



Klanttevredenheid van gasten van Worldhotel Grand Winston

Eindscriptie

Floor Gostelie

Leiden, 26 mei 2014

Gegevens

Opdrachtgever:	Worldhotel Grand Winston Generaal Eisenhowerplein 1 2288 AE Rijswijk
Bedrijfsbegeleider:	Amber Rap Manager sales & marketing
Opdrachtnemer:	Floor Gostelie S1063701
Educatie:	Hogeschool Leiden
Opleiding:	Communicatie
Cursuscode:	CO416AO
Groep:	COM4C
Eerste beoordelaar:	Uta Schmidt
Tweede beoordelaar:	Martien Schriemer
Afstudeerbegeleider:	Elianne Caljouw
Datum afronding:	26 mei 2014
Versie:	Eindversie
Bronnen afbeeldingen:	Worldhotels. (2014). Worldhotel Grand Winston. (2013).

Samenvatting

Worldhotel Grand Winston, onderdeel van Worldhotels is een zakenhotel in Rijswijk waar jaarlijks meer dan veertienduizend zakelijke gasten verblijven. Sommige van deze gasten zijn niet tevreden over hun verblijf zoals blijkt op hotelbeoordelingsinternetsites. Het management van het hotel wil weten waar dit door komt, wat zij er aan kunnen doen om dit te verbeteren en laten hiertoe een onderzoek uitvoeren. De probleemstelling van dit onderzoek luidt: “Wat zijn de wensen en behoeften van gasten van Worldhotel Grand Winston ten aanzien van hun verblijf en hoe kan het management van het hotel de tevredenheid van zijn gasten beïnvloeden?”

Een Literatuuronderzoek heeft een theoretisch kader en een conceptueel model opgeleverd. De theorie die volgens de gehanteerde criteria aansluit op het onderzoek van naar klanttevredenheid, is het Total Perceived Service Quality model dat ontwikkeld is door Grönroos (1990). De klanttevredenheid voor dit onderzoek wordt bepaald aan de hand van de ervaring, de verwachting en de beleving die gasten hebben ten aanzien van hun verblijf. Op basis daarvan zijn onderzoeksvragen in de vorm van hypothesen opgesteld voor het huidige onderzoek.

Voor het empirisch onderzoek is gekozen voor een survey aan de hand van een vragenlijst. Uit de zakelijke doelgroep is een steekproef getrokken met een representativiteit van 79 procent. De doelgroep bestond uit 158 respondenten die zijn bevestigd door middel van een vragenlijst die is afgenomen door de onderzoeker. De vragenlijst is opgezet om de gestelde hypothesen te toetsen. Drie onderzoeksvragen richten zich op de beïnvloedingsfactoren van de ervaren kwaliteit en drie op de verwachte kwaliteit. De resultaten, alsmede hun onderlinge samenhang zijn hierbij geanalyseerd met behulp van de statistieksoftware SPSS. De significantie van en correlatie tussen de onderzoeksdata bepalen de mate waarin de hypothesen stand houden dan wel verworpen moeten worden. Hieruit blijkt uiteindelijk in hoeverre de ervaren kwaliteit van de dienstverlening overeenkomt met de verwachte kwaliteit. De mate waarin dat het geval is, bepaalt volgens het TPSQ-model van Grönroos in hoeverre de klant tevreden is over de verleende diensten van het Worldhotel Grand Winston.

De resultaten uit de survey geven aan dat deelaspecten locatie en hygiëne hoge gemiddelde scores hebben en van het grootste belang worden geacht. Bij *service delivery* scoren de receptie en de klantenservice hoge gemiddelden. Klantvriendelijkheid scoort als hoogste, met een groot belang. Aan parkeren, faciliteiten en *food & beverage* wordt het minste belang toegekend door de respondenten. Verder blijkt dat de locatie van het hotel en de hygiëne van het verblijf voor de respondenten van groot belang zijn om tevreden te zijn en terug te keren naar het hotel. De resultaten laten tevens zien dat de respondenten het minst tevreden zijn over het comfort en de faciliteiten van hun verblijf, terwijl uit de open vragen blijkt dat deze deelaspecten wel belangrijk worden gevonden om terug te keren naar het hotel. Tot slot tonen de resultaten dat het management van Worldhotel Grand Winston de tevredenheid van nieuwe en terugkerende gasten kan beïnvloeden door te investeren in de deelaspecten ‘comfort’ en ‘faciliteiten’. Het management van het hotel moet met name in deze deelaspecten investeren om het verblijf aangenaam te maken, waardoor hun gasten uiteindelijk meer tevreden zullen zijn. Op basis van het huidige onderzoek worden hiertoe een aantal voorlopige aanbevelingen gedaan. Nader onderzoek, met een hogere representativiteit, zou moeten worden gedaan om verdere aanbevelingen te kunnen doen.

Inhoudsopgave

<u>1. Inleiding</u>	3
<u>Situatieschets organisatie</u>	4
<u>2. Probleemformulering</u>	7
2.1. Aanleiding	7
2.2. Probleemstelling	7
2.3. Doelstelling	7
2.4. Onderzoeksvragen	8
2.5. Doelgroep	8
2.6. Grenzen van het onderzoek	8
<u>3. Theoretisch Kader</u>	10
3.1. Definities	10
3.2. Theorieën	11
3.2.1. Total Perceived Service Quality	11
3.2.2. Het Servqual-model	13
3.3. Review op de theorieën	15
3.4. Conceptueel model	17
3.5. Hypotheses	18
<u>4. Methodologie</u>	19
4.1. Onderzoeksmethoden	19
4.2. Theoretisch onderzoek	20
4.3. Empirisch onderzoek	20
4.3.1. Kwantitatief onderzoek	21
4.3.2. Meetinstrument	21
4.4. Materiaalverzameling en operationalisatie	24
4.5. Operationalisatie hypothesen	26
4.6. Evaluatie methodologie	27
<u>5. Resultaten</u>	29
5.1. Respondenten	29
5.2. Toetsen	29
5.3. Belangrijke deelaspecten voor tevredenheid	30
5.4. Ervaring van respondenten per deelaspect	31
5.5. Totaaltevredenheidsbeoordeling en aansluiting op verwachting van respondenten	34
5.6. Ervaring van verblijf ten opzichte van verwachting	35
5.7. Tevredenheid per deelaspect ten opzichte van verwachting	36
5.8. Tevredenheid van respondenten die zijn aangeraden tegenover verwachtingen	37
5.9. Resultaten voor probleemstelling	38
<u>6. Conclusie</u>	39
<u>7. Aanbeveling</u>	41

<u>8. Implementatieplan</u>	43
-----------------------------------	----

<u>Literatuurlijst</u>	46
------------------------------	----

Bijlage I. Topic Guide

Bijlage II. Hotel internetbeoordelingssites

Bijlage III. Vragenlijst

Bijlage IV. Formule steekproefgrootte

Bijlage V. Analyseplan

Bijlage VI. Resultaten in grafieken en tabellen

Bijlage VII. Resultaten open vragen

Bijlage VIII. Aanbeveling

1. Inleiding

Het Worldhotel Grand Winston¹ is een zakenhotel in Rijswijk, Zuid-Holland en maakt deel uit van Worldhotels². Deze keten is een collectie van onafhankelijke hotels en is wereldwijd verspreid. De hotelketen heeft 500 hotels in meer dan 250 bestemmingen en 65 landen.

Sommige gasten die in het Worldhotel Grand Winston verbleven, blijken niet tevreden over bepaalde aspecten van het hotel, zoals van de beoordelingen op hotel internetbeoordelingssites is af te lezen³. Het management van Worldhotel Grand Winston is niet bekend met de reden voor deze beoordelingen. Daarom wil het management weten waar het in de dienst niet voldoet aan de wensen en behoeften van gasten. Een klanttevredenheidsonderzoek onder de gasten van Worldhotel Grand Winston geeft inzicht in de redenen van deze beoordelingen, waardoor voor het management wordt achterhaald wat het moet doen om de gasten van het hotel in het vervolg tevreden te stellen.

Deze aanleiding resulteert in de volgende probleemstelling: *“Wat zijn de wensen en behoeften van gasten van Worldhotel Grand Winston ten aanzien van hun verblijf in het hotel en hoe kan Worldhotel Grand Winston de tevredenheid van zijn gasten beïnvloeden?”*

Het klanttevredenheidsonderzoek wordt uitbesteed aan een Communicatiestudent van Hogeschool Leiden die de opdracht op zich neemt voor het afstudeertraject.

Dit onderzoeksrapport bestaat uit verschillende onderdelen te beginnen bij de probleemformulering (2). Nadat deze wordt toegelicht, volgt het literatuuronderzoek dat het theoretisch kader (3) vormt. Vervolgens wordt de methodologie (4) van het onderzoek verantwoord, waarin onder andere de operationalisatie van het onderzoek aan bod komt. Het hoofdstuk daarna belicht de resultaten (5) die voortkomen uit het empirische onderzoek. Om deze resultaten te verwerken voor het onderzoek, worden diverse conclusies getrokken en beargumenteerd (6). Uit deze conclusies volgt de aanbeveling (7). Tot slot wordt de haalbaarheid van de aanbeveling in het implementatieplan (8) beschreven.

¹ Worldhotel Grand Winston. (2013).

² Worldhotels. (2014).

³ Bijlage II.

Situatieschets organisatie

Worldhotel Grand Winston is onderdeel van de keten Worldhotels, welke meer dan 500 hotels heeft in meer dan 250 bestemmingen en 65 landen. De keten staat voor ‘Unieke hotels voor unieke mensen’⁴. De missie van het bedrijf is om zakelijke en recreatieve reizigers een gemakkelijke accommodatiemogelijkheid te bieden. Daarbij ligt de nadruk in het bijzonder op hotels met karakter en onderscheid. Worldhotels werkt met co-creaties om zijn gasten te laten profiteren van spaarprogramma’s zoals het *frequent flyer program* in samenwerking met Air France/KLM en Lufthansa. Hierdoor profiteren gasten van voordelen, waardoor zij eventueel een herhaalbezoek zullen doen aan het hotel.

Sinds 2012 maakt Worldhotel Grand Winston deel uit van deze keten. In het eerste jaar na de samenwerking bleken al snel positieve ontwikkelingen met nieuwe initiatieven die werden geïntroduceerd. Uit de jaarcijfers van Worldhotel Grand Winston blijkt dat de bezettingsgraad voor 2012 50,3 procent was, waar dat in 2011 nog 50,8 procent was. Het hotel heeft voornamelijk Britse, Amerikaanse, Franse, Nederlandse en Duitse gasten. De meeste zakelijke gasten komen voor een bezoek aan Shell.⁵

Het hotel is gebouwd in 2004 en heeft 252 kamers, zes moderne vergaderruimtes van verschillend formaat, een luxe restaurant ‘the Grand Canteen’ en een privé eetzaal. Het hotel vestigt zich in de Plaspoelpolder, waar tevens een aantal (internationale) commerciële bedrijven zijn gevestigd. Bovendien zijn de steden Den Haag en Delft vlakbij. Het hotel vestigt zich vlak naast snelwegen, waaronder de A4, de A12 en de A13. De Wifi is toegankelijk in alle kamers en openbare ruimtes in het hotel. Tot slot biedt het hotel ruime parkeergelegenheid en kunnen gasten onbeperkt gebruikmaken van de fitnessfaciliteiten.

Het sales & marketingteam van Worldhotel Grand Winston streeft ernaar het aantal boekingen (zowel zakelijk als *leisure*) te vergroten ten opzichte van het voorgaande jaar/voorgaande jaren. Vooral via persoonlijk netwerken en pr-activiteiten die regionaal worden ingezet, hebben effect op het aantal sales. De veelgebruikte marketingactiviteiten zijn offline en online media, *e-marketing*, *direct sales* en *advertising*. De concurrenten van Worldhotel Grand Winston passen deze instrumenten minstens zo nauwkeurig toe. De concurrentieanalyse geeft blijk van de grootste spelers op de markt ten opzichte van Worldhotel Grand Winston. Vervolgens wordt aan de hand van een SWOT een analyse gemaakt van de situatie waarin het hotel zich momenteel bevindt.

Concurrentieanalyse

Uit de concurrentieanalyse blijkt dat de concurrenten van Worldhotel Grand Winston zich vestigen in Den Haag en Rijswijk. Dit zijn zowel zakelijke hotels als *leisure* hotels. De grootste concurrenten zijn:

Uit de hotel internetbeoordelingen blijkt dat deze hotels (op het Bastion Hotel na) hoger worden beoordeeld door gasten die in de hotels zijn verbleven.⁶

Lokaal niveau (individuele zakelijke reiziger en lokale vergaderingen): direct concurrenten zijn: Hotel Savarin (Hampshire Classic), Van der Valk Nootdorp, Mövenpick Voorburg, NH Hotel Den Haag centrum en Hampshire hotel Delft Centre.

⁴ Worldhotel Grand Winston. (2014).

⁵ Worldhotel Grand Winston. (2012).

⁶ Bijlage II.

Regional level (regionale vergaderingen en MICE): directe concurrenten zijn: the Belair Hotel (Worldhotels), Mercure Den Haag centrum (Accor), Novotel Worldforum (Accor), Crowne Plaza The Hague en Bilderberg hotel Scheveningen (Worldhotels).

De marketinginstrumenten die worden ingezet door Worldhotel Grand Winston zijn geprinte media, online media zoals social media, ‘advertising’ door middel van evenementen, promoties op boekingssites, reisbureaus, etc.

SWOT

De SWOT-analyse beschrijft de interne en externe situatie van Worldhotel Grand Winston.

Strength

- Relatief nieuw gebouw (2004) met modern design. Voldoende openbare ruimte en ruime kamers. Het hotel heeft een klassieke uitstraling, waardoor zowel nationale als internationale gasten zich snel thuis voelen.
- Strategische locatie voor zakelijke reizigers: het hotel is gelegen op een bedrijventerrein tussen verschillende internationale bedrijven die overnachting (Shell , EPO , enz.) vereisen op een continue basis.
- Eigen gratis parkeerplaats met camerabewaking.
- In de directe omgeving van het hotel vestigt zich Station Rijswijk, met directe verbindingen naar Schiphol, Den Haag en Rotterdam.
- Openbaar vervoer (bus en tram) met verbindingen naar stadscentra van Den Haag, Delft en Scheveningen strand, direct aan de voorzijde van het hotel.
- Toegankelijkheid van de grote snelwegen A4 , A12 en A13. Toegankelijkheid van de luchthaven Schiphol en Rotterdam - The Hague Airport met de auto.
- De grootte van het hotel: Worldhotel Grand Winston staat met zijn 252 kamers op de vierde plaats van de grootste hotels in de omgeving van Den Haag.
- Gratis (beperkte) Wifi-toegang.

Weaknesses

- Hotel is niet opvallend. Routebeschrijving naar het hotel benodigd vanaf de snelweg en station. Binnen het hotel is het tevens niet duidelijk waar alle zalen en kamers zich vestigen. De bereikbaarheid van de hoofdingang vanaf de parkeerplaats is niet logisch.
- De welkomstruimte van het hotel is niet sfeervol.
- Glazen badkamers (privacy).
- Oudere televisies in de kamers.
- Ramen in kamers kunnen niet open.

Opportunities

- Sterke stijging van mogelijkheden om online verblijf te boeken op bijvoorbeeld Booking.com, HRS, Expedia, etc. Toegenomen beschikbaarheid en lagere prijzen

- Het gebruik van mobiele *smartphones* door consumenten en ontwikkeling van mobiele applicaties. Men kan een hotelreservering ieder moment en overal boeken via zijn *smartphone*.
- Toenemende populariteit van beoordelingen op websites zoals TripAdvisor, net als sociale media (Twitter, Facebook en Youtube). Iedereen kan op een openbaar forum over Worldhotel Grand Winston schrijven, waardoor gratis mond-tot-mondreclame en pr ontstaat. Dit kan echter ook worden gezien als een bedreiging, wanneer deze beoordelingen minder goed zijn.
- Toekomstig gebruik van 'LEDS *private dining room*'; restaurant, mobiele werkplek.
- Optimaliseren van naamsbekendheid in markt voor overnachtingen en boekingen.
- Stijging aantal vrouwelijke zakelijke reizigers: de stijging van vier procent vrouwen in de babyboomgeneratie resulteert in een toename van vrouwelijke zakenreizigers.
- Anticiperen op snelgroeiende mobiele technologie.
- De wensen en behoeftes van de babyboomgeneratie vertalen in het hotelverblijf.
- Opening van het onlangs gerenoveerde 'Broodfabriek' congrescentrum in de Plaspoelpolder gebied, dat grotere beurzen en conferenties zou kunnen aantrekken voor de buurt (bijvoorbeeld Koi Conventie die wordt aangegaan voor de komende vijf jaar).

Treats

- Plaspoelpoldergebied wordt beschouwd als de hoogste verhouding van leegstaande commerciële ruimte in de regio.
- Toenemende populariteit van hotelbeoordelingswebsites, evenals alle sociale media. Iedereen kan schrijven over Worldhotel Grand Winston op een publiek forum. Wanneer gasten niet tevreden zijn over hun verblijf en hier een beoordeling over geven op hotel beoordelingssites, kan dat de perceptie van de toekomstige gasten van het hotel beïnvloeden. Een slechte beoordeling kan letterlijk geld kosten.
- Toekomstige ontwikkeling van Shell International Corporation en in het bijzonder het Learning Center. Dit segment is goed voor meer dan vijftig procent van de omzet van het hotel. Shell voorziet een toename van de activiteit in Rijswijk de komende jaren, maar dat kan verschillen per economisch jaar.
- De economische onzekerheid blijft in 2015, waardoor de bestedingspatronen van gasten en hun consumentengedrag wordt beïnvloedt.
- Door de toename van nieuwe hotels in de Randstad ondervindt Worldhotel Grand Winston een hoge concurrerende omgeving, speciaal voor de MICE markt (*meetings, incentives, conferences en exhibitions*).

Deze situatieschets wordt gebruikt voor het onderzoek naar de klanttevredenheid van Worldhotel Grand Winston en de aanbeveling die aan het management van het hotel wordt gegeven.

2. Probleemformulering

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de formulering van de probleemstelling voor het klanttevredenheidsonderzoek voor Worldhotel Grand Winston. Daarna komt de doelstelling van het onderzoek aan bod die aansluit bij de centrale vraag van het onderzoek. Om de centrale vraag te beantwoorden, zijn deelvragen opgesteld die het onderzoek afbakenen. Tot slot wordt de doelgroep van het onderzoek beschreven.

2.1. Aanleiding

Sommige gasten die in het Worldhotel Grand Winston verbleven, blijken niet tevreden over bepaalde aspecten van het hotel, zoals van hotel internetbeoordelingssites is af te lezen.⁷ Omdat het management van Worldhotel Grand Winston niet bekend is met de redenen voor deze beoordelingen, wil het management weten waar zij in de dienst niet voldoet aan de wensen en behoeftes van gasten. Met een klanttevredenheidsonderzoek onder de gasten van Worldhotel Grand Winston wordt achterhaald wat hiervan de oorzaak is en hoe dit in het vervolg kan worden voorkomen.

2.2. Probleemstelling

Deze aanleiding van het probleem resulteert in de volgende probleemstelling:

“Wat zijn de wensen en behoeften van gasten van Worldhotel Grand Winston ten aanzien van hun verblijf in het hotel en hoe kan Worldhotel Grand Winston de tevredenheid van zijn gasten beïnvloeden?”

De aanleiding van dit onderzoek is de beoordeling van het hotel op de internetsites van hotelbeoordelingen.⁸ Deze sites worden door Worldhotel Grand Winston gehanteerd bij interne onderzoeken, met behulp van Revinate⁹. Dit is een intern software pakket dat door Worldhotel Grand Winston wordt gebruikt om rapporten te genereren. Er zijn nog meer beoordelingssites, maar deze worden door Worldhotel Grand Winston niet gebruikt, bij gebrek aan validiteit.

2.3. Doelstelling

De doelstelling van het onderzoek is: (1) *inzicht geven* in de verwachting en beleving van de gasten van Worldhotel Grand Winston met betrekking tot hun verblijf in het hotel, teneinde (2) een *marketingadvies* aan Worldhotel Grand Winston te geven hoe het management de tevredenheid van zijn gasten kan beïnvloeden.

⁷ Bijlage II.

⁸ Bijlage II.

⁹ Revinate. (2014).

2.4. Onderzoeksvragen

De probleemstelling wordt afgebakend aan de hand van de volgende onderzoeksvragen:

2.4.1. Theoretische vragen

1. Wat is de definitie voor klanttevredenheid?
2. Wie is de doelgroep van het onderzoek?

2.4.2. Empirische vragen

1. Wat is voor de gasten van Worldhotel Grand Winston belangrijk om tevreden te zijn?
2. Wat is de ervaring van gasten per deelaspect van Worldhotel Grand Winston?
3. Hoe staat de totaalbeoordeling van gasten van Worldhotel Grand Winston ten aanzien van hun verblijf tegenover de beoordeling die zij gaven per deelaspect?
4. Wat is de ervaring van de gasten van Worldhotel Grand Winston ten opzichte van de verwachting die zij hadden van hun verblijf in het hotel?
5. Hoe tevreden zijn de gasten van Worldhotel Grand Winston ten opzichte van de verwachting die zij van hun verblijf hadden?
6. Hoe staat tevredenheid van de gasten die zijn aangeraden in Worldhotel Grand Winston te verblijven tegenover de aansluiting van hun ervaring op de verwachting die zij hadden?

2.4.3. Vragen ten behoeve van de aanbeveling

7. Hoe kan het management van Worldhotel Grand Winston de klanttevredenheid over het verblijf in het hotel van zijn gasten beïnvloeden?

2.5. Doelgroep

Voor het onderzoek voor Worldhotel Grand Winston is een groep gekozen bij wie de klanttevredenheid wordt gemeten.

Het onderzoek richt zich op de doelgroep van Worldhotel Grand Winston die bestaat uit *zakelijke gasten*. Dit wordt ook wel de populatie van het onderzoek genoemd.¹⁰ De populatie bestaat uit gasten voor wie geldt dat de organisatie waarvoor zij werken, de hotelovernachting betaalt. Deze organisatie gaat bij het betalen van een overnachting er vanuit dat de medewerker die in het Worldhotel Grand Winston verblijft, daar voor een zakelijke reden overnacht.

2.6. Grenzen van het onderzoek

Voor dit onderzoek is een aantal randvoorwaarden en onderzoeksgrenzen opgesteld.

De belangrijkste randvoorwaarde van dit onderzoek is dat het onderzoek binnen een half jaar uitgevoerd moet zijn, inclusief de aanbeveling die aan Worldhotel Grand Winston wordt uitgebracht.

Het onderzoek wordt qua doelgroep afgebakend door het beperken tot de zakelijke gasten van Worldhotel Grand Winston die voor zakelijke doeleinden in het hotel verblijven. Daarbij richt de bevraging zich

¹⁰ Verhoeven, N. (2011).

op de ervaring en verwachting die gasten van Worldhotel Grand Winston hebben ten aanzien van hun verblijf in het hotel.

Aan de hand van de verschillen in beoordelingen wordt een advies uitgebracht aan de organisatie over hoe de klanttevredenheid van deze gasten kan worden beïnvloed.

3. Theoretisch Kader

In dit kader worden verschillende theorieën met hun definities beschreven die betrekking hebben op klanttevredenheid. Een aantal theorieën wordt geselecteerd voor de uitvoering van het onderzoek voor de opdrachtgever. Aan de hand daarvan wordt een conceptueel model gekozen en wordt met hypothesen getoetst.

3.1. Definities

In het bedrijfsleven wordt de term ‘klanttevredenheid’ gehanteerd. Bedrijven schatten aan de hand van dit begrip in hoe de geleverde dienst of het geleverde product wordt ontvangen bij de doelgroep.¹¹ Bovendien wordt klanttevredenheid gehanteerd als prestatie-indicator. In de definities van klanttevredenheid wordt de verhouding tussen de verwachting die klanten hebben van een bepaalde dienst of product en de ervaring die klanten daarvan hebben, gebruikt. Enkele definities van het begrip ‘klanttevredenheid’ worden onderstaand beschreven.

3.1.1. Klanttevredenheid

Tijdens het klanttevredenheidsonderzoek wordt het begrip ‘klanttevredenheid’ gehanteerd. Auteur C. Grönroos gebruikt voor dit begrip de volgende definitie, die tevens van toepassing is op het klanttevredenheidsonderzoek:

“Service quality: the outcome of an evaluation process where the consumer compares his expectations with the service he perceives he has received”¹²

Bovendien stelt Grönroos van klanttevredenheid kan worden gesproken wanneer de verwachte kwaliteit van de service bij consumenten gelijk staat aan de ervaren kwaliteit van de service.¹³

Naast de definitie van Grönroos wordt tevens de definitie van Thomassen, J-P.R. (1998) gehanteerd.¹⁴ Deze auteur beschrijft een interpretatievorm die gebruikt kan worden bij het klanttevredenheidsonderzoek. Volgens Thomassen ontstaat de beleving van klanten door het vergelijken van ervaringen en wensen die klanten hebben van een dienst of product. De klant is ontevreden tot zeer ontevreden wanneer zijn ervaring van een bepaalde dienst of product niet gelijk is aan zijn verwachtingen daarvan. Indien de klant zijn ervaring gelijk is aan zijn wensen, is hij tevreden. Tot slot is de klant zeer tevreden wanneer de ervaring de wensen van de klant overtreft.

3.1.2. Dienst

Tijdens het onderzoek wordt naast het begrip ‘klanttevredenheid’ de term ‘dienst’ gehanteerd. Hiervoor geldt de volgende definitie van Grönroos (1984):

“Met de dienst wordt het proces bedoeld dat vooral uit ontastbare activiteiten bestaat die plaatsvinden in de wisselwerking tussen het servicepersoneel en de klant. De dienstverlener levert hulpmiddelen voor het oplossen

¹¹ Roger J. Best. (2006).

¹² Grönroos, C. (1984).

¹³ Grönroos, C. (1984).

¹⁴ Thomassen, J-P.R. (1998).

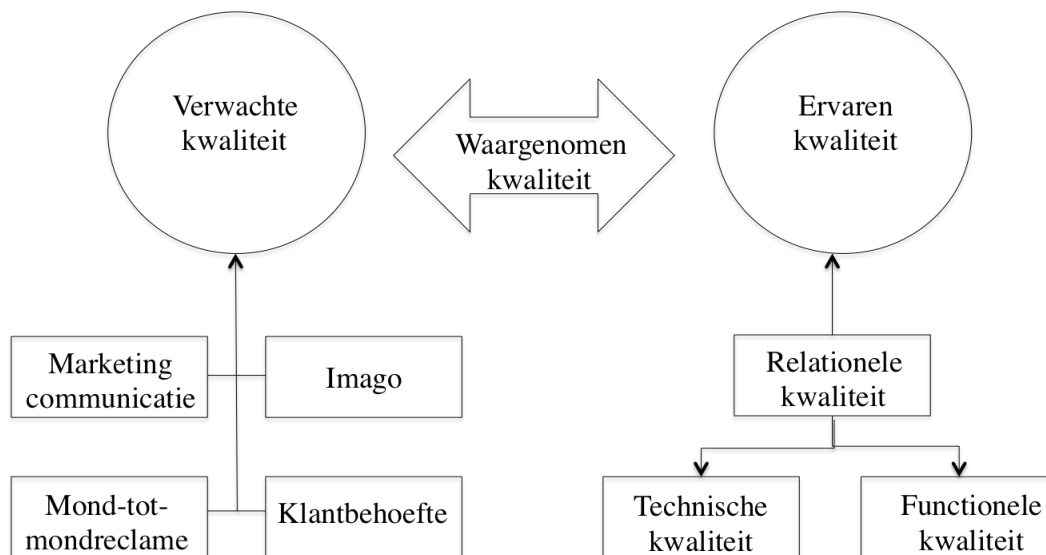
van een probleem die de klant heeft.”¹⁵ Deze definitie wordt toegepast in het huidige klanttevredenheidsonderzoek.

3.2. Theorieën

Er zijn diverse theorieën over klanttevredenheid ontwikkeld, waarvan een aantal varianten van toepassing is op het huidige klanttevredenheidsonderzoek. Zoals eerder aangegeven, staat klanttevredenheid in relatie tot het verschil tussen de verwachting van de klant en de ervaring die hij heeft ten aanzien van een dienst of een product. Deze definitie wordt aangehouden bij de selectie van de modellen voor het huidige onderzoek, die in dit hoofdstuk worden beschreven.

3.2.1. Total Perceived Service Quality

De eerste theorie die wordt behandeld in het theoretisch kader is de Total Perceived Service Quality van C. Grönroos.¹⁶ Hij ontwikkelde deze theorie in 1984 om de servicekwaliteit van diensten te meten.



