantina bagi peserta kompetisi memandu.

Faktor ketiga yang memengaruhi *satisfaction* adalah *social factor* yaitu sebesar 0,224. Faktor sosial yang dimaksud adalah kinerja dari panitia, serta sikap dan respon baik dari peserta maupun penonton. Dalam event 8th Annual National Guiding Competition 2018, yang menjadi panitia pelaksana adalah mahasiswa program studi Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2017 sebanyak 24 orang. Pada hari pelaksanaan, mahasiswa terbagi dalam beberapa tanggung jawab seperti acara, registrasi ulang, *liason officer* (LO), konsumsi, dokumentasi, dan perlengkapan. Tamu yang datang dalam hal ini peserta dan penonton akan disambut dan diarahkan oleh LO menuju lokasi kompetisi dan registrasi ulang. Peserta kompetisi melakukan pendaftaran ulang untuk mendapat nomor urut tampil dan menyelesaikan biaya pendaftaran. Setelah registrasi ulang, tamu dipersilakan masuk dalam ruang kompetisi untuk mengikuti pembukaan event. Event dibuka dengan doa dan sambutan dari Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata. Setelah itu, pembawa acara menginformasikan tata tertib kompetisi dan mempersilakan peserta menuju ruang karantina diantar oleh LO. Peserta yang akan tampil dibantu oleh tim perlengkapan untuk memasang *clip-on* dan menyiapkan alat peraga yang akan digunakan. Setelah tampil, peserta diberikan *snack box* oleh tim konsumsi. Keseluruhan event kompetisi memandu ini didokumentasikan oleh tim dokumentasi dengan kamera foto dan video.

Acara 8th Annual National Guiding Competition 2018 ini diikuti oleh sembilan SMK dan lima perguruan tinggi. Lebih banyak SMK dari pada perguruan tinggi yang mengikuti acara ini karena tanggal pelaksanaan berdekatan dengan tanggal ujian tengah semester di beberapa perguruan tinggi. Setiap SMK dan perguruan tinggi membawa

pendukung yang merupakan guru atau dosen pendamping, teman, bahkan orang tua. Interaksi antar penonton terlihat saat istirahat, di mana penonton saling berbicara dan berkenalan satu dengan yang lain.

Setelah pengumuman pemenang kompetisi memandu, para pemenang berfoto bersama dewan juri dan Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata. Kemudian dilanjutkan dengan foto bersama seluruh peserta. Selesai berfoto, para peserta dan penonton saling mengucapkan selamat. Sebagai ucapan terima kasih, panitia berjejer dipintu keluar untuk mengucapkan terima kasih dan sampai jumpa kepada para tamu yang meninggalkan lokasi kompetisi.

Koefisien Determinasi

Dari hasil olah data menggunakan program SPSS, didapat besarnya R adalah 0,848, yang artinya *servicescape* dan *satisfaction* berkorelasi kuat dan searah. Besarnya adjusted R² adalah 0,714 atau 71,4%. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa *satisfaction* dijelaskan oleh *ambient factor*, *social factor*, dan *design factor* sebesar 71,4%, sedangkan sisanya sebesar 28,6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak masuk dalam model. Oleh karena itu, dalam penyelenggaraan sebuah event, *ambient factor*, *social factor*, dan *design factor* harus diperhatikan.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 156,928 dengan probabilitas 0,000. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi *satisfaction*. Dengan kata lain, *ambient factor*, *social factor*, dan *design factor* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *satisfaction*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Servicescape dan *satisfaction* berkorelasi kuat dan searah. Hal ini didapat dari hasil R = 0,848, yang artinya variabel X (*servicescape*) berpengaruh kuat pada variabel Y (*satisfaction*). Faktor-faktor *servicescape* seperti *ambient factor*, *social factor*, dan *design factor*, memiliki peranan penting dalam penyelenggaraan sebuah event. Hal ini dibuktikan dari hasil olah data dengan nilai