Figuur 1: Total Perceived Service Quality model van Grönroos¹⁷

Het *Perceived Service Quality model* van Grönroos benadrukt de verhouding tussen de verwachte kwaliteit en de ervaren kwaliteit die een klant heeft ten aanzien van een bepaalde dienst of een bepaald product. Grönroos maakt daarin het onderscheid tussen *verwachte servicekwaliteit (expected service quality)* en *ervaren servicekwaliteit (experienced service quality)*. Grönroos beschrijft de definitie van servicekwaliteit als volgt: “As a result of these differences, service quality is more difficult for the customer to evaluate than goods quality. Evaluations are not based solely on the outcome of the service, the technical quality, they also involve the process of service delivery or functional quality.”¹⁸ Het bovenstaande model is een variant uit 1990 van Grönroos’ model dat hij in 1984 publiceerde. Nadat Grönroos de theorie over servicekwaliteit in de dienstverlening uitbracht, clusterde hij in 1990 een aantal factoren van de verwachte kwaliteit, waardoor de vier

¹⁵ Grönroos, C. (2000).

¹⁶ Grönroos, C. (1984).

¹⁷ Grönroos, C. (1990).

¹⁸ Grönroos, C. (1984).

elementen uitgelicht worden die de verwachte kwaliteit van de klant bepalen, namelijk: het imago van de organisatie, de klantbehoeften, de marketingcommunicatie en mond-tot-mondreclame. De ervaren kwaliteit wordt bepaald door de *relationele*, *technische* en *functionele* kwaliteit.¹⁹ Onder de technische kwaliteit wordt verstaan ‘wat’ de klant geleverd krijgt, waarmee het ‘resultaat’ van een dienst of product wordt bedoeld. Bij de technische kwaliteit wordt gekeken of de technische geleverde service overeenkomt met de verwachtingen die de klant heeft ten aanzien van een dienst of product. Met de functionele kwaliteit beschrijft Grönroos de manier waarop (‘hoe’) de klant de dienst of het product geleverd krijgt. Overigens meent Grönroos dat de functionele kwaliteit bij diensten of producten boven de technische kwaliteit wordt gesteld.²⁰ Tot slot speelt de relationele kwaliteit een rol in de ervaring die de klant heeft. Daarmee doelt Grönroos op ‘wie’ de dienst verleent.

De verwachte kwaliteit en de ervaren kwaliteit hebben ieder hun eigen karakteristieken, zoals in onderstaande paragrafen beschreven.

3.2.1.1. Verwachte kwaliteit

De verwachte kwaliteit wordt bepaald door diverse marketingfactoren. Grönroos benoemt deze marketingfactoren in zijn model met vier elementen: mond-tot-mondreclame, marketingcommunicatie, klantbehoeften en het imago van de dienstverlener. Grönroos bedoelt met marketingcommunicatie de verwachting die de organisatie oproept bij zijn klanten. Deze vorm van communicatie is gericht op de klant en kan worden beïnvloed door de organisatie. De organisatie maakt gebruik van marketingcommunicatie met onder andere reclame, *direct mail* en *sales promotions*. Daardoor wordt het verwachtingspatroon van de klant ten aanzien van een dienst of product beïnvloed en worden hem beloftes gedaan.²¹

Mond-tot-mondreclame roept eveneens een verwachting op bij de klant. Deze vorm van communicatie is in tegenstelling tot marketingcommunicatie niet direct te beïnvloeden door de organisatie van een dienst of product. Het imago heeft ook invloed op de verwachting die de klant heeft van een dienst of product. De publieke reputatie die de organisatie opbouwt, bepaalt de verwachting die de klant heeft van de kwaliteit van de dienst of het product. Wanneer een organisatie positief bekend staat, brengt dat hogere verwachtingen met zich mee dan wanneer een organisatie een negatief imago heeft. Tot slot wordt het verwachtingspatroon van de klant vormgegeven door de behoefte(n) die hij heeft. Klanten die een beperkte behoefte hebben aan een bepaalde dienst of product, hebben een lager verwachtingspatroon dan wanneer deze behoefte groot is.²²

3.2.1.2. Ervaren kwaliteit

De relationele kwaliteit wordt in het model van Grönroos toegepast om de technische en functionele kwaliteit te filteren. De reden hiervoor is dat de technische en functionele kwaliteit worden beïnvloed door het beeld dat een klant heeft van een organisatie.²³ Grönroos onderscheidt in zijn model twee rollen van de relationele kwaliteit die een dienstverlener kan hebben: enerzijds is het imago bij de ervaren kwaliteit een filter van de technische en functionele kwaliteit. Wanneer een dienstverlener een positief imago heeft, zal de relationele kwaliteit ervoor zorgen dat eventuele onjuistheden in de technische of functionele kwaliteit door de klant worden getolereerd. Aan de andere kant oefent imago zijn invloed uit op de verwachte kwaliteit. Wanneer een dienstverlener een

¹⁹ Grönroos, C. (1984).

²⁰ Grönroos, C. (1982).

²¹ Grönroos, C. (2006).

²² Grönroos, C. (1990).

²³ Kang, J.D., James, J. (2004).

positieve reputatie heeft, hebben potentiële klanten hoge verwachtingen van de geleverde dienst.²⁴ Het imago van een dienstverlener wordt door diverse factoren bepaald, namelijk: door de eerdere ervaringen die klanten met de dienstverlener hebben gehad, door de concurrenten die in dezelfde branche opereren, door de prijs-kwaliteit verhouding, etc.²⁵

3.2.1.3. Kritiek op het Total Perceived Service Quality model

Critici Kang en James²⁶ toetsten het Perceived Service Quality model van Grönroos (1990) in hun studie voor 'Service Quality Dimensions'. Zij beoordeelden het als een toereikend model dat als instrument kan worden ingezet om de kwaliteit van service te meten en als een Europese benadering van de Servqual-theorie²⁷. Ook stelden zij dat de theorie representatief is voor de kwaliteit van de dienstverlening, doordat Grönroos in zijn model de drie bovengenoemde elementen relationele, technische en functionele kwaliteit beschrijft. De dienstverlening wordt daardoor in een breder perspectief gezet dan bij de Servqual-theorie wordt gedaan. Die theorie richt zich enkel op de functionele kwaliteit van de dienst, waardoor een eenzijdig beeld kan ontstaan.

Uit het onderzoek van Kang & James volgt echter dat ondanks de populariteit rondom Grönroos' model (1984) in marketingliteratuur, het model niet het directe effect van functionele en technische kwaliteit op klanttevredenheid overweegt.²⁸ Hoewel de functionele kwaliteit belangrijker wordt bevonden dan de technische kwaliteit, is de functionele kwaliteit niet direct gerelateerd aan klanttevredenheid.²⁹ In de dienstenbranche kan niet alleen worden afgegaan op de functionele kwaliteit van een dienst of product om de klanttevredenheid van klanten te meten. Dat betekent dat de beoordelingen van klanten afhankelijk zijn van verschillende factoren. De functionele kwaliteit is een indirecte factor voor klanttevredenheid die via het imago van de organisatie effect heeft. Daarbij heeft volgens Kang & James de technische kwaliteit als factor geen directe werking op het dit imago, de waargenomen kwaliteit of op de klanttevredenheid. De aanwezigheid van bepaalde aspecten van de dienst die klanten verwachten, is echter wel van toepassing op de technische kwaliteit, maar deze zijn dus niet doorslaggevend voor een positieve of negatieve beoordeling. Tot slot heeft het imago van de organisatie een effect op de waargenomen kwaliteit die de klant ervaart van de geleverde dienst.³⁰ Grönroos is van mening dat het imago fungeert als een moderator tussen technische en functionele kwaliteit in het kwaliteitsperceptie van de dienstverlening. Zoals eerder beschreven, zijn de technische en functionele kwaliteit van de dienstverlening wel van belang om de klanttevredenheid te bepalen, maar deze zijn voor de klant niet leidend.³¹

3.2.2. Het Servqual-model

Naast de theorie van Grönroos wordt een theorie met een andere kijk op de servicekwaliteit van een dienst aangehaald voor het onderzoek voor de opdrachtgever. Dit is de Service Quality theorie met het Servqual-model, ontwikkeld door auteurs Zeithaml, Parasuraman en Berry³². In deze paragraaf wordt het Servqual-model

²⁴ Vries jr., W. de, Dekker, N., Hylkema, H. (2011).

²⁵ Grönroos, C. (1984).

²⁶ Kang, J.D., James, J. (2004).

²⁷ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. (1985).

²⁸ Zaibaf, M., Taherikia, F. & Fakharian, M. (2013).

²⁹ Zaibaf, M., Taherikia, F. & Fakharian, M. (2013).

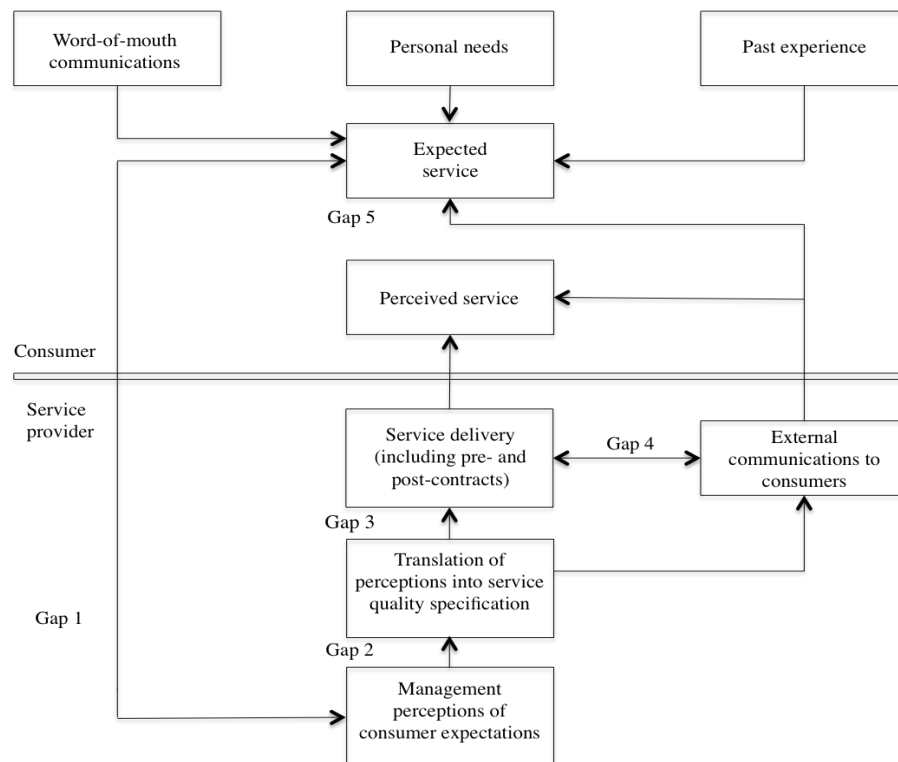
³⁰ Kang, J.D., James, J. (2004).

³¹ Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985).

³² Vries, Kasper de & Helsedingen. (1994).

toegelicht en wordt verklaard hoe deze toegepast kan worden op de toetsing van de servicekwaliteit van een dienst.

Het Servqual-model, dat is opgesteld voor de beoordeling van de servicekwaliteit van een dienst, richt zich op een onderdeel van de klanttevredenheid. Dit onderdeel bevat het kwaliteitsverschil tussen de verwachting en de ervaring van een klant die hij heeft ten aanzien van een dienst. Het Servqual-model wordt tevens het GAP-model genoemd. Dit model is ontwikkeld om de kwaliteit van de dienstverlening te bewaken en mogelijke tekortkomingen in kaart te brengen. Zoals te zien is in onderstaande figuur (Figuur 2) is het model verdeeld in vijf *gaps*³³:



Figuur 2: Servqual-model³⁴

Het Servqual-model bestaat uit vijf kloven (*gaps*) die van elkaar zijn te onderscheiden. De eerste kloof staat voor het verschil tussen de actuele verwachtingen van een klant en de perceptie die het management daarvan heeft. Dit noemt men de ‘*management perception*’ kloof. Het gaat er bij deze kloof om dat het management de verwachtingen van de klant exact begrijpt. De tweede kloof betreft het onderscheid tussen de managementperceptie en specificatie van de dienst die de klant zal ervaren. Deze kloof heet de ‘*service quality specifications*’ kloof. Dat betekent dat de verwachtingen die de klant heeft, precies vertaald moeten worden door het management. Vervolgens wordt bij de derde kloof de vertaling gemaakt van die verwachtingen van de servicekwaliteit naar specificaties van de dienstverlening. Deze kloof noemt zich de ‘*service delivery*’ kloof. Bij deze kloof gaat het erom dat de dienstverlener interactie heeft met de klant. Aansluitend volgt het verschil tussen de door de klant ervaren dienstverlening en wat de organisatie communiceert naar klanten, ook wel de ‘*external communications*’ kloof genoemd. Bij deze kloof wordt het onderscheid gemaakt tussen wat een organisatie over zichzelf communiceert en wat daarvan daadwerkelijk wordt waargemaakt. Tot slot komt het verschil in de

³⁴ Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985).

verwachte service en de ervaren service die de klant beleeft aan bod. Deze kloof heet de *'perceived service'* kloof. Wanneer de vorige vier kloven doorlopen zijn, zal het verschil in kloof vijf minimaal zijn.

3.1.2.2. Kritiek op Servqual-model

Critici³⁵ zetten een kanttekening bij dit model. Zij beschouwen de theorie en het bijbehorende model als te complex, subjectief, statisch en onbetrouwbaar. Het gebruik van de vijf dimensies is volgens de critici enkel bruikbaar voor kwalitatief (voor)onderzoek. Naar aanleiding van deze kritiek gaven de oorspronkelijke onderzoekers Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) aan dat de dimensionaliteit van het model per industrie geverifieerd zou moeten worden.

Voor het huidige klanttevredenheidsonderzoek is het nodig om de kwaliteit van de dienstverlening te beoordelen. Auteurs Richard en Allaway³⁶ stellen dat het gebruik van enkel de functionele kwaliteit van een dienst of product zoals wordt gedaan met de Servqual-theorie, niet voldoende is om deze kwaliteit te beoordelen. Daarvoor is ook het relationele aspect benodigd. Bovendien verklaren auteurs Richard en Allaway dat het Servqual-model een misspecificatie is van de dienstenkwaliteit, waardoor deze een ontoereikend voorspelbare waarde heeft.

Niet alleen Richard en Allaway zijn van mening dat het Servqual-model niet voldoet voor een dergelijk klanttevredenheidsonderzoek, ook auteurs Lehtinen en Lehtinen³⁷ stellen dat de kwaliteit uit drie verschillende dimensies moet bestaan om een representatief beeld te krijgen van de dienstenkwaliteit. Het gaat hier wederom om de relationele kwaliteit van diensten, de technische kwaliteit en de functionele kwaliteit. Het Servqual-model focust zich op de functionele kwaliteit van een dienst en laat daarbij de technische kwaliteit en de relationele kwaliteit van een dienst buiten beschouwing.³⁸

Tot slot is voor het klanttevredenheidsonderzoek voor de opdrachtgever alleen de bovenste helft van het model van Parasuraman, Zeithaml & Berry bruikbaar.³⁹ Dit is het gedeelte dat zich richt op consumenten. Meer dan de helft van de kloven bevindt zich echter in het onderste deel van het model, namelijk het onderdeel producenten (ook wel het management), waarbij voornamelijk wordt gekeken naar het personeel van de organisatie die de dienst of het product levert. Daardoor is het niet mogelijk om met deze theorie het verschil tussen de verwachting en beleving die de klant heeft van een dienst, te meten.

3.3. Review op de theorieën

De beide beschreven en bekritiseerde theorieën worden getoetst om na te gaan of de theorieën te gebruiken zijn voor het klanttevredenheidsonderzoek. De criteria zijn opgesteld nadat de theorie is bestudeerd. Daardoor zijn deze criteria gespecificeerd op de te hanteren modellen uit de theorieën. Onderstaand worden de criteria toegelicht.

³⁵ Buttle, F. (1997).

³⁶ Richard, M.D. and Allaway, A.W. (1993).

³⁷ Lehtinen, J.R. and Lehtinen, U. (1982).

3.3.1. Criteria voor toetsing

De criteria die worden gehanteerd, geven het onderscheid weer tussen de beschreven theorieën. Onderstaand worden de volgende criteria nader verklaard: klantperceptie, kwaliteit, verhouding tussen verwachting en beleving van de dienst en interne en externe gerichtheid.

Bij *klantperceptie* wordt gesteld dat de doelgroep van het onderzoek uit klanten van een dienst bestaat. Voor het huidige onderzoek is het van belang dat de theorie enkel betrekking heeft op de perceptie van deze klanten. De perceptie van de organisatie en omgevingspercepties worden buiten beschouwing gelaten. Vervolgens wordt het criterium *kwaliteit* gehanteerd: hierbij gaat het om de kwaliteitsbeschouwing van klanten. Aan de hand van de kwaliteit van een dienst kan worden onderzocht waarin een dienst zich onderscheidt van een andere dienst. De kwaliteit van een dienst wordt bepaald met factoren, zoals de technische kwaliteit, de functionele kwaliteit en de relationele kwaliteit. Nadat de kwaliteitsbeschouwing is belicht, wordt gekeken naar de *verhouding tussen de verwachting van klanten van een dienst en hun beleving daarvan*, die in de theorie wordt gesteld. Bij dit criterium wordt gekeken of de theorie daadwerkelijk gaat over verwachtingen die klanten vooraf hebben van een dienst en de ervaringen achteraf. Tot slot wordt het criterium gesteld van *interne en externe gerichtheid*. Dit criterium geeft aan of de theorie naar interne aspecten kijkt zoals de service die de organisatie levert of dat de theorie juist kijkt naar externe aspecten zoals omgevingsfactoren, waaronder vergelijking met concurrenten.

Met deze criteria zijn de uitkomsten van de theorieën onderverdeeld. Enkel de theorie met het daarbij behorende model van Grönroos (Total Perceived Service Quality, 1984) voldoet aan de gehanteerde criteria. In de volgende paragraaf wordt toegelicht waarom voor deze theorie van Grönroos is gekozen.

3.3.2. Uitkomsten van criteria

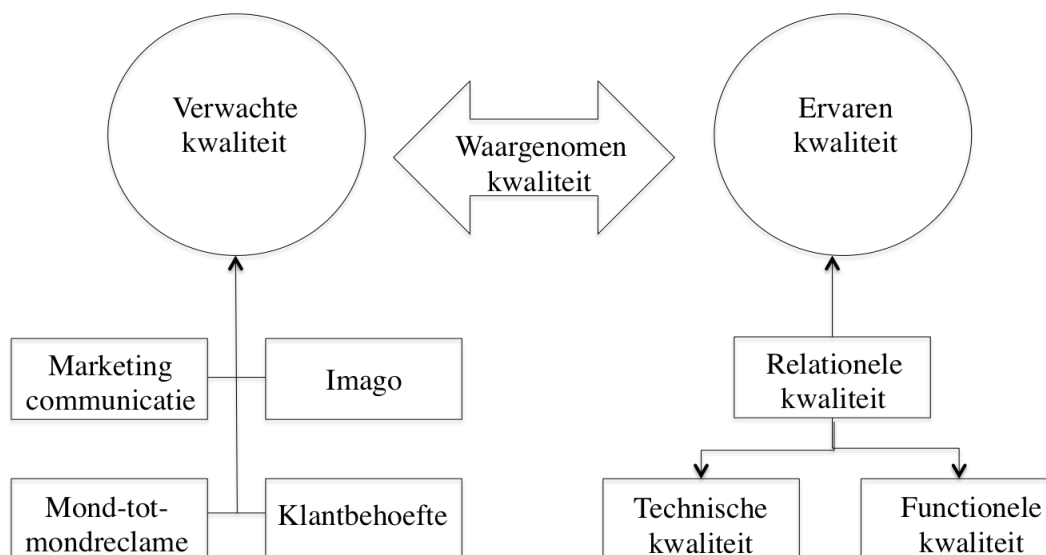
De criteria die bovenstaand zijn gehanteerd om de beschreven theorieën te toetsen, leiden naar een te kiezen theorie voor het klanttevredenheidsonderzoek. Onderstaand wordt beargumenteerd welke theorie geschikt is voor het onderzoek voor de opdrachtgever.

Het Servqual-model en de bijbehorende theorie, ontwikkeld door Parasuraman, A., Zeithamel, V. & Berry, L. (1985) voldoet niet aan het criterium *klantperceptie*, want de theorie richt zich zowel op de producenten als de consumenten. De Servqual-theorie en het model zijn voornamelijk gericht op de perceptie van het management van een organisatie, waarbij wordt getoetst of het management op de hoogte is van de wensen en behoeften van de klant. Voor het huidige klanttevredenheidsonderzoek is een theorie nodig die zich enkel richt op de klant van een dienst. Bovendien voldoet het Servqual-model niet aan het criterium *verhouding verwachting-beleving* van klanten. Het richt zich vooral op een onderdeel van de klanttevredenheid. Het model is ontwikkeld om de kwaliteit van de dienstverlening te bewaken en mogelijk tekortkomingen van deze dienstverleningen in kaart te brengen. Echter, hierdoor richt het model zich te weinig op de verhouding tussen de verwachting en beleving van de klant ten aanzien van een dienst en te veel op het personeel van de organisatie. Deze verhouding is echter nodig om de klanttevredenheid te bepalen van de dienst van de opdrachtgever van het onderzoek. Dat maakt deze Servqual-theorie minder bruikbaar ten opzichte van de centrale theorie die is gekozen voor het onderzoek. Om deze en bovenstaande redenen wordt de Servqual-theorie en het bijbehorende model niet toegepast op het onderzoek naar klanttevredenheid voor de opdrachtgever.

De toetsing van de theorieën met de criteria brengt naar voren dat de theorie van Grönroos met het Total Perceived Service Quality Model⁴⁰ aansluit bij het huidige klanttevredenheidsonderzoek voor de opdrachtgever. Deze theorie stelt de technische kwaliteit, de functionele kwaliteit en het imago van de organisatie centraal, die tezamen de kwaliteitsperceptie van de doelgroep bepalen. Het model bevat twee componenten van de kwaliteitsperceptie die bepalend zijn voor de klanttevredenheid van de doelgroep, namelijk: *verwachting* van de dienst en *ervaring* van de dienst.⁴¹ Het spanningsveld dat tussen deze componenten zit, definieert de kwaliteitsperceptie, ook wel *waargenomen kwaliteit* genoemd. Nadat deze waargenomen kwaliteit van de doelgroep wordt nagegaan, kan de koppeling worden gemaakt met klanttevredenheid van de dienst van de opdrachtgever.

3.4. Conceptueel model

De theorie die volgens de gehanteerde criteria aansluit op het onderzoek van naar klanttevredenheid, is het Total Perceived Service Quality model dat ontwikkeld is door Grönroos (1990).



Figuur 3: Conceptueel model⁴²

Het conceptueel model voor het onderzoek naar klanttevredenheid is weergegeven in bovenstaand figuur. Dit is niet het originele model van Grönroos, maar een herziene versie op basis van het model, die hij voor de toetsing van servicekwaliteit van de dienstverlening opzette in 1984.⁴³

Volgens Grönroos is de definitie van servicekwaliteit gelijk aan die van klanttevredenheid, waardoor de klanttevredenheid is te meten met het Total Perceived Service Quality model.⁴⁴ Grönroos verklaart dat er sprake is van klanttevredenheid wanneer de geleverde kwaliteit van een dienst hoger ligt dan de verwachte kwaliteit.⁴⁵ Uit het model (Figuur 3) volgt dat wanneer deze twee factoren niet gelijk zijn aan elkaar of de ervaren kwaliteit lager uitvalt dan de verwachte kwaliteit, dat de kwaliteitsperceptie (waargenomen kwaliteit) negatief is. In dat geval is de klanttevredenheid ook laag. Indien de waargenomen kwaliteit negatief is ten opzichte van de

⁴⁰ Grönroos, C. (1990).

⁴¹ Grönroos, C. (1984).

⁴² Grönroos, C. (1990).

⁴³ Grönroos, C. (1984).

⁴⁴ Vries jr., Dekker, W. Hylkema, H. (2013).

⁴⁵ Grönroos, C. (1984).

verhouding verwachting-beleving, is de oorzaak van het probleem voor het huidige klanttevredenheidsonderzoek daar zichtbaar.

3.4.1. Begrippen voor meten van klanttevredenheid

Grönroos (1984) stelt dat de uitkomsten na een meting met het Total Perceived Service Quality model leiden naar de klanttevredenheidsbeoordeling.⁴⁶ De mate van deze kwaliteit wordt gedefinieerd aan de hand van vier begrippen. Het eerste begrip stelt dat de ervaren kwaliteit van een dienst of product hoger is dan de verwachte kwaliteit die een klant heeft. Dit noemt Grönroos ‘over-kwaliteit’. Vervolgens spreekt hij over de ‘ideale situatie’ waarin de geleverde kwaliteit die een klant ervaart net iets boven de verwachte kwaliteit uitkomt. Wanneer de geleverde kwaliteit van een dienst of product gelijk is aan de verwachte kwaliteit die een klant heeft, spreekt Grönroos van ‘acceptabele kwaliteit’. Tot slot wordt klanttevredenheid gedefinieerd met het begrip ‘onder-kwaliteit’. Wanneer de geleverde kwaliteit die een klant ervaart lager is dan de verwachte kwaliteit, is het begrip ‘onder-kwaliteit’ van toepassing. In de volgende paragraaf worden deze uitkomsten gemeten met hypothesen voor het huidige klanttevredenheidsonderzoek.

3.5. Hypotheses

Vanuit het conceptuele model is een aantal hypothesen opgesteld. Deze hypothesen worden tijdens het onderzoek getoetst om vervolgens te worden aangenomen of verworpen. De operationalisatie van de hypothesen wordt toegelicht in hoofdstuk 4 ‘Methodologie’.

In zijn theorie spreekt Grönroos (1984) over de relatie tussen de verwachte kwaliteit en ervaren kwaliteit. Volgens Grönroos is er sprake van klanttevredenheid wanneer deze kwaliteiten gelijk zijn aan elkaar. De hypothese die deze uitspraak van Grönroos toetst voor het klanttevredenheidsonderzoek luidt: *“De ervaring van het verblijf van gasten van Worldhotel Grand Winston is gelijk aan de verwachting die zij hadden van hun verblijf in het hotel.”* De relatie tussen de verwachting die gasten van hun verblijf in Worldhotel Grand Winston hebben en de ervaring die zij vervolgens beleven, kan duiden op een samenhang of tegenstelling. Uit deze twee elementen rolt de waargenomen kwaliteit, waarna kan worden geanalyseerd of er sprake is van een overeenkomst of verschil tussen de verwachte en ervaren kwaliteit van het verblijf van gasten van Worldhotel Grand Winston. De hypothese om de waargenomen kwaliteit te meten, luidt: *“Als de gasten van Worldhotel Grand Winston de waargenomen kwaliteit (midden Figuur 3) acceptabel vinden, dan zijn de gasten tevreden.”* Met deze hypothese wordt de relatie getoetst tussen de waargenomen kwaliteit en klanttevredenheid. Uit de theorie van Grönroos blijkt tot slot dat de verwachte kwaliteit wordt beïnvloed door factoren zoals de mond-tot-mondreclame over de organisatie en de klantbehoefte(n). De toetsing van de relatie tussen de verwachting van gasten van Worldhotel Grand Winston en de factoren die van invloed zijn op deze verwachting, wordt met de volgende hypothese geoperationaliseerd: *“De klantbehoefte(n) en de mond-tot-mondreclame (links midden van Figuur 3) van Worldhotel Grand Winston bepalen de verwachte kwaliteit van de gast ten aanzien van zijn verblijf in het hotel.”* Deze hypothesen worden getoetst gedurende het klanttevredenheidsonderzoek. De resultaten van de toetsing worden belicht in hoofdstuk 5 ‘Resultaten’ en hoofdstuk 6 ‘Conclusie’.

⁴⁶ Vries, W., Helsdingen, P. (2005).

4. Methodologie

In dit hoofdstuk wordt de onderzoeksmethode van het onderzoek voor de opdrachtgever beschreven. De stappen die in het onderzoek worden genomen en de daaropvolgende beslissingen, komen in dit hoofdstuk aan de orde.

In de vorige hoofdstukken werd van ‘klanten’ gesproken, maar vanaf dit hoofdstuk wordt de term ‘gasten’ gehanteerd voor de personen die de dienst afnemen. Hiervoor geldt dat Worldhotel Grand Winston de opdrachtgever is die de dienst aan deze gasten levert.

Sommige gasten die in het Worldhotel Grand Winston verbleven, blijken niet tevreden over bepaalde aspecten van het hotel, zoals van hotel internetbeoordelingssites is af te lezen.⁴⁷ Het management is in de huidige situatie niet bekend met de klanttevredenheid. Daardoor wil het management weten waar in de dienst die het hotel levert, niet wordt voldaan aan de wensen en behoeftes van gasten van Worldhotel Grand Winston. Een klanttevredenheidsonderzoek onder gasten die verblijven in Worldhotel Grand Winston achterhaalt voor het management wat de beoordeling van deze gasten is van hun verblijf in het hotel. Tevens wordt met het klanttevredenheidsonderzoek helder hoe het management de klanttevredenheid van zijn gasten kan beïnvloeden.

4.1 Onderzoeksmethoden

Tijdens het onderzoek wordt gekeken naar de verwachting die gasten voorafgaan aan hun verblijf in Worldhotel Grand Winston hebben en de ervaring achteraf van en ervaring achteraf. Daaruit rolt de waargenomen kwaliteit van gasten ten opzichte van hun verblijf in het hotel. Vervolgens kan de klanttevredenheid van gasten van Worldhotel Grand Winston worden achterhaald. Voor het onderzoek naar deze klanttevredenheid, wordt gebruikgemaakt van de onderzoeksmethoden *deskresearch* en *fieldresearch*. Via deskresearch wordt gezocht naar de (wetenschappelijke) literatuur die reeds is gepubliceerd over klanttevredenheid. Nadat deskresearch is geoperationaliseerd, wordt fieldresearch gehanteerd als onderzoeksmethode. Via deze methode wordt bij de doelgroep nagegaan wat de klanttevredenheid van deze groep is over het verblijf in Worldhotel Grand Winston.

4.1.1. Steekproef doelgroep

De doelgroep van het klanttevredenheidsonderzoek van de gasten van Worldhotel Grand Winston is de zakelijke gasten van het hotel. De klanttevredenheid wordt gemeten in deze groep.

De theoretische vraag die wordt gesteld om de doelgroep voor het onderzoek te definiëren, luidt: “*Waaruit bestaat de doelgroep van Worldhotel Grand Winston?*”. De kenmerken van de doelgroep komen bij deze vraag aan bod samen met de beweegredenen van de doelgroep voor hun verblijf in Worldhotel Grand Winston.

De doelgroep die via fieldresearch wordt benaderd, is ‘zakelijke gasten’ die uitsluitend voor zakelijke doeleinden bij Worldhotel Grand Winston verblijven. De populatie⁴⁸ voor dit onderzoek bestaat uit gasten voor wie geldt dat hun verblijf in het hotel wordt betaald door het bedrijf voor wie zij werken. Deze organisatie gaat bij het betalen van een overnachting ervan uit dat de medewerker die in het Worldhotel Grand Winston verblijft daar voor een zakelijke reden overnacht. Gasten boeken hun verblijf overwegend via drie verschillende kanalen: zij boeken hun verblijf *zelf*; zij worden door de organisatie waarvoor zij werken aan het hotel gekoppeld voor

⁴⁷ Bijlage II.

⁴⁸ Verhoeven, N. (2011).

bijvoorbeeld een bezoek aan het nabijgelegen Shell Learning Centre en tot slot verblijven gasten in Worldhotel Grand Winston door een bezoek aan een congres dat in of nabij het hotel wordt georganiseerd. In het laatste geval worden de bezoekers van het congres door reisbureaus gekoppeld aan het hotel.

Het onderzoek wordt via een steekproef afgenomen onder de zakelijke gasten van Worldhotel Grand Winston die voor zakelijke doeleinden in het hotel verblijven. Dit wordt verder toegelicht in paragraaf 4.4.2. ‘Steekproef’.

4.2. Theoretisch onderzoek

Voor het klanttevredenheidsonderzoek is vanuit het theoretisch onderzoek een aantal deelonderwerpen geselecteerd. Deze onderwerpen zijn terug te vinden in de bijlage⁴⁹. De theoretische informatie is nodig om het klanttevredenheidsonderzoek te operationaliseren met fieldresearch. De methode van deskresearch is gebruikt om gepubliceerde theorie te bestuderen. Via deze methode worden internetbronnen en (wetenschappelijke) literatuur geraadpleegd. Het literatuuronderzoek legt het fundament van het onderzoek naar klanttevredenheid voor Worldhotel Grand Winston. De resultaten van het literatuuronderzoek zijn te vinden in het hoofdstuk ‘theoretisch kader’.

4.3. Empirisch onderzoek

Na de operationalisatie van het theoretische onderzoek vindt het empirisch onderzoek plaats. Deze paragraaf licht toe welke stappen zijn gezet om tot de resultaten van deze onderzoeksmethode te komen.

Het veldonderzoek verzamelt resultaten die vervolgens worden geanalyseerd ten behoeve van het klanttevredenheidsonderzoek. Dit onderzoek wordt geoperationaliseerd met een survey in de vorm van een vragenlijst. Tijdens deze fase is de doelgroep benaderd om deel te nemen aan het klanttevredenheidsonderzoek voor Worldhotel Grand Winston. De respondenten zijn bevraagd over deelonderwerpen die hun klanttevredenheid meten met betrekking tot hun verblijf in Worldhotel Grand Winston. Het gaat bij deze vragen om de deelonderwerpen die volgens de gehanteerde theorie van Grönroos de klanttevredenheid definiëren van de gasten van Worldhotel Grand Winston. Volgens de theorie zijn dit de onderwerpen: verwachte kwaliteit, ervaren kwaliteit en waargenomen kwaliteit. Bovendien wordt de gasten gevraagd aan te geven in welke mate zij deze kwaliteiten van belang vinden voor een eventueel herhaalverblijf aan Worldhotel Grand Winston. Vanuit die benadering zijn diverse dataverzamelmethode toe te passen om tot analyse van de gegevens te komen. Via een surveyonderzoek worden gegevens van het klanttevredenheidsonderzoek cijfermatig verzameld. Vervolgens worden deze gegevens met behulp van statistische technieken geanalyseerd in het statistiekprogramma SPSS⁵⁰. Dit programma geeft een schematische weergave van de resultaten die afkomstig zijn van de survey. De analyse van de resultaten leidt tot de beantwoording van de hoofd- en deelvragen van het onderzoek. Tot slot wordt daarover een aanbeveling en implementatie gegeven door de onderzoeker aan de opdrachtgever.

⁴⁹ Bijlage II.

⁵⁰ IBM. (2014).

4.3.1. Kwantitatief onderzoek

De klanttevredenheid van zakelijke gasten van Worldhotel Grand Winston wordt gemeten met een kwantitatief onderzoek. De methode die van deze onderzoeksmethode onderzoek gebruikt wordt, is het surveyonderzoek in de vorm van een schriftelijke enquête. Voor het klanttevredenheidsonderzoek voor Worldhotel Grand Winston wordt voor dit meetinstrument gekozen, omdat de gasten van het hotel op deze manier *face-to-face* worden benaderd en zij schriftelijk worden gevraagd naar hun verwachting vooraf aan hun verblijf in Worldhotel Grand Winston en hun beleving achteraf van hun verblijf in het hotel. Het voordeel van een schriftelijke enquête is dat de resultaten snel worden verzameld. De vragenlijsten zijn kort, waardoor de respondenten deze ‘even snel’ kunnen invullen. Daardoor zullen zij eerder deelnemen aan de survey. In een korte tijd wordt zo een grote hoeveelheid aan data verzameld. Paragraaf 4.4. beschrijft de toepassing van de vragenlijst voor het klanttevredenheidsonderzoek.

4.3.2. Meetinstrument

Het klanttevredenheidsonderzoek onder de gasten van Worldhotel Grand Winston wordt afgenomen via een kwantitatief onderzoek. Het meetinstrument dat gebruikt wordt voor de kwantitatieve methode, is het surveyonderzoek. In de vorm van een schriftelijke vragenlijst wordt deze geoperationaliseerd. Onderstaand wordt de voorbereiding van de operationalisatie van de vragenlijst beschreven.

4.3.2.1. Vragenlijst

De dataverzamelmethode wordt uitgevoerd via een vragenlijst die aan de gasten van Worldhotel Grand Winston wordt uitgereikt. Zij worden gevraagd om de vragenlijst over hun klanttevredenheid ten aanzien van hun verblijf in het hotel in te vullen. De onderzoeker licht direct kort het onderzoeksdoel toe. Nadat de respondent de enquête in ontvangst heeft genomen, leest hij dit onderzoeksdoel nogmaals bovenaan zijn vragenformulier. Daarmee wordt voor de respondent duidelijk waarom het onderzoek wordt afgenomen in het hotel. De enquête is eenvoudig in te vullen. De geformuleerde vragen zijn kort en krachtig, maar wel volledig. Er wordt gebruikgemaakt van kernwoorden, waardoor de respondent snel weet wat het onderwerp van de vraag is. De respondenten wordt op een neutrale wijze naar zijn beoordeling over zijn verblijf in het hotel gevraagd. Dit gebeurt met de vraag ‘hoe tevreden bent u over...(deelaspect)?’, waarbij de respondent kan kiezen uit antwoordmogelijkheden die volgens de Likertschaal zijn ingedeeld. Deze schaal wordt in de volgende paragraaf toegelicht.

4.3.1.2. Likertschaal

De antwoordmogelijkheden van de vragenlijst die de gasten van Worldhotel Grand Winston voor zich krijgen, zijn ingedeeld volgens een Likertschaal⁵¹. De mogelijkheden bestaan uit: ‘zeer ontevreden’, ‘ontevreden’, ‘noch ontevreden noch tevreden’, ‘tevreden’, ‘zeer tevreden’. De respondent kan ook kiezen voor de mogelijkheid ‘geen mening’, wanneer zij geen gebruik hebben gemaakt van de dienst en daardoor geen beoordeling kunnen geven. Deze vijfpunts-Likertschaal is een veelgebruikte manier om beoordelingen te achterhalen en in te delen in een meetniveau. Algemeen wordt de volgende definitie voor Likertschaal gebruikt: “*De Likertschaal is een*

⁵¹ Likert, R. (1932).

*methode om moeilijk te kwantificeren gegevens toch te kunnen ondervragen en te kunnen voorzien van een ordinaal meetniveau.”*⁵² Met een vijfpuntsschaal is de respondent minder snel geneigd om in extremen te antwoorden wanneer naar zijn beoordeling gevraagd wordt over een bepaald aspect van zijn verblijf in Worldhotel Grand Winston. Bovendien is de vijfpuntsschaal voor de respondent eenvoudig te begrijpen en voor de onderzoeker eenvoudig te analyseren. De Likertschaal geeft een overzichtelijke, schematische weergave van de resultaten in tabellen en grafieken.

Zowel bij de vragen waarbij de respondenten aangeven hoe belangrijk zij bepaalde aspecten van de aangeboden dienst van Worldhotel Grand Winston vinden, als bij de vragen naar de tevredenheid van deze respondenten over hun verblijf in Worldhotel Grand Winston wordt gebruikgemaakt van de vijfpunts-Likertschaal. De antwoordmogelijkheden voor de bestaan uit ‘zeer ontevreden’, ‘ontevreden’, ‘noch ontevreden, noch tevreden’, ‘tevreden’, ‘zeer tevreden’ en ‘geen mening’. De codering van deze antwoordmogelijkheden is van één (zeer ontevreden) tot vijf (zeer tevreden) en de laatste keuzemogelijkheid (zes) geeft de respondent de mogelijkheid geen antwoord te geven. Voor de overige vragen waar de respondenten een beoordeling geven of zij wel of niet terug zullen keren en of zij het hotel aan zullen raden, wordt een ja/nee/geen mening antwoordschaal geboden.

De codering in softwareprogramma SPSS⁵³ is gedaan aan de hand van cijfers. Dit geldt voor zowel de nominale data als voor de ordinale data. De keuzemogelijkheid ‘zeer ontevreden’ is gecodeerd met cijfer 1 en de keuzemogelijkheid ‘zeer tevreden’ is aangegeven met keuzemogelijkheid 5. De mogelijkheid om geen antwoord te geven is gecodeerd met cijfer 6. Voor de vragen zonder Likertschaal geldt een andere codering. De vraag over de aansluiting van de ervaring op de verwachting die respondenten hadden ten opzichte van hun verblijf, is gecodeerd met 1: boven de verwachtingen, 2: gelijk aan verwachtingen en 3: lager dan verwachtingen. Voor de overige vragen is de antwoordmogelijkheid ‘ja’ met 1 gecodeerd en de mogelijkheid ‘nee’ met het cijfer 2. Met behulp van ‘smiley’ antwoordmogelijkheden wordt de Likertschaal toegepast op het klanttevredenheidsonderzoek voor Worldhotel Grand Winston. De gezichtsuitdrukking van de smiley roept een tevredenheidsbeoordeling bij de respondent op over zijn verblijf in Worldhotel Grand Winston die hij ervaren heeft. Daarbij wordt door de visuele antwoordmogelijkheden een inschatting van gevoelens en percepties aangegeven. De smiley’s zijn volgens de Likertschaal opgedeeld, te weten: ‘zeer ontevreden’ (zeer boze smiley), ‘ontevreden’ (boze smiley), ‘noch ontevreden noch tevreden’ (neutrale smiley), ‘tevreden’ (vrolijke smiley), ‘zeer tevreden’ (zeer vrolijke smiley), ‘geen mening’ (smiley met een vraagteken). Deze antwoorden zijn eenvoudig te analyseren, wat de kwaliteit van het onderzoek ten goede komt.

4.3.2. Steekproef

Het kwantitatieve onderzoek wordt schriftelijk afgenomen onder gasten van Worldhotel Grand Winston die in het hotel verbleven. In het hotel verblijven per jaar meer dan veertienduizend zakelijke gasten. Het is qua beschikbaarheid en tijdsbestek niet mogelijk om al deze veertienduizend gasten te bevragen.⁵⁴ Daarom wordt een steekproef genomen. Deze methode bevraagt slechts een klein deel van de populatie voor het klanttevredenheidsonderzoek, waarover gegevens worden verzameld. Met behulp van de formule voor de

⁵² NETQ. (2014).

⁵³ IBM. (2014).

⁵⁴ Verhoeven, N. (2011).

steekproefgrootte⁵⁵ in de bijlage wordt het aantal minimaal te bevragen respondenten berekend om een representatieve steekproef af te nemen. Wanneer uitspraken worden gedaan na afname van het onderzoek, bepaalt de representativiteit van de steekproef (die met de formule is berekend) in hoeverre de resultaten betrouwbaar zijn voor de volledige populatie.

De steekproef moet voldoende groot zijn om hierop een statistische analyse uit te voeren en deze wordt willekeurig getrokken. Iedere gast moet tenslotte een gelijke kans hebben om deel te nemen aan het onderzoek en dus tot de steekproef te behoren.⁵⁶ Het gebruikelijke uitgangspunt van onderzoekers is om een betrouwbaarheidspercentage van 95 procent aan te houden en een foutenmarge van vijf procent om het onderzoek representatief te beschouwen.⁵⁷ De groep bij wie dit klanttevredenheidsonderzoek wordt afgenomen, is tot stand gekomen door de beoogde populatie van het onderzoek, zakelijke gasten te nemen en daar een steekproef van te nemen.. Voor het huidige onderzoek zijn dat de hotelgasten van Worldhotel Grand Winston. Daarop volgt de operationele populatie, wat voor het huidige onderzoek de zakelijke hotelgasten van Worldhotel Grand Winston is. De steekproef wordt getrokken uit deze laatste groep. Een dergelijk betrouwbaarheidspercentage van 95 procent is echter niet haalbaar om te hanteren bij het huidige klanttevredenheidsonderzoek voor Worldhotel Grand Winston. De eerder beschreven onderzoeksmethode en het tijdsbestek waarin het onderzoek wordt afgenomen, laten niet toe om een steekproefgrootte aan te houden zoals deze berekend is met de formule⁵⁸. Daarom wordt voor het huidige klanttevredenheidsonderzoek een betrouwbaarheidspercentage van 79 procent aangehouden.

Voor het klanttevredenheidsonderzoek van Worldhotel Grand Winston wordt gebruikgemaakt van een praktische steekproef. Na de afbakening van de operationele populatie, wordt vervolgens bepaald hoe veel respondenten moeten deelnemen aan de survey om een representatief resultaat te behalen. De respondenten wordt *face-to-face* door de onderzoeker gevraagd of zij deel willen nemen aan de survey voor het klanttevredenheidsonderzoek voor Worldhotel Grand Winston. Om die reden wordt verwacht dat het respons van de respondenten hoog is, waarbij een percentage van negentig procent respons wordt gehanteerd.

Nadat alle datagegevens zijn verzameld, worden deze ingevoerd in het statistiek-softwareprogramma SPSS. Dit programma geeft een overzichtelijke, schematische weergave van de datagegevens die zijn opgehaald met het survey onderzoek. Het gebruik van grafieken en tabellen maakt de verhoudingen van de klanttevredenheid onder de respondenten zichtbaar.

4.3.3. Gemiddelde en mediaan

Tijdens de analyse van de resultaten wordt per variabele gekeken naar het gemiddelde of de mediaan van de uitkomsten om inzicht te geven in de resultaten. Per variabele is te bepalen of er gebruikgemaakt wordt van het gemiddelde van de resultaten of van de mediaan. Daarbij wordt de volgende definitie gehanteerd van deze meetinstrumenten: “Van nominaal naar interval meetniveau nemen de mogelijkheden voor het bepalen van beschrijvende maten toe. De beschrijvende maten voor de lagere meetniveaus zijn weliswaar nog steeds geschikt, maar maken alleen minder gebruik van de specifieke eigenschappen van het meetniveau van de variabele. Bij een bepaalde centrale tendentiemaat hoort een spreidingsmaat. De mediaan wordt gebruikt voor

⁵⁵ Zee, F. van der (2004).

⁵⁶ Swanborn, P.G. (2010).

⁵⁷ Swanborn, P.G. (2010).

⁵⁸ Bijlage IV.

variabelen met ordinaal meetniveau. De bijbehorende spreidingsmaat is de interkwartiel afstand (IQR). Het gemiddelde wordt gebruikt voor variabelen met interval meetniveau en hoger. De bijbehorende spreidingsmaat is de standaarddeviatie.”⁵⁹ In het klanttevredenheidsonderzoek wordt overwegend gebruikgemaakt van de eerder genoemde Likertschaal. Deze schaal werkt met een ordinaal meetniveau en daarom wordt overwegend gebruikgemaakt van de mediaan en de interkwartiel afstand.

4.4. Materiaalverzameling en operationalisatie

De uitvoering van het klanttevredenheidsonderzoek onder de onderzoekspopulatie wordt in deze paragraaf beschreven. Daarbij komt aan bod over welke onderwerpen de respondenten bevraagd worden en hoe deze vervolgens worden geoperationaliseerd.

Voor het onderzoek wordt door Worldhotel Grand Winston toestemming verleend aan de onderzoeker om de gasten die in het hotel verblijven, te bevragen. De vragenlijst wordt uitgereikt aan de zakelijke gasten van Worldhotel Grand Winston. Wanneer deze gasten hun ontbijt in de ontbijtruimte van het hotel nuttigen, komt de onderzoeker langs en wordt de gast gevraagd of hij de vragenlijst wil invullen voor een klanttevredenheidsonderzoek. Het veldonderzoek is klaar wanneer het minimale aantal respondenten bevraagd is. Dit aantal is terug te vinden in bijlage⁶⁰. De opbouw van de vragenlijst wordt in de onderstaande paragraaf weergegeven.

4.4.1. Opbouw vragenlijst

Vanuit de literatuur die met deskresearch is bestudeerd, is een vragenlijst opgesteld om de klanttevredenheid van de gasten van Worldhotel Grand Winston te meten.⁶¹ Het theoretisch onderzoek en de bevindingen over het hotelwezen hebben geleid naar onderwerpen die van belang zijn voor het klanttevredenheidsonderzoek en die toepasbaar zijn op de survey. De onderwerpen die tijdens de vragenlijst aan bod komen, zijn opgesteld vanuit een onderwerpenlijst wat ook wel de ‘*topic guide*’ wordt genoemd. Deze topic guide is terug te vinden in de bijlage.⁶² In deze paragraaf wordt verklaard hoe de vragen van de vragenlijst tot stand zijn gekomen en hoe deze vragen in de vragenlijst worden geoperationaliseerd.

De datagegevens van de respondenten worden verzameld aan de hand van vier onderdelen in de vragenlijst. Eerst wordt de respondent naar zijn ervaring van zijn verblijf gevraagd, vervolgens beoordeelt de respondent hoe belangrijk hij de gegeven deelaspecten van zijn verblijf in het hotel vindt. Daarna beoordeelt hij of zijn ervaring aansluit op de verwachting die hij had van zijn verblijf in het hotel. Tot slot kan de respondent verbeterpunten en opmerkingen van zijn verblijf aankaarten in de open vragen. Op die manier verzamelt de onderzoeker data die met gesloten vragen niet kunnen worden verkregen. Open vragen kunnen meer diepgang bieden dan gesloten vragen en zorgen voor diverse resultaten. Deze vragen zijn tevens bedoeld voor de aanbeveling van het klanttevredenheidsonderzoek die door de onderzoeker wordt gegeven aan de opdrachtgever. De onderdelen in de vragenlijst worden onderstaand per *topic* beschreven.

⁵⁹ Universiteit Leiden. (2014).

⁶⁰ Bijlage IV.

⁶¹ Bijlage III.

⁶² Bijlage I.

4.4.1.1. Ervaren kwaliteit in de survey

Naast de verwachting die gasten van hun verblijf in Worldhotel Grand Winston hebben, wordt de respondent in de vragenlijst ook gevraagd naar de ervaring die hij heeft gehad van zijn verblijf in het hotel. De eerste vraag betreft het onderwerp *service delivery*. Hierbij wordt de respondent gevraagd hoe tevreden hij is over de geleverde service bij verschillende deelaspecten die Worldhotel Grand Winston aanbiedt. Het betreft hier de deelaspecten die uit deskresearch naar voren kwamen als standaard deelaspecten van de *service delivery* van een hoteldienst. Dit zijn de aspecten klantenservice, de service die bij de receptie wordt geleverd, de roomservice, etc. De reden hiervoor is dat na afname van de vragenlijsten duidelijk wordt over welke van de onderdelen van *service delivery* de respondent juist wel of niet tevreden is. Op die manier wordt duidelijk waar Worldhotel Grand Winston nog aan moet werken wat hun *service delivery* betreft. De deelaspecten worden door de respondenten volgens de eerder beschreven vijfpunts-Likertschaal beoordeeld.

Het volgende onderdeel betreft de tevredenheid over de aangeboden onderdelen van de dienst van Worldhotel Grand Winston. Hier gaat het over de tevredenheidsbeoordeling van aspecten zoals locatie, klantvriendelijkheid, comfort, hygiëne, etc. Voor dit onderwerp geldt ook dat door de respondent te vragen naar zijn beoordeling per deelaspect, duidelijk wordt waar de respondent een eventuele ontevredenheid beleeft. Voor de aanbeveling kan een van de uitkomsten die vanuit deze resultaten komen van groot belang zijn om een invloedfactor voor de klanttevredenheid van gasten van Worldhotel Grand Winston te vormen. Deze deelaspecten worden eveneens door de respondent volgens de vijfpunts-Likertschaal beoordeeld.

Nadat de attitude ten opzichte van de *service delivery* en de beoordeling van de respondent per deelaspect van de geleverde dienst van Worldhotel Grand Winston is gevraagd, komt vervolgens de totaalbeoordeling van de *service delivery* en de totaalbeoordeling van het verblijf in het hotel aan bod. De respondent beantwoordt deze vraag ook hier volgens de Likertschaal. Deze vraag betreft een totaalbeoordeling om een samenvatting te geven van de vorige twee enquêtevragen. Tijdens de analyse van de resultaten zal deze vraag tegenover de verwachtingen die de respondent had van zijn verblijf in Worldhotel Grand Winston gezet, om daar vervolgens een eventuele samenhang of tegenstelling in terug te vinden.

4.4.1.2. Invloedfactoren klanttevredenheid in de survey

De ervaring van de respondenten is gemeten met de beschreven enquêtevragen. Voor de opdrachtgever is het van belang om behalve kennis te hebben van de tevredenheidsbeoordeling van de deelaspecten, ook te weten hoe belangrijk de respondenten deze deelaspecten vinden voor een herhaalbezoek aan het hotel. Daarom wordt de respondent gevraagd om op de vijfpunts-Likertschaal aan te geven hoe belangrijk ieder deelaspecten apart voor hem is voor een eventueel herhaalbezoek aan het hotel. Bij deze vraag worden dezelfde deelaspecten voorgelegd aan de respondent als bij de tevredenheidsenquêtevragen. Daarbij wordt *service delivery* nu ook als een deelaspect ingezet. De antwoordmogelijkheden lopen volgens de Likertschaal op van ‘helemaal niet belangrijk’ tot ‘zeer belangrijk’ en uiteraard ook de antwoordmogelijkheid ‘geen mening’, voor de gasten die geen inhoudelijk antwoord geven.

4.4.1.3. Verwachte kwaliteit in de survey

Daarnaast bestaat de klantbehoefte uit de mate waarin de gasten verwachten dat Worldhotel Grand Winston met zijn hoteldienst hun wensen en behoeftes vervult. De verwachte kwaliteit zal door zakelijke gasten van Worldhotel Grand Winston worden beoordeeld aan de hand van de vraag of de ervaring aansluit op de

verwachting die zij hebben van hun verblijf. De respondent geeft aan of zijn ervaringen van zijn verblijf in Worldhotel Grand Winston aansluiten op, hoger of lager zijn dan de verwachtingen die hij had van zijn verblijf. Deze vraag verzamelt data over de verwachting en ervaring van de respondent die hij had met zijn verblijf in het hotel.

4.4.1.4. Open vragen

Tot slot wordt de respondenten een aantal open vragen voorgelegd. Zoals eerder beschreven, zijn de gesloten vragen te beantwoorden via een Likertschaal en met ja-nee antwoordmogelijkheden. De open vragen verzamelen datagegevens die niet met gesloten vragen te verkrijgen zijn. De respondent wordt gevraagd naar de 'tip' van zijn verblijf, de 'top' van zijn verblijf en naar eventuele verdere opmerkingen. Nadat de gegevens zijn verzameld, kan worden nagegaan of de feedback van de respondenten met elkaar overeenkomt of juist uiteenloopt. Bovendien wordt deze feedback meegenomen in de aanbeveling die de onderzoeker aan het management van het hotel doet.

4.5. Operationalisatie hypothesen

In het theoretisch kader zijn een aantal hypothesen opgesteld die het klanttevredenheidsonderzoek toetsen op de bruikbaarheid, validiteit en betrouwbaarheid. In deze paragraaf wordt toegelicht hoe de hypothesen worden geoperationaliseerd en welke uitkomsten daarbij worden verwacht.

In zijn theorie stelt Grönroos dat de beïnvloedingsfactoren van de *ervaren* kwaliteit de relationele kwaliteit (wie), de functionele kwaliteit (hoe) en de technische kwaliteit (wat) zijn.⁶³ De eerste hypothese luidt: *“De relationele kwaliteit en de functionele kwaliteit hebben een grotere invloed op de ervaren kwaliteit dan de technische kwaliteit.”* Hiermee wordt de relatie tussen de drie onderdelen van het model van Grönroos onderzocht. De toetsing van deze hypothesen is binnen het huidige onderzoek echter niet mogelijk. De respondent wordt niet expliciet gevraagd naar zijn perceptie van de functionele kwaliteit, die van de relationele kwaliteit en tot slot zijn perceptie van de technische kwaliteit. Daardoor kunnen deze onderwerpen niet worden gemeten. In een volgend onderzoek kan deze hypothese worden getoetst door de respondent expliciet te vragen naar welke dienst (technische kwaliteit) hij heeft ervaren, hoe hij de levering van deze dienst heeft ervaren (functionele kwaliteit) en door wie de dienst is verleend (relationele kwaliteit). De resultaten van de toetsing van de hypothese zal tegenover elkaar gezet moeten worden, om na te gaan of er sprake is van een significantie of een samenhang door correlatie tussen de relationele, technische en functionele kwaliteit.

Vervolgens spreekt Grönroos (1984) in zijn theorie over de relatie tussen de verwachte kwaliteit en ervaren kwaliteit. Zoals in het theoretisch kader is beschreven, spreekt Grönroos van klanttevredenheid wanneer deze kwaliteiten gelijk zijn aan elkaar. De hypothese die deze beredenering van Grönroos toetst voor het huidige klanttevredenheidsonderzoek luidt: *“De ervaring van het verblijf van gasten van Worldhotel Grand Winston is gelijk aan de verwachting die zij hadden van hun verblijf in het hotel.”* Deze hypothese wordt getoetst aan de hand van de resultaten van de vraag uit de vragenlijst betreffende de aansluiting van de ervaring die de respondent van zijn verblijf heeft ten opzichte van de verwachting die hij daarvan had. Daarmee wordt onderzocht of de gasten de ervaringen van hun verblijf boven, gelijk aan of lager dan de verwachtingen die zij hadden van hun verblijf in Worldhotel Grand Winston.

⁶³ Grönroos, C. (1990).