signifikansi < 0,05, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa *ambient factor*, *social factor*, dan *design factor* harus diperhatikan dalam penyelenggaraan sebuah event. *Ambient factor* dalam penelitian ini meliputi kebersihan ruangan, suhu AC dalam ruangan, pencahayaan atau penerangan dalam ruang tunggu dan ruang kompetisi, suara (*soundsystem* yang digunakan), musik yang diputar sebelum atau saat jeda acara, serta aroma di dalam ruang tunggu dan ruang kompetisi. Sedangkan *social factor* meliputi kinerja panitia, dan sikap serta respon dari peserta maupun penonton acara kompetisi memandu. *Design factor* meliputi tata letak ruangan, dan kenyamanan serta kebersihan ruangan dan fasilitas pendukung seperti kamar kecil.

Dari hasil uji statistik t, dapat disimpulkan bahwa dalam penyelenggaraan event, faktor *servicescape* yang paling berpengaruh adalah *ambient factor*, diikuti dengan *design factor*, dan yang terakhir adalah *social factor*. Oleh karena itu, panitia penyelenggara harus memperhatikan *ambient factor* dari acara seperti kebersihan ruangan, suhu AC dalam ruangan, pencahayaan atau penerangan dalam ruangan, penggunaan *soundsystem*, musik yang diputar, serta aroma ruangan. Berikutnya yang perlu menjadi perhatian adalah *design factor* seperti tata letak ruangan, dan kenyamanan serta kebersihan ruangan dan fasilitas pendukung. Dari *social factor*, yang harus diperhatikan adalah kinerja yang baik dari panitia, supaya pemangku kepentingan event dapat memberikan respon yang baik juga selama mengikuti event.

Saran

Penelitian ini masih sangat terbatas, saran untuk penelitian berikutnya adalah mengembangkan unit dari penelitian ini menjadi event dengan skala yang lebih besar dan luas. Selain itu, dapat diteliti juga faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini seperti kemasan event, lokasi dan pemilihan waktu penyelenggaraan, serta biaya keikutsertaan. Untuk penelitian berikutnya, dapat dilanjutkan dengan meneliti loyalitas dari para peserta maupun penonton untuk mengikuti event kompetisi memandu lagi.

Kepustakaan

- Abdullah, Iqbal Alan (2009). Manajemen Konferensi dan Event. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Bitner, Mary Jo (1992). Servicescape: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees, *Journal of Marketing*, 55, 57-71.
- Fitzsimmons, James A. And Fitzsimmons, Mona J. (2011). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology. New York: McGraw-Hill.
- Getz, Donald (2007). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research, *Tourism Management*, 29 (2008), 403-428.
- Ghozali, H. Imam, Prof. Dr. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goldblatt, Joe, Dr. CSEP. (2008). Special Events: The Roots and Wings of Celebration. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Hightower, Roscoe (2010). Commentary on Conceptualizing The Servicescape Construct in 'A Study of The Service Encounter in Eight Countries', *Marketing Management Journal*, 20 (1), 76-86.
- Lind, Douglas A., Marchal, William G., and Wathen, Samuel A. (2012). Statistical Techniques in Business & Economics. New York: McGraw-Hill.
- Malhotra, Naresh K. (2010). Marketing Research: An Applied Orientation. New Jersey: Pearson Education.
- Matthews, Doug (2008). Special Event Production: The Process. Great Britain: Elsevier.
- Rangkuti, Freddy (2009). Riset Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Raza, Kiran (2013). Impact of Servicescape on Customer Satisfaction, *International Journal of Economics, Business and Social Sciences*, 1 (1), 47-66.
- Sekaran, Uma and Bougie, Roger (2010). Research Methods for Business: A Skill Building Approach. United Kingdom: Wiley.
- Torres, Edwin N. And Kline, Sheryl (2006). From Satisfaction to Delight: A Model for The Hotel Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18 (4), 290-301.
- Wagen, Lynn Van Der and Carlos, Brenda R. (2005). Event Management for Tourism, Cultural, Business, and Sporting Event. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo, and Gremler, Dwayne D. (2009). Services Marketing. New York: McGraw-Hill.