De derde hypothese betreft de waargenomen kwaliteit die gasten hebben van hun verblijf in het Worldhotel Grand Winston. De hypothese bevat een begrip dat Grönroos hanteert in zijn theorie, namelijk: ‘acceptabele kwaliteit’. Grönroos spreekt van acceptabele kwaliteit wanneer de geleverde kwaliteit van een dienst of product gelijk is aan de verwachte kwaliteit die een klant heeft. Daar legt hij vervolgens het begrip ‘klanttevredenheid’ naast, waarvan gesproken kan worden als de ervaren kwaliteit gelijk is aan de verwachte kwaliteit die een klant heeft van een dienst of product. De hypothese die gesteld wordt bij deze theorie luidt: *“Als de gasten van het Worldhotel Grand Winston de waargenomen kwaliteit acceptabel vinden, dan zijn zij tevreden”*. De onderdelen van de vragenlijst die bij deze hypothese aan bod komen, zijn de totaalbeoordeling van de respondenten over de *service delivery* en hun totaalbeoordeling over hun verblijf in het hotel. Nadat die gegevens zijn verzameld, staan de resultaten van deze vragen tegenover die van de aansluiting van de vraag of de ervaring van de respondenten aansloot op hun verwachtingen die zij daarvan hadden. Daarover kan worden gezegd of ze van acceptabele waarde zijn of niet. Toetsing van deze hypothese in het huidige onderzoek is echter niet mogelijk. De waargenomen kwaliteit van klanten is volgens Grönroos het spanningsveld tussen de verwachte kwaliteit en de ervaren kwaliteit. Deze kwaliteit is in het huidige klanttevredenheidsonderzoek niet exact vast te stellen. De respondenten worden in de vragenlijst niet direct naar hun waargenomen kwaliteit gevraagd, maar enkel naar hun ervaring van het verblijf en of deze ervaring aansloot op de verwachting die zij daarvan hadden. Bovendien is de representativiteit van het huidige onderzoek te laag om een uitspraak te doen over de ‘gasten’ van Worldhotel Grand Winston. Daardoor kan deze hypothese niet worden getoetst, waardoor geen uitspraak kan worden gedaan over aanname of verwerping van deze hypothese.

Tot slot wordt gekeken naar de verwachte kwaliteit. Dit onderwerp wordt met twee hypothesen getoetst om de invloedfactoren op deze kwaliteit te beoordelen. Het betreft hier de mate waarin de factor ‘klantbehoefte’ invloed heeft op de verwachte kwaliteit die gasten hebben van hun verblijf in Worldhotel Grand Winston en de mate waarin de factor mond-tot-mondreclame dat heeft. De hypothesen luiden: *“De klantbehoefte(n) van gasten van Worldhotel Grand Winston bepaalt(en) de verwachte kwaliteit van de gast ten aanzien van zijn verblijf in het hotel.”* en *“De mond-tot-mondreclame die over Worldhotel Grand Winston gaat, bepaalt de verwachte kwaliteit van de gast ten aanzien van zijn verblijf in het hotel.”* Eerst wordt gekeken naar de klantbehoefte(n). Dit onderdeel van de hypothese wordt getoetst met behulp van de resultaten uit de vraag hoe belangrijk de respondenten de deelaspecten van hun verblijf in het hotel vinden voor een eventueel herhaalbezoek. Vervolgens worden deze resultaten tegenover die van de vraag gezet of de respondent zou terugkeren naar Worldhotel Grand Winston. Daaruit volgt een significantie die de hypothese zal verwerpen of niet. De invloed van mond-tot-mondreclame wordt getoetst met de resultaten vanuit de vraag of de gasten aangeraden zijn om in Worldhotel Grand Winston te verblijven. Deze resultaten worden tegenover de resultaten gezet van de vraag of het verblijf voldeed aan de verwachtingen die respondenten hadden vooraf. De significantie en de correlatie tussen deze vragen bepalen of de hypothese over de mond-tot-mondreclame kan worden aangenomen of verworpen en of er sprake is van een eventuele samenhang tussen respondenten die zijn aangeraden in het hotel te verblijven en of het de ervaring van het verblijf voldeed aan de verwachtingen die de respondenten daarvan hadden.

4.6. Evaluatie methodologie

In deze paragraaf wordt de evaluatie beschreven van de operationalisatie van het huidige klanttevredenheidsonderzoek voor Worldhotel Grand Winston. In deze evaluatie wordt een blik geworpen op de methode die voor het onderzoek is toegepast .

Het literatuuronderzoek van het onderzoeksrapport is het onderdeel dat het meeste tijd in beslag heeft genomen. Zeker drie maanden is gezocht naar (wetenschappelijke) literatuur, om definities en informatie te vinden ten behoeve van het onderzoek. Na de bestudering van de literatuur, is overstapt op het veldonderzoek. De respondenten zijn in de eerste instantie face-to-face bevraagd om hun beoordeling op hun verblijf met een klembordenquête. Deze methode nam echter veel tijd in beslag, derhalve is overgestapt op schriftelijke enquêtes die de respondenten zelf konden invullen. Daardoor zou een steekproefgrootte van minimaal 150 respondenten gehaald kunnen worden. Deze methode van de uitvoering van een surveyonderzoek maakte het voor het huidige klanttevredenheidsonderzoek niet mogelijk om een respondentenaantal van 372 te behalen en te voldoen aan een betrouwbaarheidspercentage van 95 procent.

5. Resultaten

Het klanttevredenheidsonderzoek is afgenomen met een surveyonderzoek in de vorm van een schriftelijke enquête. In dit hoofdstuk worden de datagegevens van de respondenten geanalyseerd die met het surveyonderzoek zijn verzameld.⁶⁴ Vervolgens worden relaties gelegd tussen de gegevens en worden de resultaten getoetst op hun bruikbaarheid, zuiverheid en betrouwbaarheid.⁶⁵ De resultaten worden per deelvraag behandeld. De grafieken en frequentietabellen van de datagegevens die voor de beantwoording van de deelvragen worden gebruikt, zijn terug te vinden in de bijlage⁶⁶.

5.1. Respondenten

De respondenten van het onderzoek zijn de zakelijke gasten van Worldhotel Grand Winston. Deze respondenten verbleven voor zakelijke doeleinden in het hotel. Hun verblijf werd bekostigd door het bedrijf waarvoor zij werken. De vragenlijst is door totaal 158 respondenten ingevuld. De respondenten worden onderscheiden in geslacht, nationaliteiten en leeftijd.

5.2. Toetsen

De resultaten worden getoetst met gebruik van significantie, correlatie en betrouwbaarheid. Voor significantie geldt dat het onwaarschijnlijk is dat de statistische gegevens het resultaat zijn van toevallige factoren.⁶⁷ Het significantieniveau meet de betrouwbaarheid van deze resultaten. In de resultaten wordt gebruikgemaakt van een aantal toetsen om de betrouwbaarheid van de resultaten te meten, zoals de Chi-square toets, de Somers'D toets, de Mann Whitney-U toets of de Kruskal Wallis toets.

De correlatie geeft een relatie tussen twee variabelen. Hierbij wordt gekeken naar de manier waarop de scores op de ene variabele samenhangen met de scores op de andere variabele. Indien hoge scores op de ene variabele samengaan met hoge scores op de andere variabele, dan is er sprake van een positieve correlatie tussen de twee variabelen. Wanneer hoge scores op de ene variabele samengaan met lage scores op de andere variabele, dan is er sprake van een negatieve correlatie tussen de twee variabelen. Bij een correlatie is er geen sprake van een causaal verband.⁶⁸ In de volgende onderzoeksvragen worden deze begrippen gehanteerd. Het onderwerp 'ervaring' van de respondenten ten aanzien van hun verblijf in het hotel wordt behandeld in onderzoeksvraag 1, 2 en 3. De verwachting van de respondent ten aanzien van zijn verblijf in het hotel wordt beschreven in onderzoeksvraag 4, 5 en 6.

In de analyse van de resultaten wordt gekeken naar de mediaan van het antwoord van de respondenten, het interkwartiel van dat antwoord, de significantie ten opzichte van sekse, leeftijd en nationaliteit en tot slot wordt gekeken naar de correlatie voor samenhang van de antwoorden. De significantie en correlatie worden alleen vermeld als hier wel sprake van is. De getallen die tussenhaakjes staan, zijn de gemiddelde en mediaan antwoorden vanuit de resultaten.

⁶⁴ Bijlage V.

⁶⁵ Verhoeven, N. (2011).

⁶⁶ Bijlage VI.

⁶⁷ Howitt, D. & Cramer, D. (2007).

⁶⁸ Tilburg University. (2014).

5.3. Belangrijke deelaspecten voor tevredenheid

De eerste onderzoeksvraag betreft wat voor de gasten van Worldhotel Grand Winston belangrijk is om tevreden te zijn over hun verblijf in het hotel. Het belang van deze resultaten wordt per deelaspect gemeten, om daar vervolgens een uitspraak over te doen. In figuur 4 is het belang van de deelaspecten schematisch weergegeven. Deze figuur staat onderaan de onderzoeksvragen, om een samenvatting van de resultaten te geven en om vervolgens de hoofdvraag te beantwoorden.

Uit de resultaten volgt dat voor de belangrijkheid van de *service delivery* de mediaan op 4 ligt, waaruit blijkt dat respondenten de *service delivery* overwegend ‘belangrijk’ beoordelen met een interkwartiel van 1. Bij deze relatie is een verschil van 0,004 te zien tussen sekse en de beoordeling hoe belangrijk *service delivery* tijdens hun verblijf is voor hen. Wat opvalt is dat overwegend vrouwen (97 procent) *service delivery* als ‘belangrijk’ tot ‘zeer belangrijk’ beoordelen, terwijl dit oordeel bij mannen meer is verspreid. Voornamelijk Britten stellen de *service delivery* van belang. Deze beoordeling komt tot stand vanuit de leeftijdscategorie 21-30. Het verschil in nationaliteiten ten opzichte van de *service delivery* is significant verschillend 0,43. De significantie bevindt zich in de groep Britse respondenten. De correlatiecoëfficiënt van de belangrijkheid *service delivery* hier -0,105. Dit is een negatieve correlatiecoëfficiënt die dicht bij 0 ligt. Daardoor kan worden gesteld dat er nauwelijks sprake is van een samenhang tussen de leeftijden van de respondenten en het belang dat respondenten stellen bij de *service delivery* van hun verblijf.

Vervolgens komt het belang dat de respondenten hechten aan de locatie van het hotel aan bod. Zowel mannen als vrouwen vinden de locatie van (groot) belang. De 151 respondenten die een beoordeling op het belang van de locatie gaven, antwoordden veelal ‘belangrijk’ tot ‘zeer belangrijk’ (mediaan 5) met een interkwartiel van 1. Overwegend Belgen, Britten en Amerikanen beoordelen de locatie van het hotel als ‘belangrijk’ tot ‘zeer belangrijk’. Bij alle leeftijdsgroepen is de locatie van groot tot zeer groot belang. Hier is geen significantie op te merken. De correlatiecoëfficiënt van vergelijking tussen leeftijd en het belang dat respondenten stellen aan de locatie is 0,073. Dit is een positieve coëfficiënt, maar doordat deze zeer dicht bij 0 ligt, is er geen sprake van een (lineaire) samenhang tussen de variabelen.

De respondenten is vervolgens gevraagd naar het hoe belangrijk zij de klantvriendelijkheid tijdens hun verblijf in Worldhotel Grand Winston vonden. Op deze vraag reageerden 151 respondenten. De beoordeling van dit aspect is ‘belangrijk’ (mediaan 4) met een interkwartiel van 1. Vooral vrouwelijke respondenten vinden de klantvriendelijkheid zeer belangrijk. Deze reactie komt met name vanuit Britse vrouwen tussen de 21 jaar en 40 jaar. Bij deze variabele is verder geen significantie of correlatie te zien.

Food & beverage werd door de respondenten als ‘belangrijk’ beoordeeld, waarbij de mediaan op 4 ligt met een interkwartiel van 1. Van de 152 respondenten die het belang van *food & beverage* aangaven, vonden vooral vrouwen van Nederlandse en Britse afkomst in de leeftijdscategorie van 21-40 jaar *food & beverage* van groot tot zeer groot belang. Bij mannen is deze beoordeling meer verspreid. Volgens de resultaten is er geen significant verschil tussen deze groepen respondenten en hun beoordeling over *food & beverage*.

De verdeling van de beoordeling over het belang van de faciliteiten die Worldhotel Grand Winston aanbiedt, ligt qua mediaan op ‘belangrijk’ 4, met een interkwartiel van 2. Zoals af te lezen is vanaf de resultaten worden de faciliteiten overwegend ‘belangrijk’ bevonden door zowel mannelijke respondenten als vrouwelijke respondenten, met een meerderheid van de vrouwelijke respondenten. Hier is een significantie op te merken van 0,023, waardoor gezegd kan worden dat het geen toeval is dat vrouwen hier een groter belang aan stellen dan mannen. Deze vrouwelijke groep van de leeftijd 21-30 jaar vinden de faciliteiten overwegend belangrijk,

waaronder voornamelijk vrouwen van Britse afkomst. Bij de mannelijke respondenten geldt dat voor groep 31-40 jaar met een Amerikaanse, Duitse of Britse nationaliteit.

De volgende vraag betreft het belang van hygiëne. 149 respondenten beoordeelden deze vraag als 'belangrijk' met een mediaan van 4 en een interkwartiel van 1. Vooral vrouwen van Duitse, Franse en Britse afkomst in de leeftijdscategorie van 21-40 jaar beoordelen hygiëne van groot tot zeer groot belang. Tussen de relatie van het belang van hygiëne en de nationaliteiten blijkt een significant verschil te zitten van 0,012. Dit verschil is te zien bij de mannelijke respondenten die de hygiëne belangrijk tot zeer belangrijk vinden. Opvallend is dat vooral bij vrouwen de hygiëne van zeer groot belang wordt bevonden. Tussen de leeftijd van de respondenten en hun oordeel op het belang van de hygiëne is echter geen correlatie te zien.

Het belang van het comfort tijdens het verblijf in Worldhotel Grand Winston is door 153 respondenten beoordeeld. De mediaan van de beoordeling ligt op 4, met een interkwartiel van 1. Uit de resultaten komt naar voren dat vrouwen in alle leeftijdscategorieën (behalve 41-50 jaar) meer waarde hechten aan het comfort van hun verblijf dan mannen. Deze vrouwen zijn overwegend Duits. Hun oordeel ligt met 58 procent bij 'zeer belangrijk', waar de beoordeling van mannen slechts 38 procent bedraagt. Opvallend is dat vijftien mannelijke respondenten het comfort niet belangrijk vinden. Daarentegen vinden de mannelijke respondenten uit de leeftijdscategorie 41-50 jaar het comfort wel van groot belang. Tussen het geslacht van de respondent en zijn of haar oordeel op het belang van het comfort zit een significantie van 0,009. Het is dus geen toeval dat aan het comfort door vooral vrouwen van groot belang wordt beschouwd.

Vervolgens is de beoordeling op het belang van de parkeergelegenheid aan de respondenten gevraagd. Hierop gaven 101 respondenten antwoord. Zoals van de resultaten is af te lezen, bedraagt de mediaan 3 met een interkwartiel van 3. De vrouwelijke respondenten zijn sterker van mening dat parkeergelegenheid belangrijk is dan de mannelijke respondenten. Veel mannelijke en vrouwelijke respondenten kozen voor de optie 'geen mening', omdat slechts een klein aantal respondenten gebruikmaakte van de parkeerplaatsen. Vooral de vrouwen uit leeftijdscategorie 21-40 jaar en vrouwen van Britse en Nederlandse afkomst vonden dit aspect belangrijk. Datzelfde geldt voor mannelijke respondenten van 31-50, overwegend Duitse en Nederlandse mannen. Hiertussen zit geen significant verschil of een correlatie.

Kortom, de respondenten zijn van mening dat vooral de locatie en de hygiëne van hun verblijf belangrijk is om terug te keren naar het hotel. Het aspect waar minder belang aan wordt gehecht door de respondenten is de parkeergelegenheid.

5.4. Ervaring van respondenten per deelaspect

De tevredenheid van de gasten van Worldhotel Grand Winston wordt gemeten aan de hand van de tevredenheidsbeoordeling die zij geven per deelaspect van hun verblijf in het hotel. De beoordelingen van de respondenten zijn geclusterd in twee deelonderwerpen, namelijk *service delivery* en de algemene aspecten die door Worldhotel Grand Winston worden aangeboden. Daardoor kan bij de *service delivery* van Worldhotel Grand Winston worden achterhaald bij welk deelaspect in deze dienst het hotel niet voldoet aan de verwachtingen van de respondenten van het onderzoek. Voor de algemene aspecten geldt dat het voor de opdrachtgever van belang is om te achterhalen over welk deelaspect de respondenten niet tevreden zijn.

5.4.1. *Tevredenheid per deelaspect van service delivery*

De respondent is gevraagd naar zijn tevredenheidsoordeel over de *service delivery* per deelaspect van deze service die Worldhotel grand Winston aanbiedt. De deelaspecten van de geleverde service worden per onderdeel besproken.

Van de 153 respondenten gaven 71 respondenten aan tevreden te zijn over de klantenservice (45 procent) en 70 respondenten bleken zeer tevreden (44 procent). De mediaan van dit deelaspect is 4, wat betekent dat de respondenten gemiddeld 'tevreden' zijn over dit deelaspect, met een interkwartiel van 1. Wanneer wordt gekeken naar het verschil in sekse is te zien dat meer vrouwen dan mannen ontevreden kunnen zijn over de klantvriendelijkheid. Dit verschil bevindt zich voornamelijk in de leeftijdscategorie 21-30 jaar. Hier is echter geen correlatie te vinden.

De *service delivery* in het restaurant wordt als 'tevreden' (mediaan 4) beoordeeld met een interkwartiel van 1. Hier is geen significantie of correlatie op te merken.

Tevens wordt de service bij de receptie hoog beoordeeld. De mediaan is 5 met een interkwartiel van 1. Vooral de mannelijke respondenten zijn zeer tevreden over dit deelaspect. Van de 122 mannelijke respondenten van totaal 154 respondenten die reageerden op deze vraag, beoordelen 86 mannen de service zeer goed. De respondenten die deze beoordeling gaven, behoren overwegend tot de leeftijdsgroep 31-40 jaar. Tussen de mannelijke respondenten en hun beoordeling bevindt zich een significantie van 0,033. Dat betekent dat vanuit de mannelijke leeftijdsgroepen het kleine verschil op de beoordeling 'zeer tevreden' niet op een toeval berust. Vooral de Britse, Amerikaanse, Nederlandse en Canadese en mannelijke gasten delen deze mening. Ook de vrouwelijke respondenten zijn vooral tevreden tot zeer tevreden over deze service. Hier zit een significantie van 0,037. Dit geldt voor de vrouwen uit leeftijdsgroep 41-50 jaar. Zij zijn overwegend van Britse afkomst. Er is hier geen sprake van een opvallende correlatie.

Het aspect dat relatief minder goed werd beoordeeld, is *house keeping*. Van de 155 respondenten die op deze vraag reageerden, beantwoordden totaal acht gasten de service niet voldoende te vinden. De mediaan van dit deelaspect is 4 met een interkwartiel van 1,0. De minder hoge beoordelingen komen vanaf de vrouwelijke respondenten 51-60 jaar. Voor de vrouwelijke respondenten geldt dit voor de leeftijdscategorie 41-50 jaar en 51-60 jaar van Nederlandse afkomst. Bij deze groepen is geen sprake van een significantie.

De *room service* is door relatief weinig respondenten beoordeeld. Slechts 94 respondenten beoordeelden de *service delivery* van de *room service*. Het mediaan antwoord van de respondenten die wel antwoordden is 4 'tevreden' met een interkwartiel van 1. Voor dit deelaspect geldt dat van de 94 respondenten die op deze vraag reageerden, 64 respondenten aangaven geen ervaring te hebben met de service. Daarvoor bestaat de antwoordmogelijkheid 'geen mening', die door veel respondenten aangekruist is. De resultaten van dit deelaspect zijn terug te vinden in de bijlage.

Tevens gaven respondenten aan dat zij de barservice nog niet hadden ervaren. Van de 97 respondenten die op deze vraag reageerden, gaven 85 respondenten een positieve beoordeling over de service. Het mediaan antwoord is hier 4 'tevreden' met een interkwartiel van 1. Dit geldt vooral voor de Duitse en Amerikaanse respondenten. Ook de Nederlandse vrouwen vinden de barservice voldoende. Dit zijn vrouwen uit de leeftijdsgroepen 31-40 jaar en 41-50 jaar.

5.4.2. Tevredenheid van de deelaspecten van het verblijf

Nadat de *service delivery* per deelaspect beoordeeld is, worden de deelaspecten beoordeeld die Worldhotel Grand Winston aanbiedt.

De locatie van Worldhotel Grand Winston wordt overwegend hoog beoordeeld. De 147 respondenten die hun antwoord gaven op deze vraag, gaven aan dat hun oordeel overwegend op 'tevreden' tot 'zeer tevreden' ligt (mediaan 5) met een interkwartiel van 1. Uit de resultaten blijkt dat meer vrouwen dan mannen 'tevreden' zijn en meer mannen dan vrouwen 'zeer tevreden' zijn. Op deze resultaten is een significantie te zien van 0,032. Uit de resultaten blijkt dat het geen toeval is dat zowel mannen als vrouwen tevreden tot zeer tevreden zijn over de locatie van het hotel. Hier is echter geen correlatie in te vinden.

Vervolgens wordt gekeken naar de klantvriendelijkheid per deelaspect van het verblijf die de respondenten hebben ervaren in Worldhotel Grand Winston. De respondenten gaven een hoge beoordeling aan de klantvriendelijkheid die zij hebben ervaren tijdens hun verblijf in Worldhotel Grand Winston. De mediaan van deze vraag die 152 respondenten beantwoordden, is 'tevreden' 4 en een interkwartiel van 1. De mannelijke respondenten beoordelen de klantvriendelijkheid hoger dan de vrouwelijke respondenten. De helft van de mannen zijn 'zeer tevreden' over de klantvriendelijkheid en dat geldt voor 42 procent van de vrouwelijke gasten. Het positieve oordeel komt voornamelijk van mannelijke gasten uit leeftijdscategorie 21-30 jaar, waarvan Amerikaanse en Britse gasten het grootste deel uitmaken.

Het volgende deelaspect waar respondenten hun mening over konden geven, is *food & beverage*. Op deze vraag gaven 153 respondenten een reactie, waarbij de mediaan op 4 ligt met een interkwartiel van 2. Opvallend is dat deelaspect *food & beverage* lager wordt beoordeeld dan de andere deelaspecten: van de 155 respondenten beoordeelden zeven respondenten dit deelaspect negatief, waarvan twee vrouwelijke en vijf mannelijke respondenten van Duitse, Oostenrijkse, Britse, Nederlandse en Chinese afkomst. Overwegend zitten zij in de leeftijdsgroep 21-30 jaar. Tussen de vrouwelijke respondenten en de beoordeling over *food & beverage* is een significantie te zien van 0,008. Vrouwen zijn dus meer neutraal gemeend dan de mannelijke respondenten. Bovendien is een significantie van 0,045 te zien tussen de leeftijdsgroepen en het oordeel van de respondenten over *food & beverage*. Deze significantie is te zien bij de beoordelingen die vooral door de relatief jonge gasten aan dit deelaspect geven. Deze significantie is echter niet te verklaren vanuit een samenhang door correlatie.

Tevens wordt een relatief lage beoordeling gegeven aan het comfort van het verblijf in Worldhotel Grand Winston. Deze vraag heeft een mediaan van 4 en een interkwartiel van 2, maar van de 155 respondenten die op deze vraag reageerden, beoordeelden 35 respondenten het comfort als 'noch ontevreden, noch tevreden'. Drie respondenten gaven aan 'zeer ontevreden' te zijn over het comfort en vier respondenten waren 'ontevreden', voornamelijk vrouwelijke gasten in de leeftijdscategorie 31-40 jaar van Duitse afkomst. In de open vragen komt over dit deelaspecten naar voren dat de bedden hard zijn en het benauwd is in de hotelkamers.⁶⁹

Bij de vraag naar de tevredenheidsbeoordeling van faciliteiten zijn de antwoorden van de respondenten gespreid. Van de 144 respondenten worden de faciliteiten door 34 respondenten met 'tevreden' (mediaan is 4) beoordeeld met een interkwartiel is 1. Vooral mannelijke gasten van leeftijdsklasse 21-30 jaar zijn ontevreden over de faciliteiten. Bij vrouwen is dit in leeftijdsklasse 21-30 jaar. Verder wordt de ervaring van de faciliteiten door de respondenten gelijk gesteld aan de verwachtingen die respondenten hebben.

De reactie van de respondenten over de hygiëne van hun verblijf is overwegend hoog. De tevredenheid ligt bij de mediaan 4 met een interkwartiel van 1. Op deze vraag reageerden 147 respondenten. Zowel mannen

⁶⁹ Bijlage VII.

als vrouwen zijn eensgestemd over de hygiëne en zijn zeer tevreden. Vrouwen vooral uit de leeftijdscategorie 21-30 jaar en mannelijke respondenten vooral uit de leeftijdscategorie 31-40 jaar. Hier zit echter geen significantie en ook geen correlatie.

Tot slot ligt de beoordeling over de parkeergelegenheid op mediaan 4 met een interkwartiel van 2. Op deze vraag antwoordden 61 respondenten. De overige respondenten gaven geen mening, omdat ze de parkeergelegenheid niet hadden gebruikt. Uit de resultaten blijkt dat van de vrouwelijke respondenten dit de jongere groep is van 21-30 jaar en bij de mannelijke respondenten vooral de groep 51-60 jaar zeer tevreden is.

Nadat de details van deze deelaspecten zijn beschreven, worden de deelaspecten tegenover de variabele 'aansluiting op de verwachting' gezet. Uit de resultaten blijkt dat er diverse significanties te vinden zijn bij deze vergelijking. Wat betreft de ervaring van de deelaspecten van *service delivery* die de respondent heeft en de aansluiting op de verwachtingen daarvan bestaat een relatie met onder andere de tevredenheid van de klantenservice (0,002), de tevredenheid van de *service delivery* in het restaurant (0,002) en de tevredenheid van de *service delivery* van de *house keeping* (0,014). Over deze deelaspecten valt te zeggen dat de relatie tussen de deelaspecten en de aansluiting van de ervaring op de verwachting die respondenten hadden niet op een toeval berust. De significanties zijn zeer klein, waardoor grotendeels over een betrouwbaarheidspercentage van 99 procent gesproken kan worden.

Kortom, uit de resultaten blijkt dat de respondenten vooral tevreden zijn over de *service delivery* bij de receptie. Ze zijn minder tevreden over de *service delivery* van *house keeping*. Opvallend is dat de ervaring van de respondenten betreft de *service delivery* van *house keeping* significant aansluit op de verwachting die zij daarvan hadden, terwijl de beoordeling van dit deelaspect relatief minder hoog is dan de andere deelaspecten van *service delivery*. Tevens sluit de ervaring van de klantenservice significant aan op de verwachting die respondenten daarvan hadden.

5.5. Totaaltevredenheidsbeoordeling en aansluiting op verwachting van respondenten

Nadat de deelaspecten van het verblijf in Worldhotel Grand Winston zijn beoordeeld, werd de respondenten gevraagd naar de totaalbeoordeling van hun verblijf in het hotel. Deze beoordeling is in twee onderwerpen opgedeeld, namelijk: de totaalbeoordeling van de *service delivery* en de totaalbeoordeling van het verblijf in het hotel. Vervolgens worden de resultaten van deze vragen in verband gesteld met de vraag of de ervaring van de gasten van hun verblijf aansluit met de verwachting die zij daarvan hadden.

Ten eerste komen de resultaten van de totaalbeoordeling op de *service delivery* van het hotel aan bod. Het deelaspect is door 67 van de totaal 133 respondenten die op deze vraag reageerden beoordeeld als 'tevreden' met mediaan 4 met een interkwartiel van 1. Het resultaat van de totaalbeoordeling van de *service delivery* wordt tegenover de resultaten van de deelaspecten van de *service delivery* gezet. Daaruit blijkt dat alle deelaspecten een significantie kennen. De significanties tussen de totaalbeoordeling van de *service delivery* en de deelaspecten daarvan, zijn opeenvolgend de tevredenheid over de klantenservice (0,000), de *service delivery* in het restaurant (0,000), bij de receptie (0,000), die van de *room service* (0,001), de *house keeping* (0,000) en tot slot de *service delivery* van de barservice (0,001). Deze significanties zijn zeer klein, waardoor gezegd kan worden met een betrouwbaarheidspercentage van 99 procent dat de respondenten over deze aspecten significant tevreden zijn.

Wanneer deze totaalbeoordeling tegenover de deelaspecten van *service delivery* wordt gezet, zijn twee correlaties te constateren. Zo is bestaat een correlatie tussen de totaalbeoordeling van *service delivery* en de tevredenheid over de klantenservice (0,707) en tussen de totaalbeoordeling en de tevredenheid over de service in

het restaurant (0,685). Beide correlatiecoëfficiënten zijn positief. Vooral de samenhang tussen de klantenservice en de totaalbeoordeling is van hoge waarde en ligt dicht bij 1. De significantie van deze correlatie is 0,000, wat betekent dat het zeer waarschijnlijk is dat deze correlatie op de werkelijkheid berust.

Ten tweede zijn de resultaten uit de totaalbeoordeling van het verblijf in Worldhotel Grand Winston interessant om te belichten. De mediaan van deze vraag is 4 'tevreden' met een interkwartiel van 1. Op deze vraag reageerden 157 respondenten. Voor de totaalbeoordeling van het verblijf in Worldhotel Grand Winston gaven drie van de 157 respondenten van Worldhotel Grand Winston aan ontevreden te zijn en bleek één respondent zeer ontevreden. Vijftien respondenten beoordeelden hun verblijf als 'noch ontevreden, noch tevreden'. De overige respons ligt boven dit niveau. Tussen de nationaliteiten van de respondenten en hun totaalbeoordeling op hun verblijf is een significantie te zien (0,001). Vanuit de resultaten is af te lezen dat mannelijke respondenten significant meer tevreden zijn dan de vrouwelijke respondenten. Dit valt op bij Amerikaanse, Britse en Nederlandse respondenten die het grootste deel uitmaken van de tevreden respondenten ten aanzien van hun totaalbeoordeling over hun verblijf. Zij beoordelen hun verblijf positief tot zeer positief. Wanneer deze resultaten tegenover de deelaspecten van het verblijf in Worldhotel Grand Winston worden gezet, is te zien dat tussen de totaalbeoordeling van het verblijf en de tevredenheid van de locatie (0,005), de klantvriendelijkheid (0,000), *food & beverage* (0,000), het comfort (0,000), de faciliteiten (0,000) en de hygiëne (0,000) een significantie zit. Dat betekent dat het oordeel van de respondenten significant is aan de totaalbeoordeling van hun verblijf.

Vervolgens wordt gekeken naar de correlatie tussen de totaalbeoordeling van het verblijf en de verschillende deelaspecten die respondenten hebben beoordeeld. Tussen deze variabelen is te zien dat er ook hier een aantal correlaties zijn. Vanaf de resultaten blijkt dat er een correlatie zit tussen de totaalbeoordeling van het verblijf en de tevredenheid van de hygiëne (0,637) en tussen de tevredenheid van het comfort en de totaalbeoordeling van het verblijf (0,699). Beide correlaties hebben een positieve richtingscoëfficiënt en zijn significant (0,000). Dit laatste deelaspect ligt het dichtste bij 1 en heeft een correlatiesignificantie van 0,000, waardoor een betrouwbaarheidspercentage van 99 procent aangehouden kan worden.

Kortom, de respondenten die de deelaspecten van *service delivery* positief beoordeelden, zijn significant tevreden in hun totaalbeoordeling over de *service delivery*. De samenhang tussen de totaalbeoordeling en de deelaspecten is het grootste bij de klantenservice en de *service delivery* in het restaurant. Voor de totaalbeoordeling van het verblijf en de vergelijking met de deelaspecten van het verblijf geldt dat de respondenten hun oordeel significant gelijk is aan hun totaalbeoordeling voor hun verblijf in Worldhotel Grand Winston.

5.6. Ervaring van verblijf ten opzichte van verwachting

Het volgende deelonderwerp dat wordt behandeld betreft de aansluiting van de ervaring op de verwachting die gasten hebben van hun verblijf in Worldhotel Grand. Vanuit de theorie van Grönroos is te verklaren dat sprake is van klanttevredenheid wanneer de ervaring van de klant gelijk is aan of hoger is dan de verwachte kwaliteit die hij had ten aanzien van een dienst of product. Voor het huidige klanttevredenheidsonderzoek geldt dat er sprake is van klanttevredenheid wanneer de ervaring van gasten van Worldhotel Grand Winston gelijk is aan of hoger is dan de verwachting die zij hadden van hun verblijf. De respondenten hebben deze vraag voor zich gekregen en konden beoordelen of de ervaring hoger, gelijk aan- of lager dan de verwachting was.

Uit de resultaten blijkt dat de mediaan van het antwoord op 2 'gelijk aan verwachtingen' ligt met een standaardafwijking van 0,5. Deze vraag werd door 154 respondenten beantwoord. Van dit aantal beoordeelden 107 respondenten de ervaring van hun verblijf gelijk aan de verwachtingen die zij daarvan hadden. Dit staat gelijk aan 70 procent van het aantal respondenten die op deze vraag reageerden. Twintig procent van de respondenten gaf aan dat hun ervaring boven hun verwachting is. Het verschil tussen de seksen en de beoordeling op deze vraag heeft een significantie van 0,034. Daarover kan worden gezegd dat meer vrouwen dan mannen hun ervaring lager stellen dan hun verwachtingen van hun verblijf. Dat is vooral het geval bij vrouwelijke respondenten tussen 21-30 jaar en 51-60 jaar. De respondenten in de leeftijdscategorie 41-50 stellen hun verwachtingen gelijk aan hun ervaring van het hotel. Uit de resultaten blijkt dat 60-plussers hun ervaring overwegend hoger stellen dan hun verwachtingen. Wanneer gekeken wordt naar de nationaliteiten, blijkt dat vooral Amerikaanse gasten (vijftien respondenten) hun ervaring gelijk aan of hoger is dan hun verwachtingen van hun verblijf in Worldhotel Grand Winston. De hoogste beoordelingen komen van de mannelijke gasten uit de leeftijdscategorie 51-60 jaar. Daarentegen beoordelen zes Nederlandse gasten hun verblijf lager dan hun verwachtingen. Dit zijn overwegend mannelijke Nederlandse gasten in de leeftijd 21-30 jaar en 41-50 jaar.

Vervolgens wordt de vraag of de ervaring van het verblijf van de respondent overeenkomt met de verwachting die hij daarvan had tegenover de totaalbeoordelingen van *service delivery* en van het verblijf in het hotel gezet. Daaruit blijkt dat tussen de totaalbeoordeling van *service delivery* en de aansluiting op de verwachtingen van het verblijf een significant verschil is van 0,006. Uit de resultaten is op te maken dat de significantie zich bevindt in de relatie van de hoge totaalbeoordeling van de *service delivery* en de aansluiting op de verwachting van de respondent. Hier is echter geen correlatie zichtbaar die een eventuele samenhang verklaart.

De volgende variabele betreft de totaalbeoordeling op het verblijf van respondenten in Worldhotel Grand Winston tegenover de aansluiting op de verwachtingen van de respondenten. Hier bevindt zich een significantie van 0,000 waardoor gezegd kan worden dat dit antwoord een betrouwbaarheidspercentage van minimaal 99 procent heeft. Uit de resultaten blijkt dat de significantie zich bevindt in de beoordeling 'tevreden' en de aansluiting op de verwachtingen van respondenten. De respondenten die tevreden zijn over hun verblijf menen dat de ervaring die zij opdeden tijdens hun verblijf gelijk staat aan hun verwachtingen die zij daarvan hadden. De scores van deze variabelen hangen echter niet samen, waardoor er geen sprake is van een correlatie.

Kortom, de respondent zijn ervaring van de *service delivery* is significant gelijk aan de verwachting die hij daarvan had. Datzelfde geldt voor de totaalbeoordeling van het verblijf in het hotel. Deze ervaring is significant gelijk aan de verwachting die respondenten daarvan hadden.

5.7. Tevredenheid per deelaspect ten opzichte van verwachting

Nadat de details van deze deelaspecten zijn beschreven, worden de deelaspecten tegenover de variabele 'aansluiting op de verwachting' gezet met de toets van Kruskal-Wallis. Uit de resultaten blijkt dat er diverse significanties te vinden zijn bij deze vergelijking. Deze significanties worden uitgelicht om daar vervolgens een uitspraak over te doen. Dat betekent dat niet alle deelaspecten nogmaals aan de orde komen.

Wat betreft de ervaring van de deelaspecten van *service delivery* die de respondent heeft en de aansluiting op de verwachtingen daarvan, bestaat een significantie met onder andere de tevredenheid van de klantenservice (0,002), de tevredenheid van de *service delivery* in het restaurant (0,002) en de tevredenheid van de *service delivery* van de *house keeping* (0,014). Over deze deelaspecten kan gezegd worden dat de

tevredenheidsbeoordeling van de deelaspecten significant overeenkomen met de verwachting die de respondenten daarvan hadden. De significanties zijn zeer klein, waardoor grotendeels over een betrouwbaarheidspercentage van 99 procent gesproken kan worden.

Daaropvolgend is een significant verschil te zien tussen de mate waarin de respondenten de klantvriendelijkheid ervaren ten opzichte van de verwachtingen die ze daarvan hadden. Het significante verschil is 0,001 waardoor op deze vraag een betrouwbaarheidspercentage van 99 procent losgelaten kan worden. Vanaf de resultaten is af te lezen dat de klantvriendelijkheid significant overeenkomst met de verwachting die de respondenten daarvan hadden. Hier is echter geen correlatie te bekenen. Bovendien is een significantie te zien tussen de tevredenheid van de respondenten over *food & beverage* van hun verblijf en de aansluiting daarvan op hun verwachtingen. De significantie ligt op 0,003, waardoor gezegd kan worden dat de respondenten die tevreden zijn over het geserveerde eten, dit ook zo hadden verwacht.

Datzelfde geldt voor het deelaspect comfort. De ervaring die blijkt uit de beoordelingen van dit deelaspect komt significant overeen met de verwachting die de respondenten daarvan hadden. Op deze vraag reageerden 155 respondenten, waarbij het gemiddelde betrouwbaarheidspercentage op 99 procent ligt. Het significante verschil van deze relatie bedraagt 0,0 met een mediaan van 4 en een standaardafwijking van 0,9.

De significantie tussen de faciliteiten en aansluiting op de verwachtingen van de respondent ligt op 0,000, waarbij de mediaan van de 144 respondenten die dit deelaspect beoordeelden op 'tevreden' (mediaan van 4) ligt met een interkwartiel 1. De ervaring van de respondenten van de faciliteiten komt dus significant overeen met de verwachting die zij daarvan hadden.

Het laatste deelaspect waarmee een relatie met de verwachting van respondenten wordt gelegd, betreft het deelaspect hygiëne. Nu wordt gekeken naar het verband tussen dit deelaspect en de tevredenheidsbeoordeling van hygiëne en verwachting die de respondenten daarvan hadden. Op de vraag antwoordden 149 respondenten met een mediaan van 4 en een standaardafwijking van 0,9. Hier zit een significant verschil van 0,000. Dat betekent dat de ervaring van dit deelaspect van de respondenten significant gelijk is aan de verwachting van hun verblijf in Worldhotel Grand Winston.

Kortom, de ervaring van de deelaspecten van het verblijf in Worldhotel Grand Winston komt volgens de respondenten significant overeen met de verwachtingen die zij daarvan hadden.

5.8. Tevredenheid van respondenten die zijn aangeraden tegenover verwachtingen

De toetsing van de overkoepelende variabelen op de deelaspecten die Worldhotel Grand Winston aanbiedt, wordt uitgevoerd aan de hand van diverse toetsen: de Kruskal-Wallis test en de Mann-Whitney U test.

De toetsing van de verwachting die respondenten hebben van hun verblijf wordt gemeten met de relatie tussen de mond-tot-reclame van Worldhotel Grand Winston en of de ervaring van de gasten voldeed aan de verwachting die gasten hadden van hun verblijf in het hotel. Uit de resultaten blijkt dat de ervaring van gasten die zijn aangeraden om in het hotel te verblijven, overwegend aansloot op de verwachting die zij hadden van het hotel. Vanuit de resultaten is af te lezen dat met een Kruskal-Wallis toetst hier geen significantie te vinden is. Ook is er geen sprake van een correlatie tussen de twee variabelen.

Wanneer wordt gekeken naar de relatie tussen hoe belangrijk de respondenten de locatie van Worldhotel Grand Winston vinden en of het hotel is aangeraden door anderen, is vanaf de resultaten af te lezen dat daar een significant verschil zit van 0,007. Dat betekent dat de respondenten die zijn aangeraden in

Worldhotel Grand Winston te verblijven, de locatie van het hotel significant van belang stellen. De mediaan van 4 van deze beoordeling op de belangrijkheid van de locatie is ‘belangrijk’ met een standaardafwijking van 0,8.

Bovendien zit er een significant verschil van 0,002 tussen de beoordeling hoe belangrijk de parkeergelegenheid is en de beoordeling van respondenten die zijn aangeraden in Worldhotel Grand Winston te verblijven. Op deze vraag gaven 96 respondenten een beoordeling. De mediaan van deze beoordelingen ligt op 3 met een standaardafwijking van 1,4. Vanuit de resultaten is af te lezen dat respondenten die zijn aangeraden om in het hotel te verblijven, de parkeergelegenheid significant niet belangrijk vinden.

Kortom, de respondenten die zijn aangeraden om in Worldhotel Grand Winston te verblijven zijn overwegend tevreden over hun verblijf in het hotel. Voor deze respondenten is voornamelijk de locatie een belangrijk deelaspect om tevreden te zijn en terug te keren naar het hotel.

5.9. Resultaten voor probleemstelling

De beantwoording van de probleemstelling wordt gedaan aan de hand van de resultaten van de onderzoeksvragen. Een schematische weergave geeft een overzicht om tot beantwoording van deze vraag te komen.

	gemiddelde	belang
service delivery		4,04
receptie	4,45	
klantservice	4,35	
bar	4,30	
roomservice	4,27	
restaurant	4,20	
house keeping	4,11	

	gemiddelde	belang
overige deelaspecten		
locatie	4,39	4,43
hygiene	4,20	4,43
klantvriendelijkheid	4,41	4,20
comfort	3,94	4,18
food&beverage	3,99	4,02
faciliteiten	3,82	3,92
parkeren	4,03	2,84

Figuur 4: gemiddelde tevredenheidsbeoordeling en belang van deelaspecten

In figuur 4 wordt gekeken naar de gemiddelde beoordeling die respondenten gaven over hun tevredenheid van de deelaspecten en het belang dat zij daaraan hechten. In de onderzoeksresultaten die zijn uitgewerkt in de onderzoeksvragen, wordt de mediaan en het interkwartiel per resultaat benoemd. Voor de beantwoording van de probleemstelling is het echter nodig om naar het gemiddelde antwoord van de respondenten per onderzoeksvraag te kijken. Dit geldt voor zowel de tevredenheidsbeoordeling per deelaspect als voor het belang dat respondenten hechten aan de gegeven deelaspecten.

6. Conclusie

In de conclusie wordt de probleemstelling beantwoord. De onderzoeksvragen die zijn opgesteld voor het klanttevredenheidsonderzoek voor Worldhotel Grand Winston, helpen om de probleemstelling van het onderzoek te beantwoorden. Daarbij wordt ook gebruikgemaakt van de schematische weergave van de onderzoeksresultaten in figuur 4 van het hoofdstuk 'Resultaten'.

Tijdens het onderzoek is geanalyseerd wat de wensen en behoeftes zijn van gasten van Worldhotel Grand Winston ten aanzien van hun verblijf en hoe het management van het hotel de tevredenheid van zijn gasten kan beïnvloeden. Deze bevindingen zijn reeds beschreven in het vorige hoofdstuk en worden in dit hoofdstuk kort samengevat.

Uit het klanttevredenheidsonderzoek voor opdrachtgever Worldhotel Grand Winston blijkt dat de respondenten de deelaspecten locatie, hygiëne, klantvriendelijkheid en het comfort van het hotel het belangrijkste vinden voor een herhaalbezoek aan het hotel. Opvallend is dat door de respondenten wordt aangegeven dat het comfort belangrijk is, maar dat deze relatief laag wordt beoordeeld, wanneer de respondent wordt gevraagd wat zijn ervaring ten aanzien van het comfort van zijn verblijf is.

Zoals in de onderzoeksresultaten is gesteld, worden de beoordelingen over de aspecten van service delivery en de aspecten van het hotelverblijf van elkaar onderscheiden. De respondenten hebben de *service delivery* bij de receptie het hoogst beoordeeld. Van hun verblijf beoordeelden zij het deelaspect 'klantvriendelijkheid' het hoogst. Wat van de deelaspecten van *service delivery* door de respondenten het minst hoog is beoordeeld, is de *service delivery* van *house keeping*. Bij de deelaspecten van het verblijf zijn dit de faciliteiten. Tevens werden het comfort en de *food & beverage* minder hoog beoordeeld. Over deze deelaspecten zijn de respondenten dus relatief minder tevreden dan de andere deelaspecten die zij beoordeelden. De ervaring en beoordeling van deze deelaspecten is tegenover de verwachting gezet die de respondenten daarvan hadden. Tussen de ervaring van de deelaspecten van *service delivery* en de aansluiting daarvan op de verwachting van deze aspecten die respondenten hadden, blijkt uit de resultaten dat de *service delivery* van *house keeping* en die van de receptie significant overeenkomen met de verwachting van respondenten.

Voor de beoordeling van het verblijf geldt dat de respondenten hun ervaring van de klantvriendelijkheid, *food & beverage*, het comfort, de faciliteiten en de hygiëne overeenkomen met de verwachting die zij hadden. Opvallend is dat deelaspecten service delivery van house keeping, de tevredenheid over *food & beverage*, het comfort en de faciliteiten relatief minder hoog worden beoordeeld dan de andere deelaspecten die de respondenten beoordeelden.

Vervolgens worden de totaalbeoordelingen van de respondenten tegenover de beoordelingen over de deelaspecten van zowel *service delivery* als van het verblijf gezet. Het oordeel over de klantenservice heeft invloed gehad op de totaalbeoordeling van de *service delivery*. Datzelfde geldt voor de *service delivery* in het restaurant en de totaalbeoordeling over service delivery.

Over de totaalbeoordeling op het verblijf is te concluderen dat respondenten die tevreden zijn over de locatie, ook tevreden zijn in hun totaalbeoordeling over het verblijf. Datzelfde geldt voor de klantvriendelijkheid die respondenten ervaren. Ook bij deelaspect hygiëne is te zien dat respondenten die tevreden zijn over de hygiëne van hun verblijf, dat ook zijn in hun totaalbeoordeling op het verblijf. Uit de resultaten blijkt bovendien dat respondenten die het comfort van hun verblijf beoordeelden, een samenhangend totaaloordeel op het verblijf in het hotel gaven.

Verder is de ervaring van de respondenten van hun verblijf ten opzichte van de verwachting die zij daarvan hadden, overwegend gelijk. Dit geldt tevens voor de ervaring van de *service delivery* en de verwachting die de respondenten daarvan hadden. De ervaring van de deelaspecten sluiten overigens ook aan op de verwachting die de respondent daarvan had.

Tot slot zijn de respondenten die zijn aangeraden om in Worldhotel Grand Winston te verblijven tevreden. Vooral voor de locatie van het hotel zouden zij een herhaalbezoek aan het hotel brengen.

Kortom, op basis van deze resultaten kan worden geconcludeerd dat de respondenten belang hechten aan de hygiëne van hun verblijf en de locatie van Worldhotel Grand Winston. Uit de resultaten blijkt eveneens dat de respondenten het minst tevreden zijn over de deelaspecten 'comfort' en 'faciliteiten', terwijl deze wel belangrijk zijn voor de respondenten. Daarom is het advies aan het management van Worldhotel Grand Winston om te investeren in deze deelaspecten, om de tevredenheid van nieuwe en terugkerende gasten te beïnvloeden.

7. Aanbeveling

Nadat de belangrijkste resultaten zijn beschreven, is het voor de opdrachtgever nuttig deze resultaten te vertalen naar aanbevelingen. Daartoe wordt voor het management van Worldhotel Grand Winston een aanbeveling geschreven, om uiteindelijk de tevredenheid van zijn gasten te beïnvloeden.

Het huidige onderzoek heeft een betrouwbaarheidspercentage van 79 procent. Dat is een te laag percentage om te spreken van een representatief onderzoek. Daarom wordt het management van Worldhotel Grand Winston geadviseerd om voort te bouwen op het huidige klanttevredenheidsonderzoek en een groter onderzoek in te zetten. Wanneer een onderzoeksteam opdracht van het management krijgt eenzelfde soort, maar omvangrijker onderzoek te operationaliseren, moet een grotere steekproef worden getrokken. Dat zal de representativiteit van een dergelijk klanttevredenheidsonderzoek ten goede komen, waardoor representatieve uitspraken over de hele populatie gedaan kunnen worden.

Uit het onderzoek blijkt dat de tevredenheid over het comfort relatief laag is vergeleken met de beoordelingen op de andere deelaspecten van het verblijf in Worldhotel Grand Winston. De beoordeling van het comfort staat tegenover een groot belang dat de respondenten hechten aan dit deelaspect. Het management van het hotel wordt aangeraden om het comfort van het verblijf voor de gasten te verbeteren. De huidige situatie is dat de respondenten die een ‘comfort’ room boeken, vinden dat het comfort van deze kamer tegenvalt. Dat heeft verschillende oorzaken: ten eerste zijn veel respondenten van mening dat hun hotelkamer te benauwd is. De ramen kunnen niet open en de airconditioning werkt niet optimaal en is bovendien gedateerd. Verder is de kamer te donker, mede doordat de meubels van donkere kleur zijn. De kamers zijn voorzien van een houten schuifpui voor het raam, die dient als gordijn. Respondenten menen dat deze schuifpui niet voldoet als gordijn. Daarom wordt het management van Worldhotel Grand Winston aangeraden te investeren in echte, verduisterende, gordijnen met een lichte kleur. De bijlage⁷⁰ geeft een weergave van de elementen die ten aanzien van het comfort veranderd kunnen worden. Het management wordt overigens aangeraden de toepassing van dit deelaspect over te nemen van collega hotel binnen de keten ‘hotel Lumen’⁷¹ in Zwolle. Dit hotel heeft kamers met een frisse en moderne uitstraling. Het interieur is kleurrijk en toch rustgevend. Dat zou voor het Worldhotel Grand Winston een mogelijkheid zijn om de kamers een comfortabele uitstraling te geven en de respondenten over dit deelaspect meer tevreden te stellen.

Tevens kan het deelaspect ‘faciliteiten’ worden verbeterd. Een aanpassing van de bestaande faciliteiten kan het verblijf comfortabeler maken. De respondenten beantwoordden op de open vragen dat de fitnessruimte uitgebreid mag worden en de toevoeging van een sauna of stoombad zal een aanvulling op hun tevredenheidsbeoordeling van de faciliteiten zal zijn. Bovendien menen de respondenten dat het Wifi-netwerk gratis moet zijn, zeker voor de prijs die ze voor hun verblijf betalen. In de huidige situatie is slechts een beperkt aantal MB’s gratis. Overigens werkt de Wifi-verbinding niet optimaal. Dat wekt bij de respondenten irritatie op. Daarom wordt het management van het hotel geadviseerd het Wifi-netwerk ook voor de ‘comfort rooms’ gratis ongelimiteerde toegang te verlenen. Bovendien is het voor de zakelijke gasten noodzakelijk dat hun overhemden kreukvrij kunnen worden gedragen. Daarom zal de toevoeging van een strijkijzer en een strijkplank op de hotelkamer de beoordeling van de faciliteiten ten goede komen. Een meer specifieke, zeer nuttige toevoeging van de faciliteiten die Worldhotel Grand Winston aan zou kunnen bieden, is de ‘*Business Centre Flight check-*

⁷⁰ Bijlage VIII.

⁷¹ Hotel Lumen. (2014).

in'. Dit is een service die gasten van het hotel de service biedt om zich te laten inchecken voor hun vlucht naar een volgende bestemming. Dit zal ook de beleving van *service delivery* van gasten ten goede komen.

8. Implementatieplan

Het implementatieplan maakt de vertaalslag van de aanbeveling naar een uitvoerbaar plan voor het management van Worldhotel Grand Winston. Het implementatieplan bestaat uit een marketingadviesplan. In dit plan komt aan de orde wat precies moet worden uitgevoerd, wanneer dit moet worden uitgevoerd en of het plan haalbaar.

De aanbeveling die wordt gedaan, betreft een investering in het comfort van het verblijf van gasten en een eventuele aanpassing van de faciliteiten. Het management wordt aangeraden om de aanpassingen van het comfort en de faciliteiten vanaf juni 2014 toe te passen. Dit is een vakantieperiode waarin zakelijke gasten minder frequent het hotel bezoeken.

Het onderstaande schema geeft de implementatie weer van de aanbeveling die wordt gedaan aan het management van Worldhotel Grand Winston.

Comfort

Grote projecten:	Toepassing	Planning
1. Open ramen	Toevoeging van kozijnen. Constructie technisch moet dit worden uitgezocht. Ingrijpende en kostbare kwestie.	Lange termijn
2. Verbouwing badkamers	Afscheiden badkamergedeelte en slaapgedeelte. Eventueel toevoegen bad. Deze verbetering zit reeds in de planning van het management van Worldhotel Grand Winston	Zomer 2014 – december 2014
3. Frisse uitstraling kamers	Verven en frisse aspecten toevoegen.	Zomer 2014
4. (dag)licht in kamers	Grotere ramen voor meer daglicht.	Lange termijn
5. Frisse lucht in kamers	Ramen open kunnen maken, staat tegenover punt 1.	Lange termijn
6. Meubilair vervangen voor modern meubilair in kamers	Zoals hotel Lumen in Zwolle dit heeft toegepast. Moderne meubels en frisse kleuren.	Zomer 2014-december 2014
7. (dag)licht in hotel	Het hotel lichter maken. Onder andere bij de receptie de vitrage vervangen voor een variant die meer daglicht doorlaat. Muur bij restaurant vervangen voor ramen met daartussen pilaren (voor steun).	Lange termijn
8. Comfort van bed	De bedden zijn volgens de respondenten niet comfortabel genoeg. Overwegen om andere matrassen aan te schaffen.	Juni 2014 – december 2014

Middelgrote projecten	Toepassing	Planning
------------------------------	-------------------	-----------------

9. Airconditioning vervangen	De airconditionssystemen op de kamers zijn gedateerd en functioneren niet optimaal. Deze vervangen voor moderne systemen.	Juni 2014
10. Gordijnen in plaats van schuifluik	De schuifluiken zijn ouderwets en moeten worden vervangen door verduisterende gordijnen, waarvan de kleuren in de stijl zijn van het nieuwe meubilair van punt 6.	Zomer 2014
11. Stopcontact naast bed voor telefoonoplader	Mogelijkheid om mobiele telefoon, laptop en/of tablet op te laden naast het bed.	Juni 2014 – december 2014
12. Douchekoppen vervangen	De douchekoppen functioneren niet optimaal: vervangen of repareren.	Juni 2014
13. Voorkomen natte vloer in badkamer	De badkamervloer is nadat er gedoucht is nat. Verhoging naar vanuit de douche kuip maken.	Zomer 2014

Kleine projecten	Toepassing	Planning
14. Bureau lamp op bureau	Gasten moeten met voldoende licht kunnen werken aan het bureau in hun kamer.	Juni 2014
15. Hoofdkussens	De keuze in hoofdkussens beïnvloedt het comfort van de gasten. Bij een comfort room geen keuze in kussens, maar hier wel twee soorten kussens neerleggen.	Juni 2014
16. Grote spiegel	Een grote spiegel is comfortabeler dan de spiegels die nu in de kamers hangen.	Zomer 2014
17. Bagageservice	Een caddy die de bagage van de gasten naar hun kamer brengt.	Juni 2014

Faciliteiten

Grote projecten	Toepassing	Planning
16. Uitbreiding fitness	Meer keuze aan fitnessapparaten. Fitnessruimte sfeervol maken.	Juni 2014 – december 2014
17. Toevoeging sauna	Indien hiervoor budget en ruimte is, eventueel het comfort verbeteren door een sauna in te bouwen.	Lange termijn
18. Toevoeging stoombad	Indien hiervoor budget en ruimte is, eventueel het comfort verbeteren door een stoombad in te bouwen.	Lange termijn
19. Stomerij comfort room	Momenteel geen stomerij voor comfort	Juni 2014

	room. Tegen een (kleine) betaling stomerijservice aanbieden.	
20. Schoenpoetsservice	Tegen een (kleine) vergoeding een schoenpoetsservice aanbieden.	Juni 2014
21. Uitbreiding lady's room	Vrouwelijke gasten hebben (nog) geen weet van de mogelijkheid om in een lady's room te verblijven en wat de voordelen daarvan zijn. Hier moet het management meer promotie voor inzetten, om de boekingen van vrouwelijke zakelijke gasten te vergroten.	Juni 2014.

Middelgrote projecten	Toepassing	Planning
22. Business centre flight check in	Het inzetten van een service om gasten die met het vliegtuig naar hun volgende bestemming gaan in te checken, zodat zij dat zelf niet hoeven te doen. Een van de receptionisten kan deze taak op zich krijgen, om vervolgens wel een extra service aan te bieden.	Juni 2014
23. Badkamer aanvulling	Aanvulling van zeeppakketten gesponsord door bijvoorbeeld zeepmerk Rituals of Dove. Dit zal tevens het gevoel van comfort bevorderen. Eventueel met een van de merken een co-creatie opzetten.	Zomer 2014.
24. Koffie op comfort kamer	De comfortkamers zijn niet voorzien van een koffiezetapparaat, terwijl de business rooms dat wel zijn. De trend laat zien dat dit	Zomer 2014
25. Gratis Wifi-gebruik	Momenteel een beperkt aantal MB's voor comfort room. Deze beperking opheffen.	Juni 2014

Kleine projecten	Toepassing	Planning
26. Strijkijzer op kamer	De gasten moeten de mogelijkheid hebben om fatsoenlijk voor de dag te komen, nadat hun kleding gekreukt uit hun koffer is gehaald. Een strijkijzer is benodigd om dit mogelijk te maken.	Juni 2014
27. Strijkplank op kamer	Als het strijkijzer wordt toegevoegd, kan een strijkplank niet uitblijven.	Juni 2014

Literatuurlijst

- Alles over marktonderzoek. (2014). *Vragenlijsten*. Opgeroepen op april 18, 2014, van Alles over marktonderzoek: <http://www.allesovermarktonderzoek.nl/vragenlijsten>
- Baarda, D. &. (2006). *Basisboek Methoden en Technieken*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- (2006). Markgerichtheid en prestatie. In R. J. Best, *Marktgericht management* (M. v. Bosch, Vert.). Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- Bloemer, J. (1993). *een studie naar de relatie tussen merktrouw en consumententevredenheid*. Limburg: Johanna Maria Mediatrix Bloemer.
- Booking.com. (2014). *Worldhotel Grand Winston*. Opgehaald van Booking.com: <http://www.booking.com/hotel/nl/thegrandwinstonhotel.nl.html?sid=048f4be82538f0cc9388fc9099246e36;dcid=1>
- Boomsma, S. &. (2013). *Kwaliteit van de dienstverlening*. Deventer: Kluwer.
- Brady, M. a. (2001). Some net thoughts on conceptualizing service quality a hierarchial approach. *Journal of Marketing* , 65, 33-49.
- Buttle, F. (1997). SERVQUAL: review, critique, research, agenda. *European Journal of Marketing* , 30 (1), pp. 8-31.
- Cadotte, E. W. (1987). Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction. *Journal of Marketing Research* , 24 (305), p. 14.
- Chagall Hotel Group. (2014). *Chagall Hotels & Restaurants*. Opgeroepen op maart 31, 2014, van <http://www.chagallgroup.com/>
- Consult, F. (2014). *Trendanalyse: de toekomst in kaart*. Opgeroepen op maart 30, 2014, van Future Consult: <http://www.futureconsult.nl/nl/de-toekomst-in-kaart/trendanalyse/>
- Emmerik, R. (2012). Perceived Service Quality. In *Kwaliteitsmanagement* (pp. 299-302). Pearson Benelux.
- Finn, D. L. (1991). An Evaluation of the Servqual Scales in a Retailing Setting. *Advances in Consumer Research* , 18, 483-490.
- Google. (2014). *Worldhotel Grand Winston*. Opgeroepen op april 14, 2014, van Google Plus Local: <https://plus.google.com/110977185787025399319/about>
- Grönroos, C. (1982). An Applied Service Marketing Theory. *European Journal of Marketing* , 7 (16), 33.
- Grönroos, C. (1982). Strategic Management and Marketing in the Service Sector. *Research Reports* (8).
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing* , 18 (4), 36-44.
- Grönroos, C. (1988). Service Quality: The Six Criteria of Good Perceived service Quality. *Review of Business* , 10 (13).
- Grönroos, C. (1990). *Service Management and Marketing*. Lexington: Lexington Books.
- Grönroos, C. (1992). Facing the challenge of service competition: the economies of service. In P. a. Kunst, *Quality Management in Services* (pp. 129-140). Assen/Maastricht: Van Gorcum.
- Grönroos, C. (2000). *Service management and marketing: a customer relationship management approach*. New Jersey: Wiley.
- Grönroos, C. (2001). The perceived service quality concept - a mistake? *Managing Service Quality* , 11 (3), 150.
- Grönroos, C. (2006). On defining marketing. *Marketing Theory* , 395-417.
- Howitt, D. &. *Statistiek in de sociale wetenschappen*. 2007: Pearson Education.

- Kang, J. J. (2004). Service quality dimensions: an examination of Gronroos' service quality model. *Managing Service Quality* , 14, 266-277.
- Kotler, P. B. (1996). Marketing for hospitality and tourism. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Kotler, P. &. (2009). *Marketing management* . New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lemmink, J. (1992). *Metingen ten behoeve van kwaliteitsmanagement*. Rijksuniversiteit Limburg, Faculteit der Economische Wetenschappen . Limburg: Rijksuniversiteit Limburg.
- Lethinen, U. &. (1982). *Service quality: a study of quality dimensions*. Swedisch School of Economics. Helsinki: Swedisch School of Economics.
- Parasuraman, A. Z. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing* , 49 (4), 41-50.
- Parasuraman, A. Z. (1986). *SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality*. Marketing Science Institute. Cambridge: Marketing Science Institute .
- Parasuraman, A. Z. (1988). SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumers' perceptions of service quality. *Journal of Retailing* , 64 (1), 12-40.
- Parasuraman, A. L. (1993). More on improving service quality measurement. 69 (1), 140-147.
- Parasuraman, A. Z. (1994). *Moving forward in service quality research: measuring different levels of customer expectations, comparing alternative scales, and examining the performance-behavioral intentions Link*. Marketing Science Institute .
- Peters, J.-H. D. (2001). Het perceived quality model van Grönroos. In *Dienen en Verdienen* (pp. 31-36). Assen: Van Gorcum.
- Sasser, W. O. (1978). *Management of service operations: text, cases and readings*. Harvard University, Graduate School of Business Administration. Allyn and Bacon.
- (2009). In M. L. Saunders, *Research Methods for Business Students* (Vijfde druk ed.). Amsterdam: Pearson Education.
- Schriemer, M. K. (2013). *Themawijzer afstuderen jaar 4 2014-2014*. Hogeschool Leiden, Management en Bedrijf. Leiden: Hogeschool Leiden.
- Staus, B. H. (1992). Attribute-bases versus incident based measurement of service quality results of an empirical study in the German Car Service Industry. In P. L. Kunst, *Quality Management in Services*. Assen: Van Gorcum.
- Swanborn, P. (2010). Basisboek sociaal onderzoek. In P. Swanborn. Den Haag.
- Thomassen, J.-P. (1998). *Waardering door klanten*. Deventer: Samsom/INK.
- Thomassen, J.-P. (2003). *Klanttevredenheid, de zin en onzin*. Deventer: Wolters Kluwer B.V.
- Trompenaars, F. C.-H. (2014). *Het Modellenboek: 100+ Management Models*.
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma.
- Voss, B. P. (1998). The roles of price, performance and expectations in determining satisfaction in service ex. *Journal of Marketing* , 62, 46-61.
- Vries jr., D. W. (2013). vraag 16: Hoe beïnvloedt u de perceptie van kwaliteit? In *Strategie voor dienstverleners; 30 managementvragen en antwoorden* (pp. 133-138). Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Vries, K. d. (1994). *Dienstenmarketing*. Houten: Stenfert Kroese.
- Vries, W. H. (2005). In *Dienstmarketingmanagement*. Noordhoff Uitgevers B.V.
- Williams, C. e. (2003). *Service quality in leisure and tourism*. CABI.
- Woodruff, R. &. (1996). *Know your customer: new approaches to customer value and satisfaction*. Oxford: Blackwell Publishers.

Worldhotel Grand Winston. (2013). *Guest Satisfaction Yearly Property Report*. Worldhotel Grand Winston .

Worldhotels. (2014). Opgehaald van <http://www.worldhotels.com/en/>

Zaibaf, M. T. (2013). Effect of Perceived Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality Industry: Gronroos' Service Quality Model Development. *Journal of Hospitality Marketing & Management* , 22 (5), 490-504.

Zee, F. v. (2004). Kenniswerving in de Emprische Wetenschappen. Groningen: BMOO.

Zeithaml, V. (1987). *Defining and relating prices, perceived quality and perceived value*. Marketing Science Institute, Cambridge.

Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing* , 52, 2-22.

Zeithaml, V. P. (1990). Five imperatives for improving Service Quality. *Sloan Management Review* , 29-38.

Internetbronnen

Booking.com. (2014). *Worldhotel Grand Winston*. Opgehaald van Booking.com: <http://www.booking.com/hotel/nl/thegrandwinstonhotel.nl.html?sid=048f4be82538f0cc9388fc9099246e36;dcid=1>.

Chagall Group. (2014). *Chagall Hotels & Restaurants*. Geraadpleegd op 31 maart 2014, van: <http://www.chagallgroup.com/>.

Consult, F. (2014). *Trendanalyse: de toekomst in kaart*. Opgeroepen op maart 30, 2014, van Future Consult: <http://www.futureconsult.nl/nl/de-toekomst-in-kaart/trendanalyse/>.

Eurib (2013). Het Total Perceived Quality model van Grönroos. Geraadpleegd op 5 februari 2014, van: http://www.eurib.org/fileadmin/user_upload/Documenten/PDF/Strategisch_merkenbeleid/o_-_Het_Total_Perceived_Quality_model_van_Groenroos.pdf

Hotels.com. (2014). *Worldhotel Grand Winston*. Opgehaald van Hotels.com: [http://nl.hotels.com/hotel/details.html?tab=description&hotelId=332106&rooms\[0\].numberOfAdults=2&roomno=1&validate=false&previousDateful=false&reviewOrder=date_newest_first&station=HOTEL%3A332106%3APROVIDED%3APROVIDED&roomno=1&rooms.compact_occupancy_dropdown=compact_occupancy_1_2&rooms%5B0%5D.numberOfAdults=2&landmark=](http://nl.hotels.com/hotel/details.html?tab=description&hotelId=332106&rooms[0].numberOfAdults=2&roomno=1&validate=false&previousDateful=false&reviewOrder=date_newest_first&station=HOTEL%3A332106%3APROVIDED%3APROVIDED&roomno=1&rooms.compact_occupancy_dropdown=compact_occupancy_1_2&rooms%5B0%5D.numberOfAdults=2&landmark=).

Hotels.nl. (2014). *Worldhotel Grand Winston*. Opgehaald van Hotels.nl: <http://www.hotels.nl/nl/rijswijk/winston/>.

HRS. (2014). *Worldhotel Grand Winston*. Geraadpleegd 14 april 2014, van: <http://www.hrs.com/web3/searchWeb1000.do;jsessionid=642263F14F9DD77EF6CBB4440274F0F1.53-2?activity=showHotellistWithPromotion&showOverlay=true#layer>.

IBM. (2014). *SPSS IBM Software SPSS*. Geraadpleegd op 2 april 2014, van: <http://www-01.ibm.com/software/nl/analytics/spss/>.

Marktonderzoek. (2014). *Formule steekproefomvang*. Geraadpleegd op 15 april 2014, van: www.marktonderzoek.punt.nl.

Sociumi (2008). *Klanttevredenheid, wat en waarom*. Geraadpleegd op 10 februari 2014, van: www.sociumi.be.

Raosoft. (2004). *Sample size calculator*. Geraadpleegd op 15 april 2014, van: <http://www.raosoft.com/samplesize.html>.

Tilburg University. (2014, mei 20). *Vaardigheden - Correlaties*. Opgehaald van Tilburg University: <http://www.tilburguniversity.edu/nl/studenten/vaardigheden/spsshelpdesk/eddesk/correlat/>.

TripAdvisor. (2014). *Worldhotel Grand Winston*. Opgehaald van TripAdvisor: http://www.tripadvisor.nl/Hotel_Review-g1600502-d290839-Reviews-Worldhotel_Grand_Winston-Rijswijk_South_Holland_Province.html.

Universiteit Leiden. (sd). *M&T Lab frequently asked questions*. Opgeroepen op mei 17, 2014, van Universiteit Leiden FSW: <http://www.leidenuniv.nl/fsw/mtlab/faq.htm>.

Worldhotels. (2014). Opgehaald van <http://www.worldhotels.com/en/>.

Worldhotel Grand Winston (2014). *Over ons*. Geraadpleegd op 20 februari 2014, van: <http://www.worldhotelgrandwinston.com/nl/over-ons>.

Zoover (2014). *Worldhotel Grand Winston*. Opgehaald van Zoover: <http://www.zoover.nl/nederland/zuid-holland/rijswijk/worldhotel-grand-winston/hotel>.

Zoover. (2014). *Worldhotel Grand Winston*. Opgehaald van Zoover: <http://www.zoover.nl/nederland/zuid-holland/rijswijk/worldhotel-grand-winston/hotel>.

Hotel Lumen. *Kamers-suites*. Geraadpleegd op 23 mei 2014, van: <http://www.hotellumen.nl/go/kamers-suites/>.

Bijlagen van klanttevredenheidsonderzoek van de gasten van Worldhotel Grand Winston

Floor Gostelie
Leiden, 26 mei 2014

Bijlage I. Topic Guide

Bijlage II. Hotelbeoordelingsites

Bijlage III. Vragenlijst

Bijlage IV. Formule steekproef

Bijlage V. Analyseplan

Bijlage VI. Resultaten grafieken en tabellen

Bijlage VII. Antwoorden open vragen

Bijlage VIII. Aanbeveling

Bijlage IX. Logboek

Bijlage I Topic Guide

De deelvragen van het onderzoek zetten een frame uit, waardoor het onderzoek wordt afgebakend. Belangrijk is dat de begrippen van het onderzoek worden gedefinieerd. Daarbij is het tevens belangrijk vast te stellen welke aspecten worden onderzocht ten behoeve van het onderzoek. De begrippen worden gebruikt als *topic guide* voor het kwantitatieve onderzoek. Voor dit kwantitatieve onderzoek wordt een survey uitgezet.

Doel onderzoek

- klanttevredenheid meten
- klanttevredenheid beïnvloeden.

Screen

- Zakelijke gast

Topic

- Ervaring
- Klanttevredenheid
- Verwachting

Specifieke topics voor Worldhotel Grand Winston

- Service delivery
- Belang hechten aan
- Herhaalbezoek
- Tip van verblijf
- Top van verblijf.

Wensen en behoeften

Belang van onderstaande aspecten – hoe veel waarde wordt aan ieder aspect gehecht met betrekking tot verblijf in Worldhotel Grand Winston (eventueel voor herhaalbezoek aan Worldhotel Grand Winston)

- Service delivery
- Locatie
- Klantvriendelijkheid
- Food & beverage
- Comfort
- Faciliteiten
- Hygiëne
- Parkeergelegenheid.

Ervaring tegenover verwachting ten aanzien van verblijf in Worldhotel Grand Winston.

Komt de ervaring die de gast van Worldhotel Grand Winston overeen met de verwachting die hij ten opzichte van zijn verblijf had? Antwoordmogelijkheden worden:

ervaring was:

- hoger dan verwachtingen
- gelijk aan verwachtingen

- lager dan verwachtingen

Ervaring

Tevredenheid *Service delivery* op aspecten zoals:

- klantenservice
- restaurantservice
- Receptieservice
- Roomservice
- House keeping
- Barservice

Ervaring

Tevredenheid standaard aspecten van dienstenaanbod, zoals:

- Locatie
- Klantvriendelijkheid
- Food & beverage
- Comfort
- Faciliteiten
- Hygiëne
- Parkeergelegenheid

Ervaring

Totaalbeoordeling

- Service delivery
- Algehele verblijf in hotel

Wensen en behoeften (belang) van gasten die in het hotel verblijven

- service delivery
- Locatie
- Klantvriendelijkheid
- Comfort
- Faciliteiten
- Hygiëne
- Parkeergelegenheid

Herhaalbezoek

Zou de gast van Worldhotel Grand Winston het hotel nogmaals bezoeken, nadat hij reeds een ervaring opgedaan heeft van het hotel? Zo niet, waarom niet?

Aanbevelen aan omgeving

Zou de gast van Worldhotel Grand Winston het hotel bij zijn omgeving aanraden? Zo niet, waarom niet?

Top van het verblijf in Worldhotel Grand Winston

Heeft de gast van Worldhotel Grand Winston een punt die hij kan benoemen over zijn verblijf, die hij als zeer goed ervaren heeft?

Hoe bij Worldhotel Grand Winston terechtgekomen?

Is de gast door iemand in zijn omgeving aangeraden bij Worldhotel Grand Winston te verblijven?

Tips voor verbetering van het verblijf in Worldhotel Grand Winston

Verbeterpunten verblijf

Herhaalbezoek aangenamer maken

Opmerkingen/aanmerkingen

Op of aanmerkingen van verblijf

Op of aanmerkingen op enquête.

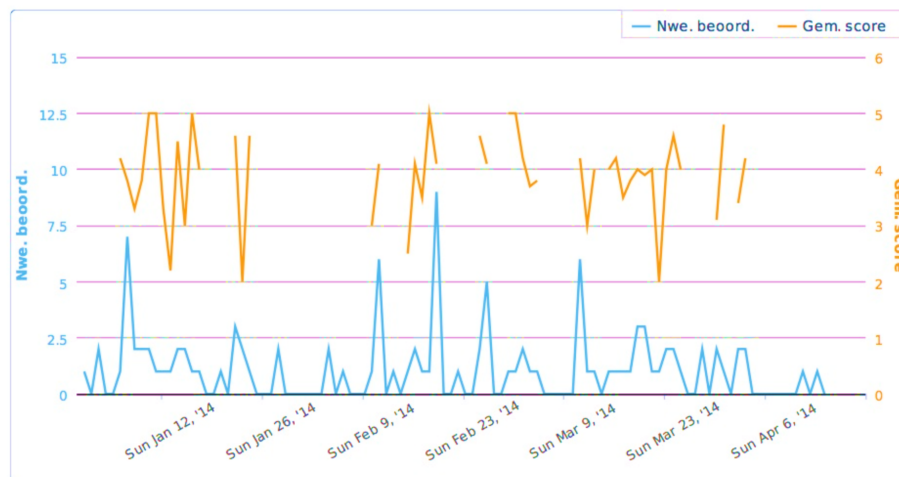
Bijlage II. Hotel internetbeoordelingssites

De hotelbeoordeling internetsites die door het management van Worldhotel Grand Winston worden gehanteerd om de beoordelingen van de gasten te monitoren. De volgende sites worden door het management als valide beschouwd:

- Booking.com
- HotelReservation: HRS.de
- TripAdvisor
- Hotels.de
- Hotels.com
- Hotels.nl
- Google +Local

De schaal waar deze beoordelingssites mee werken, is volgens het beoordelingsprincipe 1-5 verdeeld, waarbij 1 ster staat voor 'zeer ontevreden' en 5 sterren voor 'zeer tevreden'. De beoordelingen liggen verspreid tussen 'noch ontevreden, noch tevreden' en 'tevreden'.

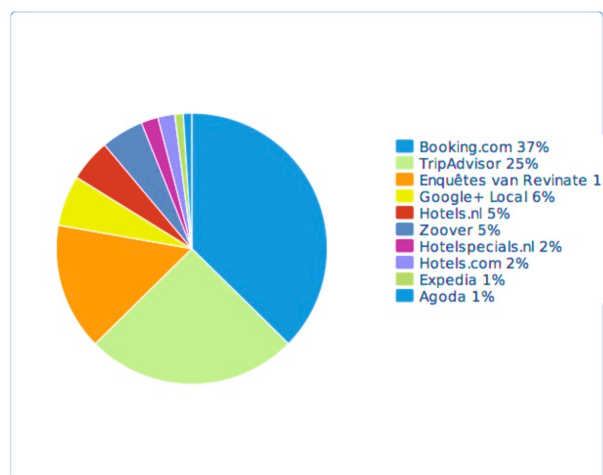
De standaard aspecten van een hotelverblijf die gasten ervaren, zijn tevens van deze bronnen opgemaakt. De aspecten worden voor het klanttevredenheidsonderzoek 'deelaspecten' genoemd. Het betreft hier de deelaspecten service delivery, klantvriendelijkheid, food & beverage, comfort, faciliteiten, hygiëne, bereikbaarheid en parkeergelegenheid. De onderstaande afbeeldingen geven deze data weer.



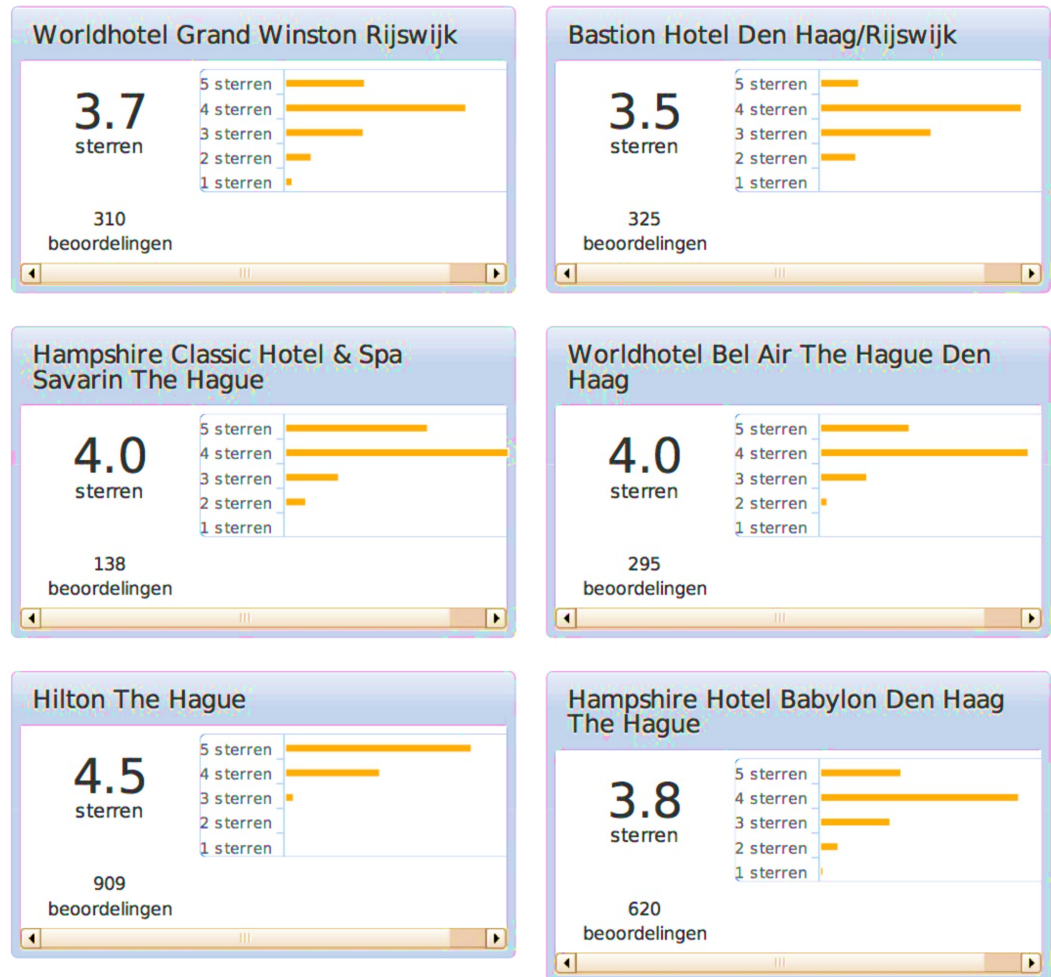
Worldhotel Grand Winston Rijswijk Beoordelingen

Gem. score 4 | 7 beoordelingen/week

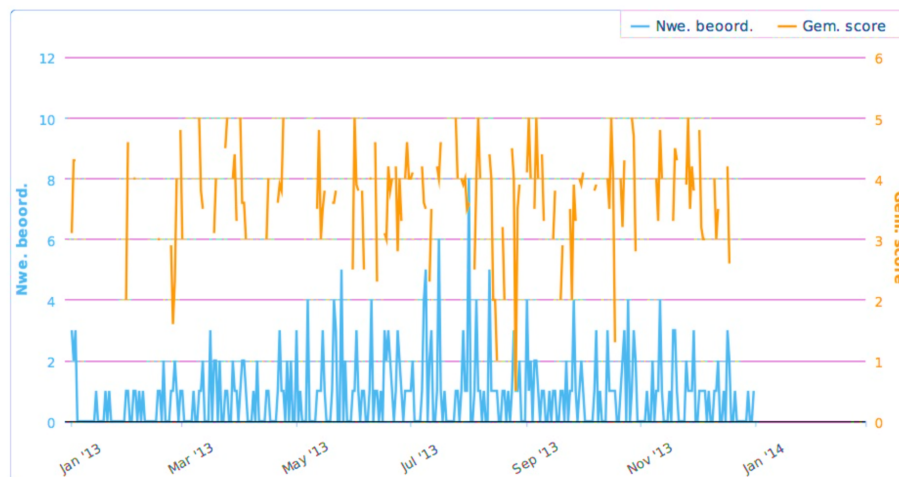
Site	Beoordelingen	Gem. score
Alle sites	110	4
Booking.com	41	3.9
TripAdvisor	27	4.1
Revinat Surveys	17	4.1
Google+ Local	7	4.3
Zoover	6	3.9
Hotels.nl	6	3.8
Hotelspecials.nl	2	4.1
Hotels.com	2	4
Agoda	1	3.8
Expedia	1	3



AFBEELDING 1. OVERZICHT INTERNETBEOORDELINGEN 2014



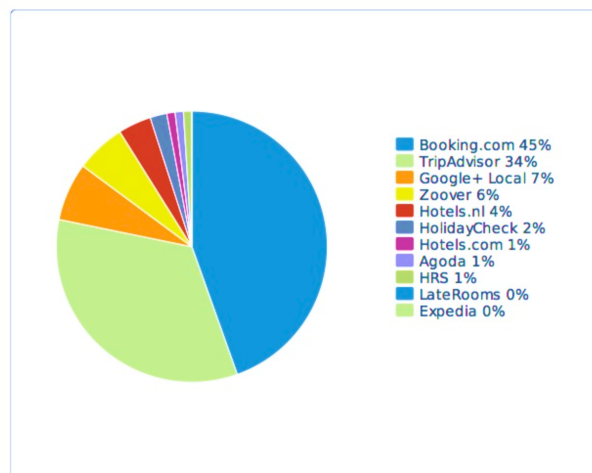
AFBEELDING 2. OVERZICHT BEOORDELINGSVERGELIJKING TUSSEN HOTELS IN EN RONDOM DEN HAAG



Worldhotel Grand Winston Rijswijk Beoordelingen

3,7 gem. beoordeling | 6 beoordelingen/week

Site	Beoordelingen	Gem. score
Alle sites	311	3.7
Booking.com	140	3.6
TripAdvisor	106	3.8
Google+ Local	21	4
Zoover	18	3.1
Hotels.nl	11	4.2
HolidayCheck	5	3.9
Hotels.com	3	4
HRS	3	3.4
Agoda	2	4
Expedia	1	5
LateRooms	1	5



AFBEELDING 3. OVERZICHT INTERNETBEOORDELINGEN 2013

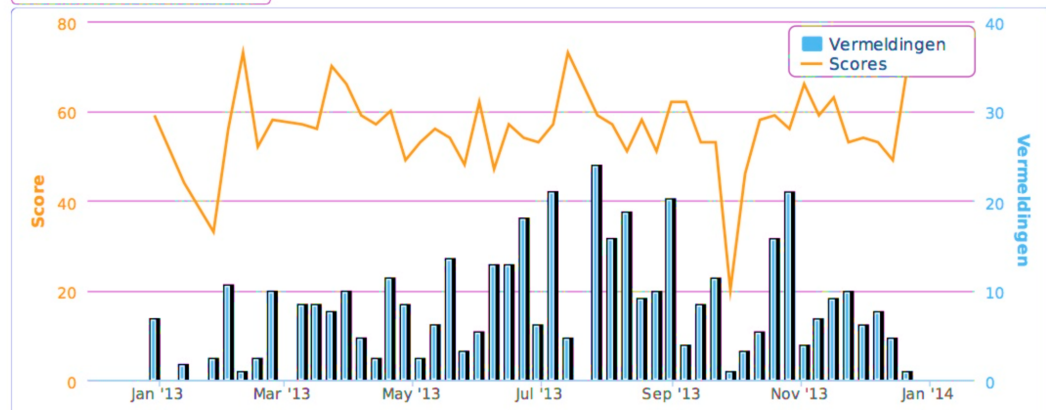


Overzicht Onderwerpen Vermeldingen

Object: Worldhotel Gra Channel: Alle Topic Category: Alle Onderwerp: Alle

Periode

Jan 1, 2013 - Dec 31, 2013



Topic Category	Score	Vermeldingen	% Positive	% Neutral	% Negative	Distribution
Totaal	62	887	49% (439)	31% (273)	20% (175)	
Service	65	385	61% (234)	27% (105)	12% (46)	
Kamers	58	247	30% (75)	35% (87)	34% (85)	
Personeel algemeen	70	142	73% (103)	17% (24)	11% (15)	
Facilities	59	110	43% (47)	38% (42)	19% (21)	
Eten / drinken	66	101	61% (62)	26% (26)	13% (13)	
Waarde	63	65	54% (35)	25% (16)	22% (14)	
Ontbijt	64	53	57% (30)	30% (16)	13% (7)	
Badkamer	55	50	22% (11)	34% (17)	44% (22)	
Locatie	64	48	58% (28)	31% (15)	10% (5)	
Reinheid	61	33	48% (16)	27% (9)	24% (8)	
Receptie	62	30	50% (15)	23% (7)	27% (8)	
In- en uitchecken	65	10	60% (6)	20% (2)	20% (2)	
Bedienend	66	8	63% (5)	13% (1)	25% (2)	

AFBEELDING 4. OVERZICHT DEELASPECTEN VAN HOTELDIENTEN EN ANALYSE VAN GEVOELSWAARDE

Vanaf deze bron zijn de standaard aspecten van een hotelverblijf opgemaakt. De respondenten zijn in de vragenlijsten bevraagd naar deze aspecten.

Bijlage III. Vragenlijst surveyonderzoek

The purpose of this research is to measure the customer satisfaction of guests who stayed in Worldhotel Grand Winston.

Date: _____ Number of survey: _____

- ☐ 22-04-'14
- ☐ 23-04-'14
- ☐ 24-04-'14
- ☐ 29-04-'14
- ☐ 30-04-'14

1. How satisfied are you with the following aspects of Worldhotel Grand Winston?

1: very dissatisfied – 5: very satisfied. 0: not important.

Service Delivery	1	2	3	4	5	0
Customer service						
Restaurant service						
Reception						
Room service						
House keeping						
Bar service						

2. How satisfied are you with the following aspects of Worldhotel Grand Winston?

Location						
Customer friendliness						
Food & Beverage						
Comfort						
Facilities						
Hygiene						
Parking lot						

3. What is your overall recommendation of...?

Service delivery						
Stay at the hotel						

4. How important are the following aspects to you for your return visit to Worldhotel Grand Winston?

1: completely unimportant – 5: very important. 0: no opinion.

	1	2	3	4	5
Service delivery					
Location					
Customer Friendliness					
Food & Beverage					
Comfort					
Facilities					
Hygiene					
Parking lot					

5. Would you visit Worldhotel Grand Winston again?

- ☐ Yes
- ☐ No

If not, why?

10. Do you have any points for improvement for your stay in Worldhotel Grand Winston?

6. Would you recommend Worldhotel Grand Winston to others?

- ☐ Yes
- ☐ No

If not, why?

11. What is your gender?

- ☐ Male
- ☐ Female

7. What is the best thing about stay in Worldhotel Grand Winston?

12. What is your age?

- ☐ 21-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 60 and older

8. Does your stay at Worldhotel Grand Winston meet your expectations?

- ☐ Above expectation
- ☐ Equal to expectation
- ☐ Lower than expectation

13. What is your nationality?

9. Were you recommended to stay at the Worldhotel Grand Winston?

- ☐ Yes
- ☐ If yes, who did?

14. Room for comments/recommendations.

☐ No

15. What is the purpose of your stay in Worldhotel Grand Winston?

- ☐ Business
- ☐ Leisure

Thank you for your participation!

Bijlage IV. Formule steekproefgrootte

Voor het klanttevredenheidsonderzoek is een formule gebruikt om de steekproefomvang te berekenen. De formule luidt^{72 73}:

$$n \geq \frac{N \times z^2 \times p(1-p)}{z^2 \times p(1-p) + (N-1) \times F^2}$$

Bij deze formule gelden de volgende variabelen:

n = Het aantal benodigde respondenten.

N = de grootte van de populatie.

z = de standaardafwijking bij een bepaald betrouwbaarheidspercentage.

p = de kans dat een respondent een bepaald antwoord geeft.

F = de foutmarge.

Voor klanttevredenheidsonderzoek voor Worldhotel Grand Winston gelden de volgende variabelen:

n = ?

N = 14000

z = 1,96 (bij een betrouwbaarheidspercentage van 5 procent).

P = 0,5 (vijftig procent)

F = 0,05

Uit de berekening volgt dat voor een representatieve steekproefomvang met een betrouwbaarheidspercentage van 95 procent 374 respondenten bevroegd moeten worden.

⁷²Marktonderzoek. (2014).
www.marktonderzoek.punt.nl

⁷³ Raosoft. (2004).

Bijlage V. Analyseplan

Tijdens het klanttevredenheidsonderzoek zijn de volgende onderzoeksvragen gebruikt, voor de beantwoording van de probleemstelling.

Onderzoeksvraag 1: Wat is voor de gasten van Worldhotel Grand Winston belangrijk om tevreden te zijn ten aanzien van hun verblijf in het hotel? Hiermee komen de wensen en behoeften van de respondenten in beeld. Nadat de beoordeling op verschillende deelaspecten wordt gevraagd van de respondenten, kan via deze vraag worden gekeken hoe belangrijk zij de deelaspecten vinden om tevreden te zijn over hun verblijf.

Vragenlijst

Vraag 4: How important are the following aspects to you for your return visit to Worldhotel Grand Winston? Te beoordelen per deelaspect waaronder: service delivery, locatie, klantvriendelijkheid, food & beverage, comfort, faciliteiten, hygiëne en parkeergelegenheid.

Likertschaal: 1: completely unimportant, 2: unimportant, 3: neutral, 4: important, 5: very important, 6: no opinion.

Onderzoeksvraag 2: Wat is de ervaring van gasten per deelaspect van Worldhotel Grand Winston? Deze vraag brengt in kaart wat de ervaringen van gasten van Worldhotel Grand Winston zijn van hun verblijf ten opzichte van hun verwachtingen die zij hadden van hun verblijf in het hotel.

Vragenlijst

Vraag 1: How satisfied are you with the following aspects of the service delivery of Worldhotel Grand Winston?

Vraag 2: How satisfied are you with the following aspects of your stay in Worldhotel Grand Winston?

De tevredenheidsbeoordeling van de service delivery en van de algemene deelaspecten wordt bij deze onderzoeksvraag duidelijk.

Onderzoeksvraag 3: Hoe staat de totaalbeoordeling van gasten van Worldhotel Grand Winston ten aanzien van hun verblijf tegenover de beoordeling die zij gaven per deelaspect?

Vraag 3.1: What is your overall recommendation of service delivery?

Vraag 3.2: What is your overall recommendation of your stay in Worldhotel Grand Winston?

Vraag 1: How satisfied are you with the service delivery (per aspect)

Vraag 2: How satisfied are you with the following aspects? (per aspect)

De respondenten is gevraagd naar hun tevredenheidsbeoordeling per deelaspect. De beoordelingen van de deelaspecten van service delivery worden tegenover de totaalbeoordeling van service delivery gezet, waar vervolgens significanties en/of correlaties zichtbaar worden. Ditzelfde wordt gedaan met de tevredenheidsbeoordelingen over de aspecten van het verblijf in Worldhotel Grand Winston en de totaalbeoordeling van het verblijf in het hotel.

Onderzoeksvraag 4: Aan welke aspecten ten aanzien van het verblijf in Worldhotel Grand Winston moet het management van het hotel werken volgens de gasten van het hotel?
Vraag 1: How satisfied are you with the following aspects of the service delivery? De aspecten van de service delivery die respondenten overwegend niet voldoende beoordelen, worden aangehaald voor het management van Worldhotel Grand Winston om zich daarin te verbeteren, wat de respondenten meer tevreden zou maken.
Vraag 2: How satisfied are you with the following aspects of your stay in Worldhotel Grand Winston? De aspecten van het verblijf in Worldhotel Grand Winston die respondenten overwegend niet voldoende beoordelen, worden aangehaald voor het management van Worldhotel Grand Winston om zich daarin te verbeteren, wat de respondenten meer tevreden zou maken.
Vraag 4: How important are the following aspects to you for your return visit to Worldhotel Grand Winston? De aspecten van hun verblijf in het hotel die respondenten beoordelingen op belangrijkheid worden vergeleken met de resultaten van de beoordeling hoe tevreden de respondenten over deze aspecten zijn.
Open vragen: de open vragen bieden de mogelijkheid om de feedback van de respondenten te verzamelen en vervolgens te clusteren, om daar een advies over uit te brengen aan het management van Worldhotel Grand Winston.

Onderzoeksvraag 4: Wat is de ervaring van de gasten van Worldhotel Grand Winston ten opzichte van de verwachting die zij hadden van hun verblijf in het hotel?
Vraag 3.1: What is your overall recommendation of the service delivery Vraag 3.2: What is your overall recommendation of your stay in Worldhotel Grand Winston?
Vraag 8: “Does your stay in Worldhotel Grand Winston meet your expectations?”

Onderzoeksvraag 5: Hoe tevreden zijn de gasten van Worldhotel Grand Winston ten opzichte van de verwachting die zij van hun verblijf hadden?
Vraag 1: How satisfied are you with the following aspects of the service delivery?
Vraag 2: How satisfied are you with the following aspects of your stay in Worldhotel Grand Winston?

Onderzoeksvraag 6: Hoe staat tevredenheid van de gasten die zijn aangeraden in Worldhotel Grand Winston te verblijven tegenover de aansluiting van hun ervaring op de verwachting die zij hadden?
Vraag 9 : Were you recommended to stay in Worldhotel Grand Winston?
Vraag 5: Would you visit Worldhotel Grand Winston again?

Hypothesen

De hypothesen die zijn opgesteld voor het huidige klanttevredenheidsonderzoek luiden:

Hypothese 1: “De ervaring van het verblijf van gasten van Worldhotel Grand Winston is gelijk aan de verwachting die zij hadden van hun verblijf in het hotel.”

Vraag 8: “Does your stay in Worldhotel Grand Winston meet your expectations?”

De relatie tussen de ervaren kwaliteit en de verwachte kwaliteit tonen een eventuele samenhang of tegenstelling.

Hypothese 2: “Als de gasten van Worldhotel Grand Winston de waargenomen kwaliteit acceptabel vinden, dan zijn de gasten tevreden.”

Vraag 3.1: What is your overall recommendation of the service delivery of your stay in Worldhotel Grand Winston?

Vraag 3.2: What is your overall recommendation of your stay in Worldhotel Grand Winston?

De uitkomsten van deze vragen worden vergeleken met de vraag “Does your stay in Worldhotel Grand Winston meet your expectations?” Vervolgens wordt het resultaat van deze vraag tegenover de theorie van Grönroos gezet, waarin hij een uitspraak doet over ‘acceptabele kwaliteit’.

Hypothese 3: “De klantbehoefte(n) bepaalt de verwachte kwaliteit van de gast ten aanzien van zijn verblijf in het hotel.”

Vraag 4: How important are the following aspects to you for your return visit to Worldhotel Grand Winston?

Wanneer gekeken wordt naar de deelaspecten die door de respondenten belangrijk worden bevonden, is vandaaruit de klantbehoefte(n) die getoetst is met de vragenlijst te analyseren. Deze wordt vervolgens vergeleken met de vraag of de ervaring van het hotel gelijk is aan hun verwachting.

Hypothese 4: “De mond-tot-mondreclame van Worldhotel Grand Winston bepaalt de verwachte kwaliteit van de gast ten aanzien van zijn verblijf in het hotel.”

Vraag 9: Were you recommended to stay in Worldhotel Grand Winston?

Respondenten die door hun omgeving zijn aangeraden om te verblijven in het hotel, krijgen via mond-tot-mondreclame weet van het hotel. Bij deze vraag wordt gekeken naar de relatie tussen “were you recommended to stay in Worldhotel Grand Winston?” en “Does your stay in Worldhotel Grand Winston meet your expectations?”.

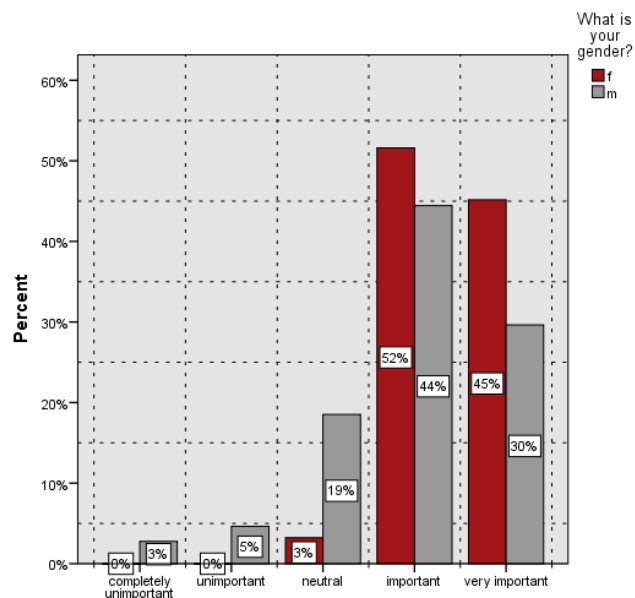
Bijlage VI. Resultaten in grafieken en tabellen

In de onderstaande resultaten worden de grafieken en tabellen weergegeven die zijn gebruikt gedurende de analyse van het klanttevredenheidsonderzoek.

Belang van de service delivery

Statistics			How important is service delivery to you?				
How important is service delivery to you?				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	completely unimportant	3		3	1,9	2,2	2,2
	unimportant	5		5	3,2	3,8	5,8
	neutral	21		21	13,3	15,1	20,9
	important	64		64	40,5	48,0	68,9
	very important	46		46	29,1	33,1	100,0
Total				139	88,0	100,0	
Missing	no opinion	4		4	2,5		
	System	15		15	9,5		
	Total	19		19	12,0		
Total				158	100,0		

Belang van service delivery



How important is service delivery to you?

AFBEELDING 5 BELANG SERVICE DELIVERY

How important is service delivery to you? * What is your gender? Crosstabulation					
			What is your gender?		Total
			f	m	
How important is service delivery to you?	completely unimportant	Count	0	3	3
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	100,0%	100,0%
	unimportant	Count	0	5	5
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	100,0%	100,0%
	neutral	Count	1	20	21
		% within How important is service delivery to you?	4,8%	95,2%	100,0%
	important	Count	16	48	64
		% within How important is service delivery to you?	25,0%	75,0%	100,0%
	very important	Count	14	32	46
		% within How important is service delivery to you?	30,4%	69,6%	100,0%
	Total	Count	31	108	139
		% within How important is service delivery to you?	22,3%	77,7%	100,0%

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric					
How important is service delivery to you? Dependent	What is your gender? Dependent	Symmetric		-,192	,063	-2,870	,004
		How important is service delivery to you? Dependent		-,277	,091	-2,870	,004
		What is your gender? Dependent		-,147	,050	-2,870	,004

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is service delivery to you? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation										
What is your gender?				What is your age?					Total	
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older		
f	How important is service delivery to you?	neutral	Count	0	0	1	0		1	
			% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%		100,0%	
		important	Count	6	4	4	2		16	
			% within How important is service delivery to you?	37,5%	25,0%	25,0%	12,5%		100,0%	
		very important	Count	6	4	1	3		14	
			% within How important is service delivery to you?	42,9%	28,6%	7,1%	21,4%		100,0%	
	Total		Count	12	8	6	5		31	
			% within How important is service delivery to you?	38,7%	25,8%	19,4%	16,1%		100,0%	
	m	How important is service delivery to you?	completely unimportant	Count	0	0	0	2	1	3
				% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
		unimportant	Count	1	3	0	1	0	5	
			% within How important is service delivery to you?	20,0%	60,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%	
		neutral	Count	5	6	2	6	1	20	
			% within How important is service delivery to you?	25,0%	30,0%	10,0%	30,0%	5,0%	100,0%	
		important	Count	14	9	15	8	2	48	
			% within How important is service delivery to you?	29,2%	18,8%	31,2%	16,7%	4,2%	100,0%	
		very important	Count	5	11	7	7	2	32	
			% within How important is service delivery to you?	15,6%	34,4%	21,9%	21,9%	6,2%	100,0%	
Total			Count	25	29	24	24	6	108	
			% within How important is service delivery to you?	23,1%	26,9%	22,2%	22,2%	5,6%	100,0%	
Total		How important is service delivery to you?	completely unimportant	Count	0	0	0	2	1	3
				% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
		unimportant	Count	1	3	0	1	0	5	
			% within How important is service delivery to you?	20,0%	60,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%	
		neutral	Count	5	6	3	6	1	21	
			% within How important is service delivery to you?							

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.083	.161	-.517	.605
			How important is service delivery to you? Dependent	-.072	.140	-.517	.605
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.098	.189	-.517	.605
			How important is service delivery to you? Dependent	-.009	.083	-.108	.914
			What is your age? Dependent	-.008	.078	-.108	.914
			What is your age? Dependent	-.010	.089	-.108	.914
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.044	.074	-.587	.557
			How important is service delivery to you? Dependent	-.040	.069	-.587	.557
			What is your age? Dependent	-.047	.080	-.587	.557

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is service delivery to you? * What is your nationality? Crosstabulation

			How important is service delivery to you?					Total
			completely unimportant	unimportant	neutral	important	very important	
What is your nationality?	Count		0	0	1	0	1	2
	% within How important is service delivery to you?		0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	2,2%	1,4%
	America	Count	0	1	3	4	5	13
	% within How important is service delivery to you?		0,0%	20,0%	14,3%	6,2%	10,9%	9,4%
	Australian	Count	0	0	0	1	0	1
	% within How important is service delivery to you?		0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	0,7%
	Austria	Count	0	0	0	0	1	1
	% within How important is service delivery to you?		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,7%
	Belgium	Count	0	0	1	1	2	4
	% within How important is service delivery to you?		0,0%	0,0%	4,8%	1,6%	4,3%	2,9%
	Brazilian	Count	0	0	0	1	1	2
	% within How important is service delivery to you?		0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	2,2%	1,4%
	British	Count	1	0	3	20	17	41

		% within How important is service delivery to you?	33,3%	0,0%	14,3%	31,2%	37,0%	29,5%
Bruneia	Count		0	0	0	3	0	3
n		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	4,7%	0,0%	2,2%
Canada	Count		0	0	1	0	3	4
n		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	6,5%	2,9%
Chinese	Count		0	0	1	0	2	3
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	4,3%	2,2%
Danish	Count		0	0	1	0	0	1
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%	0,7%
Dutch	Count		1	2	5	16	9	33
		% within How important is service delivery to you?	33,3%	40,0%	23,8%	25,0%	19,6%	23,7%
Egyptian	Count		0	1	1	0	0	2
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	20,0%	4,8%	0,0%	0,0%	1,4%
Emirates	Count		0	0	1	0	0	1
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%	0,7%
Finnish	Count		0	0	1	1	0	2
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	4,8%	1,6%	0,0%	1,4%
French	Count		0	0	0	4	1	5
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	6,2%	2,2%	3,6%
German	Count		0	0	1	6	0	7

		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	4,8%	9,4%	0,0%	5,0%
Malaysian	Count		0	0	0	2	0	2
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	1,4%
Nigerian	Count		0	0	0	1	0	1
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	0,7%
Norwegian	Count		1	0	1	0	0	2
		% within How important is service delivery to you?	33,3%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%	1,4%
Omani	Count		0	0	0	0	1	1
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,7%
Poland	Count		0	0	0	0	1	1
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,7%
Polish	Count		0	1	0	0	0	1
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Romanian	Count		0	0	0	0	1	1
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,7%
South-African	Count		0	0	0	1	0	1
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	0,7%
Spanish	Count		0	0	0	0	1	1
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,7%
Swedish	Count		0	0	0	1	0	1

Total	Swiss	% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	0,7%
		Count	0	0	0	2	0	2
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	1,4%
		Count	3	5	21	64	46	139
		% within How important is service delivery to you?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
					%	%		%

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		-,140	,089	-2,028	,043
		How important is service delivery to you? Dependent		-,124	,081	-2,028	,043
		What is your nationality? Dependent		-,180	,079	-2,028	,043

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is service delivery to you? * What is your age? Crosstabulation								
			What is your age?					Total
			21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
How important is service delivery to you?	completely unimportant	Count	0	0	0	2	1	3
		% within How important is service delivery to you?	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
	unimportant	Count	1	3	0	1	0	5
		% within How important is service delivery to you?	20,0%	60,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
	neutral	Count	5	6	3	6	1	21
		% within How important is service delivery to you?	23,8%	28,6%	14,3%	28,6%	4,8%	100,0%
	important	Count	20	13	19	10	2	64
		% within How important is service delivery to you?	31,2%	20,3%	29,7%	15,6%	3,1%	100,0%
	very important	Count	11	15	8	10	2	46
		% within How important is service delivery to you?	23,9%	32,6%	17,4%	21,7%	4,3%	100,0%
	Total	Count	37	37	30	29	6	139
		% within How important is service delivery to you?	26,6%	26,6%	21,6%	20,9%	4,3%	100,0%

Directional Measures					
				Value	Asymp. Std. Error ^a
					Approx. T ^b
					Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	How important is service delivery to you? Dependent	-.044	.074
			What is your age?	-.040	.069
			Dependent	-.047	.080

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

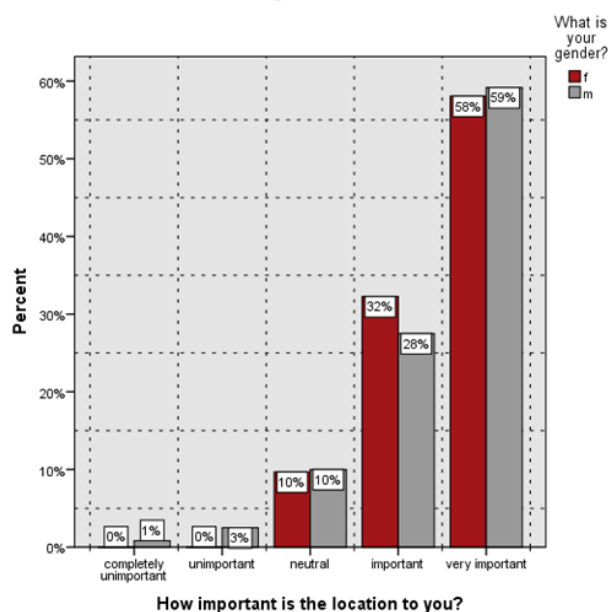
		Correlations	
		How important is service delivery to you?	What is your age?
How important is service delivery to you?	Pearson Correlation	1	-.105
	Sig. (2-tailed)		.218
	N	139	139
What is your age?	Pearson Correlation	-.105	1
	Sig. (2-tailed)	.218	
	N	139	157

Belang van locatie

			How important is the location to you?			
				Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	completely unimportant	unimportant	neutral	15	9,5	12,6
			important	43	27,2	41,1
			very important	89	56,3	100,0
			Total	151	95,8	100,0
			Missing	1	,8	
Missing	no opinion	System	Total	7	4,4	
			Total	158	100,0	
			Total	158	100,0	

Statistics		
How important is the location to you?		
N	Valid	151
	Missing	7
Mean		4,43
Median		5,00
Std. Deviation		,804
Percentiles	25	4,00
	50	5,00
	75	5,00

Belang van de locatie van WGW



AFBEELDING 6

BELANG LOCATIE

How important is the location to you? * What is your nationality? Crosstabulation							
			How important is the location to you?				
			completely unimportant	unimportant	neutral	important	very important
What is your nationality?	Count		0	0	0	0	2
American	Count		0	0	2	3	10
Australian	Count		0	0	0	1	0
Austria	Count		0	0	1	0	0
Belgium	Count		0	0	0	0	4
Brazilian	Count		0	0	0	0	2
British	Count		0	2	3	10	31
Bruneian	Count		0	0	1	0	2
Canadian	Count		0	0	0	1	3
Chinese	Count		0	0	1	1	1
Danish	Count		0	0	0	1	0
Dutch	Count		1	0	4	15	18
Egyptian	Count		0	1	0	1	0
Emirates	Count		0	0	0	0	1
Finnish	Count		0	0	0	0	2
French	Count		0	0	0	3	2
German	Count		0	0	2	3	2
Malaysian	Count		0	0	0	1	1
Nigerian	Count		0	0	0	1	0
Norwegian	Count		0	0	0	1	2
Omani	Count		0	0	0	0	1
Poland	Count		0	0	0	0	1
Polish	Count		0	0	0	0	2
Romanian	Count		0	0	0	0	1
South-Afri	Count		0	0	0	0	1
Spanish	Count		0	0	0	0	1
Swedish	Count		0	0	0	0	1
Swiss	Count		0	0	1	1	0
Total	Count		1	3	15	43	89

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,048	,073	,661	,508
		How important is the location to you? Dependent	,042	,063	,661	,508
		What is your age? Dependent	,057	,086	,661	,508

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,112	,066	-1,698	,089
		How important is the location to you? Dependent	-,093	,055	-1,698	,089
		What is your nationality? Dependent	-,139	,082	-1,698	,089

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,006	,073	-,087	,931
		How important is the location to you? Dependent	-,009	,099	-,087	,931
		What is your gender? Dependent	-,005	,058	-,087	,931

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is the location to you? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation

Count			What is your age?					Total
What is your gender?			21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How important is the location to you?	neutral	2	0	0	1		3
		important	2	4	3	1		10
		very important	8	4	3	3		18
	Total		12	8	6	5		31
m	How important is the location to you?	completely unimportant	1	0	0	0	0	1
		unimportant	1	1	0	1	0	3
		neutral	3	3	2	3	1	12
		important	9	6	10	7	1	33
		very important	12	22	15	17	5	71
	Total		26	32	27	28	7	120
Total	How important is the location to you?	completely unimportant	1	0	0	0	0	1
		unimportant	1	1	0	1	0	3
		neutral	5	3	2	4	1	15
		important	11	10	13	8	1	43
	very important		20	26	18	20	5	89
Total		38	40	33	33	7	151	

Directional Measures

What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,059	,175	-,338	,735
			How important is the location to you? Dependent	-,052	,154	-,338	,735
			What is your age? Dependent	-,068	,202	-,338	,735
			Symmetric	,072	,081	,891	,373
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	How important is the location to you? Dependent	,082	,070	,891	,373
			What is your age? Dependent	,085	,095	,891	,373
			Symmetric	,048	,073	,861	,508
			How important is the location to you? Dependent	,042	,063	,861	,508
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	What is your age? Dependent	,057	,088	,861	,508
			Symmetric				
			How important is the location to you? Dependent				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations

		How important is the location to you?	What is your age?
How important is the location to you?	Pearson Correlation	1	,073
	Sig. (2-tailed)		,373
	N	151	151
What is your age?	Pearson Correlation	,073	1
	Sig. (2-tailed)	,373	
	N	151	151

Belang klantvriendelijkheid

Statistics

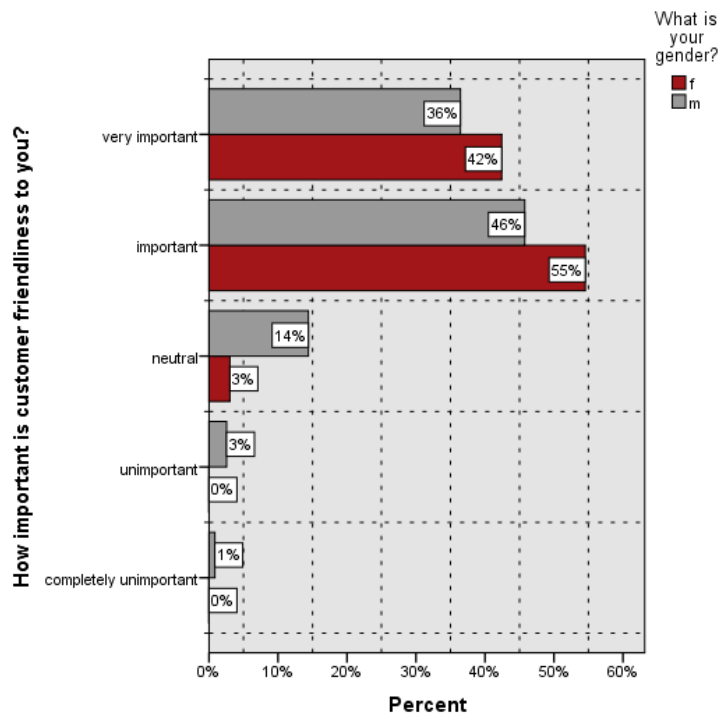
How important is customer friendliness to you?

N	Valid	151
	Missing	7
Mean		4,20
Median		4,00
Std. Deviation		,775
Percentiles	25	4,00
	50	4,00
	75	5,00

How important is customer friendliness to you?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	completely unimportant	1	,8	,7	,7
	unimportant	3	1,9	2,0	2,8
	neutral	18	11,4	11,9	14,8
	important	72	45,8	47,7	62,3
	very important	57	36,1	37,7	100,0
Total		151	95,8	100,0	
Missing	System	7	4,4		
Total		158	100,0		

Belang van klantvriendelijkheid



AFBEELDING 7 BELANG KLANTVRIENDELIJKHEID

How important is customer friendliness to you? * What is your gender? Crosstabulation					
			What is your gender?		Total
			f	m	
How important is customer friendliness to you?	completely unimportant	Count	0	1	
		% within What is your gender?	0,0%	0,8%	0,7%
	unimportant	Count	0	3	3
		% within What is your gender?	0,0%	2,5%	2,0%
	neutral	Count	1	17	18
		% within What is your gender?	3,0%	14,4%	11,9%
	important	Count	18	54	72
		% within What is your gender?	54,5%	45,8%	47,7%
	very important	Count	14	43	57
		% within What is your gender?	42,4%	36,4%	37,7%
Total	Count	33	118	151	
	% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%	

Directional Measures						
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,103	,068	-1,531	,128
		How important is customer friendliness to you?	-,144	,093	-1,531	,128
		Dependent				
		What is your gender?				
		Dependent	-,080	,052	-1,531	,128

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,310	,130	-2,298	,022
			How important is customer friendliness to you?	-,248	,106	-2,298	,022
			Dependent				
			What is your nationality?	-,412	,171	-2,298	,022
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,071	,075	-,949	,343
			How important is customer friendliness to you?	-,063	,066	-,949	,343
			Dependent				
			What is your nationality?	-,081	,085	-,949	,343
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,103	,065	-1,583	,113
			How important is customer friendliness to you?	-,090	,057	-1,583	,113
			Dependent				
			What is your nationality?	-,122	,077	-1,583	,113

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is customer friendliness to you? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation

Count			What is your age?					Total
What is your gender?			21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How important is customer friendliness to you?	neutral	1	0	0	0		
		important	6	3	5	4		18
		very important	5	6	1	2		14
	Total		12	9	6	6		33
m	How important is customer friendliness to you?	completely unimportant	0	0	0	1	0	
		unimportant	1	1	0	0	1	
		neutral	7	3	3	2	2	17
		important	10	14	12	15	3	54
		very important	7	14	12	9	1	43
	Total		25	32	27	27	7	118
Total	How important is customer friendliness to you?	completely unimportant	0	0	0	1	0	
		unimportant	1	1	0	0	1	
		neutral	8	3	3	2	2	18
		important	16	17	17	19	3	72
		very important	12	20	13	11	1	57
	Total		37	41	33	33	7	151

Correlations

		How important is customer friendliness to you?	What is your age?
How important is customer friendliness to you?	Pearson Correlation	1	-,039
	Sig. (2-tailed)		,834
	N	151	151
What is your age?	Pearson Correlation	-,039	1
	Sig. (2-tailed)	,834	
	N	151	151

Belang van food & beverage

Statistics

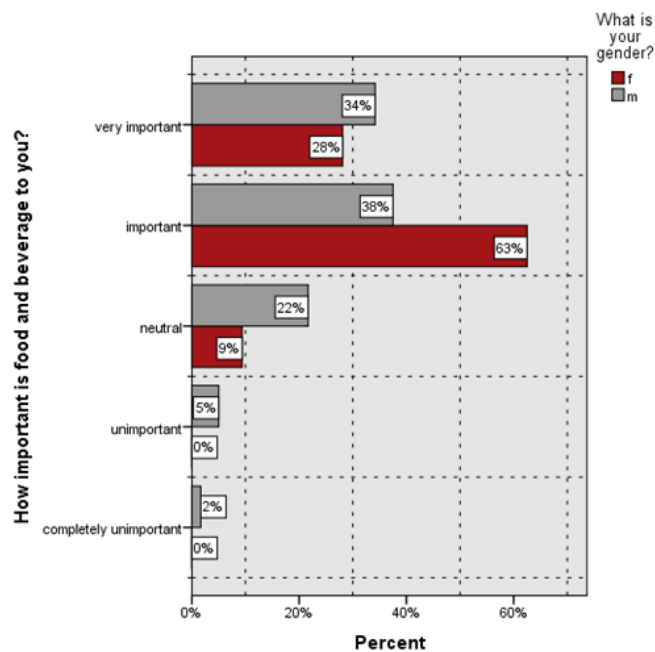
How important is food and beverage to you?

N	Valid	152
	Missing	6
Mean		4,02
Median		4,00
Std. Deviation		,895
Percentiles	25	4,00
	50	4,00
	75	5,00

How important is food and beverage to you?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	completely unimportant	2	1,3	1,3	1,3
	unimportant	6	3,8	3,9	5,3
	neutral	29	18,4	19,1	24,3
	important	65	41,1	42,8	67,1
	very important	50	31,8	32,9	100,0
	Total	152	96,2	100,0	
Missing	System	6	3,8		
Total		158	100,0		

Belang van food & beverage



AFBEELDING 8 BELANG FOOD & BEVERAGE

How important is food and beverage to you? * What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How important is food and beverage to you?	completely unimportant	Count	0	2	2
		% within What is your gender?	0,0%	1,7%	1,3%
	unimportant	Count	0	6	6
		% within What is your gender?	0,0%	5,0%	3,9%
	neutral	Count	3	26	29
		% within What is your gender?	9,4%	21,7%	19,1%
	important	Count	20	45	65
		% within What is your gender?	62,5%	37,5%	42,8%
	very important	Count	9	41	50
		% within What is your gender?	28,1%	34,2%	32,9%
Total	Count	32	120	152	
	% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%	

Directional Measures

				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		-,058	,081	-,950	,342
		How important is food and beverage to you? Dependent		-,088	,092	-,950	,342
		What is your gender? Dependent		-,043	,045	-,950	,342

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is food and beverage to you? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation									
What is your gender?				What is your age?					Total
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How important is food and beverage to you?	neutral	Count	1	1	1	0		3
			% within What is your age?	8,3%	11,1%	16,7%	0,0%	9,4%	
		important	Count	7	5	4	4	20	
			% within What is your age?	58,3%	55,6%	66,7%	80,0%	62,5%	
		very important	Count	4	3	1	1	9	
			% within What is your age?	33,3%	33,3%	16,7%	20,0%	28,1%	
	Total	Count	12	9	6	5	32		
		% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
	m	How important is food and beverage to you?	completely unimportant	Count	0	0	0	1	1
				% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	14,3%
unimportant			Count	3	0	1	2	6	
			% within What is your age?	11,5%	0,0%	3,7%	7,1%	0,0%	
neutral			Count	6	7	4	9	26	
			% within What is your age?	23,1%	21,9%	14,8%	32,1%	0,0%	
important			Count	12	9	11	9	41	
			% within What is your age?	46,2%	28,1%	40,7%	32,1%	57,1%	
very important			Count	5	16	11	7	41	
			% within What is your age?	19,2%	50,0%	40,7%	25,0%	28,6%	
Total			Count	26	32	27	28	120	
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	How important is food and beverage to you?	completely unimportant	Count	0	0	0	1	1	
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%	14,3%	
		unimportant	Count	3	0	1	2	6	
			% within What is your age?	7,9%	0,0%	3,0%	6,1%	0,0%	
		neutral	Count	7	8	5	9	29	
			% within What is your age?	18,4%	19,5%	15,2%	27,3%	0,0%	
		important	Count	19	14	15	13	61	
			% within What is your age?	50,0%	34,1%	45,5%	39,4%	57,1%	
		very important	Count	9	19	12	8	50	
			% within What is your age?	23,7%	46,3%	36,4%	24,2%	28,6%	
		Total	Count	38	41	33	33	152	
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Directional Measures

What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,088	,142	-,821	,535
			How important is food and beverage to you? Dependent	-,076	,122	-,821	,535
			What is your age? Dependent	-,105	,189	-,821	,535
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,017	,077	-,215	,830
			How important is food and beverage to you? Dependent	-,016	,073	-,215	,830
			What is your age? Dependent	-,018	,082	-,215	,830
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,030	,089	-,441	,859
			How important is food and beverage to you? Dependent	-,029	,065	-,441	,859
			What is your age? Dependent	-,033	,074	-,441	,859

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is food and beverage to you? * What is your nationality? * What is your gender?

Crosstabulation

What is your gender?: f

			How important is food and beverage to you?			Total
			neutral	important	very important	
What is your nationality?	America	Count	0	1	0	1
	n	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Austria	Count	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Belgium	Count	0	0	2	2
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Brazilian	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	British	Count	1	5	3	9
		% within What is your nationality?	11,1%	55,6%	33,3%	100,0%
	Bruneian	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Chinese	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Dutch	Count	0	6	0	6
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	French	Count	0	1	1	2
		% within What is your nationality?	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	German	Count	0	2	1	3
		% within What is your nationality?	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
	Poland	Count	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%

Total	Polish	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Romanian	Count	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	South-African	Count	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Swiss	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Total		Count	3	20	9
		% within What is your nationality?	9,4%	62,5%	28,1%	100,0%

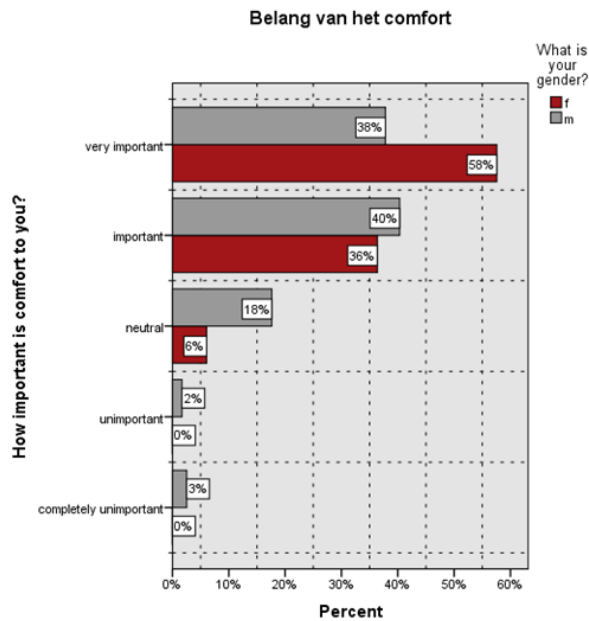
Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
What is your gender?							
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,008	,176	,048	,962
			How important is food and beverage to you? Dependent	,007	,142	,048	,962
			What is your nationality? Dependent	,011	,234	,048	,962
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,093	,073	-1,271	,204
			How important is food and beverage to you? Dependent	-,086	,068	-1,271	,204
			What is your nationality? Dependent	-,102	,080	-1,271	,204
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,068	,067	-1,007	,314
			How important is food and beverage to you? Dependent	-,061	,061	-1,007	,314
			What is your nationality? Dependent	-,076	,075	-1,007	,314

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Belang van het comfort

Statistics			How important is comfort to you?			
How important is comfort to you?				Frequency	Percent	Cumulative Percent
N	Valid	152	Valid	completely unimportant	3	1,9
	Missing	6		unimportant	2	1,3
Mean		4,18		neutral	23	14,6
Median		4,00		important	60	38,0
Std. Deviation		,880		very important	64	40,5
Percentiles	25	4,00		Total	152	96,2
	50	4,00	Missing	no opinion	1	,8
	75	5,00		System	5	3,2
				Total	6	3,8
			Total		158	100,0



AFBEELDING 9 BELANG COMFORT
AFBEELDING 10

Crosstab			What is your gender?		Total
			f	m	
How important is comfort to you?	completely unimportant	Count	0	3	3
		% within How important is comfort to you?	0,0%	100,0%	100,0%
	unimportant	Count	0	2	2
		% within How important is comfort to you?	0,0%	100,0%	100,0%
	neutral	Count	2	21	23
		% within How important is comfort to you?	8,7%	91,3%	100,0%
	important	Count	12	48	60
		% within How important is comfort to you?	20,0%	80,0%	100,0%
	very important	Count	19	45	64
		% within How important is comfort to you?	29,7%	70,3%	100,0%
Total	Count		33	119	152
	% within How important is comfort to you?		21,7%	78,3%	100,0%

Directional Measures			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,178	,085	-2,825	,009
		How important is comfort to you? Dependent	-,255	,093	-2,825	,009
		What is your gender? Dependent	-,135	,051	-2,825	,009

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is comfort to you? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation										
What is your gender?				What is your age?						
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	Total	
f	How important is comfort to you?	neutral	Count	0	0	1	1		2	
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	16,7%	16,7%		6,1%	
		important	Count	4	4	3	1		12	
			% within What is your age?	33,3%	44,4%	50,0%	16,7%		36,4%	
	very important	Count	8	5	2	4		19		
		% within What is your age?	66,7%	55,6%	33,3%	66,7%		57,6%		
	Total	Count	12	9	6	6		33		
		% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%		
	m	How important is comfort to you?	completely unimportant	Count	0	1	0	1	1	3
				% within What is your age?	0,0%	3,1%	0,0%	3,6%	14,3%	2,6%
unimportant			Count	1	1	0	0	0	2	
			% within What is your age?	3,6%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	
neutral			Count	5	5	4	6	1	21	
			% within What is your age?	19,2%	15,6%	15,4%	21,4%	14,3%	17,6%	
Total		important	Count	16	10	7	11	4	48	
			% within What is your age?	61,5%	31,2%	26,9%	39,3%	57,1%	40,3%	
		very important	Count	4	15	15	10	1	45	
			% within What is your age?	15,4%	46,9%	57,7%	35,7%	14,3%	37,8%	
		Total	Count	28	32	28	28	7	119	
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total		How important is comfort to you?	completely unimportant	Count	0	1	0	1	1	3
				% within What is your age?	0,0%	2,4%	0,0%	2,9%	14,3%	2,0%
	unimportant		Count	1	1	0	0	0	2	
			% within What is your age?	2,6%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	
	neutral		Count	5	5	5	7	1	23	
			% within What is your age?	13,2%	12,2%	15,6%	20,6%	14,3%	15,1%	
	Total	important	Count	20	14	10	12	4	60	
			% within What is your age?	52,6%	34,1%	31,2%	35,3%	57,1%	39,6%	
		very important	Count	12	20	17	14	1	64	
			% within What is your age?	31,6%	48,8%	53,1%	41,2%	14,3%	42,1%	
Total	Count	38	41	32	34	7	152			
	% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%			

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
What is your gender?							
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,140	,158	-,876	,381
			How important is comfort to you? Dependent	-,121	,139	-,876	,381
			What is your age? Dependent	-,166	,184	-,876	,381
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,043	,073	,588	,566
			How important is comfort to you? Dependent	,040	,068	,588	,566
			What is your age? Dependent	,047	,080	,588	,566
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,008	,068	-,123	,902
			How important is comfort to you? Dependent	-,008	,062	-,123	,902
			What is your age? Dependent	-,009	,074	-,123	,902

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		-,008	,068	-,123	,902
		How important is comfort to you? Dependent		-,008	,062	-,123	,902
		What is your age? Dependent		-,009	,074	-,123	,902

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations			
		What is your age?	How satisfied are you with the comfort?
What is your age?	Pearson Correlation	1	,012
	Sig. (2-tailed)		,881
	N	157	155
How satisfied are you with the comfort?	Pearson Correlation	,012	1
	Sig. (2-tailed)	,881	
	N	155	155

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,171	,144	-1,169	,242
			How important is comfort to you? Dependent	-,138	,118	-1,169	,242
			What is your nationality? Dependent	-,224	,188	-1,169	,242
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,170	,074	-2,293	,022
			How important is comfort to you? Dependent	-,154	,067	-2,293	,022
			What is your nationality? Dependent	-,191	,083	-2,293	,022
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,149	,086	-2,240	,025
			How important is comfort to you? Dependent	-,132	,059	-2,240	,025
			What is your nationality? Dependent	-,171	,076	-2,240	,025

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is comfort to you? * What is your nationality? * What is your gender? Crosstabulation

What is your gender?: f

				How important is comfort to you?			Total
				neutral	important	very important	
What is your nationality?	American	Count		0	0	1	1
		% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Austria	Count		0	1	0	1
		% within What is your nationality?		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Belgium	Count		0	0	2	2
		% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Brazilian	Count		0	0	1	1
		% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	British	Count		0	3	6	9
		% within What is your nationality?		0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	Bruneian	Count		0	1	0	1
		% within What is your nationality?		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Chinese	Count		0	1	0	1
		% within What is your nationality?		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Dutch	Count		1	2	3	6

		% within What is your nationality?	16,7%	33,3%	50,0%	100,0%
	French	Count	0	2	0	2
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	German	Count	0	0	3	3
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Irish	Count	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Poland	Count	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Polish	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Romanian	Count	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	South-Afri	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Swiss	Count	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	2	12	19	33
		% within What is your nationality?	6,1%	36,4%	57,6%	100,0%

Directional Measures			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somes' d	Symmetric	-,149	,066	-2,240	,025
		How important is comfort to you? Dependent	-,132	,059	-2,240	,025
		What is your nationality? Dependent	-,171	,076	-2,240	,025

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,171	,144	-1,169	,242
			How important is comfort to you? Dependent	-,138	,118	-1,169	,242
			What is your nationality? Dependent	-,224	,188	-1,169	,242
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,170	,074	-2,293	,022
			How important is comfort to you? Dependent	-,164	,067	-2,293	,022
			What is your nationality? Dependent	-,191	,083	-2,293	,022
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,149	,068	-2,240	,025
			How important is comfort to you? Dependent	-,132	,059	-2,240	,025
			What is your nationality? Dependent	-,171	,076	-2,240	,025

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Belang van de faciliteiten

Statistics			How important are facilities to you?				
How important are facilities to you?				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	Valid	150	Valid	completely unimportant	2	1,3	1,3
	Missing	8		unimportant	6	3,8	5,3
Mean		3,92		neutral	35	22,2	28,7
Median		4,00		important	66	41,8	72,7
Std. Deviation		,888		very important	41	25,9	100,0
Percentiles	25	3,00	Total	Total	150	94,9	100,0
	50	4,00	Missing	no opinion	1	,8	
	75	5,00		System	7	4,4	
				Total	8	5,1	
			Total	Total	158	100,0	

How important are facilities to you? * What is your gender? Crosstabulation

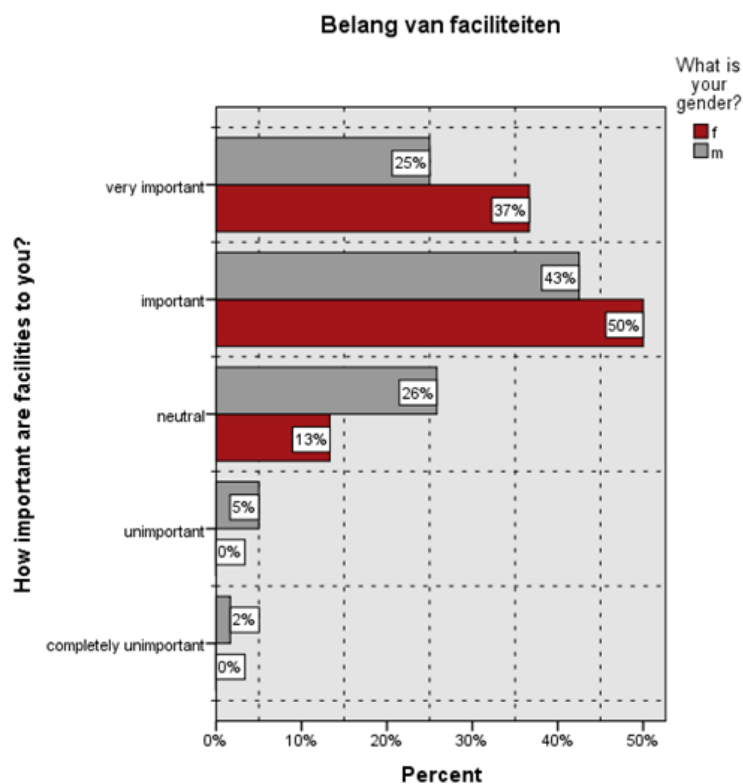
Count		What is your gender?		Total
		f	m	
How important are facilities to you?	completely unimportant	0	2	2
	unimportant	0	6	6
	neutral	4	31	35
	important	15	51	66
	very important	11	30	41
Total		30	120	150

Correlations			
		How important are facilities to you?	What is your age?
How important are facilities to you?	Pearson Correlation	1	-,091
	Sig. (2-tailed)		,270
	N	150	150
What is your age?	Pearson Correlation	-,091	1
	Sig. (2-tailed)	,270	
	N	150	157

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		-,149	,083	-2,270	,023
		How important are facilities to you? Dependent		-,231	,098	-2,270	,023
		What is your gender? Dependent		-,110	,048	-2,270	,023

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.



AFBEELDING 11 BELANG FACILITEITEN

Crosstab								
			How important are facilities to you?					Total
			completely unimportant	unimportant	neutral	important	very important	
What is your nationality?	Count		0	0	1	0	1	2
American	Count		0	1	2	6	6	15
Australian	Count		0	0	0	1	0	1
Austria	Count		0	0	0	1	0	1
Belgium	Count		0	0	0	2	2	4
Brazilian	Count		0	0	0	2	0	2
British	Count		1	1	10	20	14	46
Bruneian	Count		0	0	1	2	0	3
Canadian	Count		0	0	1	2	1	4
Chinese	Count		0	0	1	1	1	3
Danish	Count		0	0	1	0	0	1
Dutch	Count		0	4	12	12	7	35
Egyptian	Count		1	0	0	1	0	2
Emirates	Count		0	0	0	1	0	1
Finnish	Count		0	0	1	1	0	2
French	Count		0	0	0	4	1	5
German	Count		0	0	1	3	3	7
Malaysian	Count		0	0	1	1	0	2
Nigerian	Count		0	0	1	0	0	1
Norwegian	Count		0	0	1	2	0	3
Omani	Count		0	0	0	0	1	1
Poland	Count		0	0	0	0	1	1
Polish	Count		0	0	0	1	1	2
Romanian	Count		0	0	1	0	0	1
South-Afri	Count		0	0	0	1	0	1
Spanish	Count		0	0	0	1	0	1
Swedish	Count		0	0	0	0	1	1
Swiss	Count		0	0	0	1	1	2
Total	Count		2	6	35	66	41	150

Directional Measures						
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,071	,066	-1,074	,283
		How important are facilities to you? Dependent	-,064	,060	-1,074	,283
		What is your nationality? Dependent	-,079	,073	-1,074	,283

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab

	Count					
	What is your age?					Total
	21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
What is your nationality?	0	1	1	0	0	2
American	2	5	4	4	1	16
Australian	0	1	0	0	0	1
Austria	1	0	0	0	0	1
Belgium	1	2	1	0	0	4
Brazilian	1	1	0	0	0	2
British	8	11	14	15	0	48
Bruneian	2	1	0	0	0	3
Canadian	1	1	1	1	0	4
Chinese	2	1	0	0	0	3
Danish	0	0	0	1	0	1
Dutch	11	4	8	9	5	37
Egyptian	1	1	0	1	0	3
Emirates	0	1	0	0	0	1
Finnish	0	2	0	0	0	2
French	3	0	1	1	0	5
German	1	3	3	0	1	8
Irish	0	0	0	1	0	1
Malaysian	2	0	0	0	0	2
Nigerian	1	0	0	0	0	1
Norwegian	1	0	1	1	0	3
Omani	0	1	0	0	0	1
Poland	0	1	0	0	0	1
Polish	0	2	0	0	0	2
Romanian	1	0	0	0	0	1
Russian	0	0	0	1	0	1
South-Afri	0	0	1	0	0	1
Spanish	0	1	0	0	0	1
Swedish	1	0	0	0	0	1
Swiss	0	1	0	1	0	2
Total	38	41	35	38	7	157

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,065	,059	-1,115	,265
		What is your age? Dependent	-,062	,058	-1,115	,265
		What is your nationality? Dependent	-,068	,061	-1,115	,265

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Belang van hygiëne

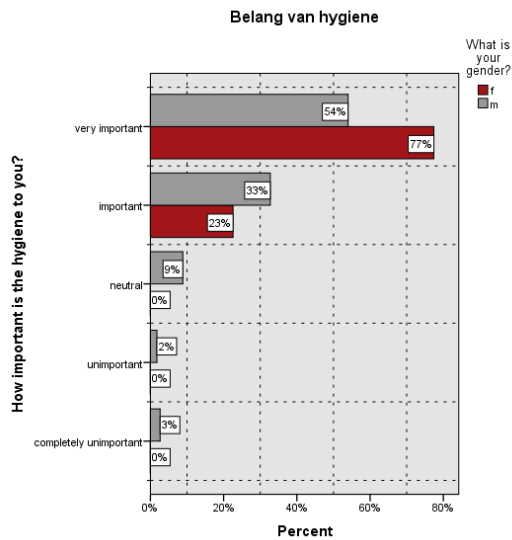
Statistics

How important is the hygiene to you?

N	Valid	144
	Missing	14
Mean		4,43
Median		5,00
Std. Deviation		,850
Percentiles	25	4,00
	50	5,00
	75	5,00

How important is the hygiene to you?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	completely unimportant	3	1,9	2,1	2,1
	unimportant	2	1,3	1,4	3,5
	neutral	10	6,3	6,9	10,4
	important	44	27,8	30,8	41,0
	very important	85	53,8	59,0	100,0
Total		144	91,1	100,0	
Missing	no opinion	3	1,9		
	System	11	7,0		
	Total	14	8,9		
Total		158	100,0		



AFBEELDING 12 BELANG HYGIËNE

How important is the hygiene to you? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation

What is your gender?				What is your age?					Total
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How important is the hygiene to you?	important	Count	2	1	3	1		7
			% within How important is the hygiene to you?	28,6%	14,3%	42,9%	14,3%		100,0%
	very important	Count	9	8	3	4			24
			% within How important is the hygiene to you?	37,5%	33,3%	12,5%	16,7%		100,0%
	Total	Count	11	9	6	5			31
m	How important is the hygiene to you?	completely unimportant	Count	0	1	0	1	1	3
			% within How important is the hygiene to you?	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	100,0%
	unimportant	Count	1	0	0	1	0	2	2
			% within How important is the hygiene to you?	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	neutral	Count	4	2	0	3	1	10	10
			% within How important is the hygiene to you?	40,0%	20,0%	0,0%	30,0%	10,0%	100,0%
	important	Count	12	7	8	9	1	37	37
			% within How important is the hygiene to you?	32,4%	18,9%	21,6%	24,3%	2,7%	100,0%
	very important	Count	6	21	18	13	3	61	61
			% within How important is the hygiene to you?	9,8%	34,4%	29,5%	21,3%	4,9%	100,0%
Total	How important is the hygiene to you?	completely unimportant	Count	0	1	0	1	1	3
			% within How important is the hygiene to you?	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	100,0%
	unimportant	Count	1	0	0	1	0	2	2
			% within How important is the hygiene to you?	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	neutral	Count	4	2	0	3	1	10	10
			% within How important is the hygiene to you?	40,0%	20,0%	0,0%	30,0%	10,0%	100,0%
	important	Count	14	8	11	10	1	44	44
			% within How important is the hygiene to you?	31,8%	18,2%	24,5%	22,7%	2,3%	100,0%
	very important	Count	85	44	44	44	44	44	265
			% within How important is the hygiene to you?	19,1%	18,2%	19,1%	19,1%	19,1%	100,0%

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
What is your gender?							
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,120	,155	-,763	,445
			How important is the hygiene to you? Dependent	-,089	,116	-,763	,445
			What is your age? Dependent	-,185	,238	-,763	,445
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,067	,089	,753	,451
			How important is the hygiene to you? Dependent	,059	,078	,753	,451
			What is your age? Dependent	,077	,102	,753	,451
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,013	,079	,163	,870
			How important is the hygiene to you? Dependent	,011	,068	,163	,870
			What is your age? Dependent	,015	,094	,163	,870

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
What is your gender?							
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,111	,133	-,820	,412
			How important is the hygiene to you? Dependent	-,078	,095	-,820	,412
			What is your nationality? Dependent	-,190	,228	-,820	,412
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,208	,069	-2,970	,003
			How important is the hygiene to you? Dependent	-,180	,080	-2,970	,003
			What is your nationality? Dependent	-,248	,083	-2,970	,003
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,160	,063	-2,522	,012
			How important is the hygiene to you? Dependent	-,133	,053	-2,522	,012
			What is your nationality? Dependent	-,200	,079	-2,522	,012

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is the hygiene to you? * What is your nationality? * What is your gender? Crosstabulation

What is your gender?: f

			How important is the hygiene to you?		Total
			important	very important	
What is your nationality?	American	Count	0	1	1
		% within How important is the hygiene to you?	0,0%	4,2%	3,2%
	Austria	Count	0	1	1
		% within How important is the hygiene to you?	0,0%	4,2%	3,2%
	Belgium	Count	0	2	2
		% within How important is the hygiene to you?	0,0%	8,3%	6,5%

	British	Count	2	7	9
		% within How important is the hygiene to you?	28,6%	29,2%	29,0%
n	Bruneia	Count	1	0	1
		% within How important is the hygiene to you?	14,3%	0,0%	3,2%
	Chinese	Count	0	1	1
		% within How important is the hygiene to you?	0,0%	4,2%	3,2%
	Dutch	Count	2	4	6
		% within How important is the hygiene to you?	28,6%	16,7%	19,4%
	French	Count	0	2	2
		% within How important is the hygiene to you?	0,0%	8,3%	6,5%
	German	Count	0	3	3
		% within How important is the hygiene to you?	0,0%	12,5%	9,7%
	Poland	Count	0	1	1
		% within How important is the hygiene to you?	0,0%	4,2%	3,2%
	Polish	Count	1	0	1
		% within How important is the hygiene to you?	14,3%	0,0%	3,2%
	Romani	Count	0	1	1
	an	% within How important is the hygiene to you?	0,0%	4,2%	3,2%
	South-Afri	Count	0	1	1
		% within How important is the hygiene to you?	0,0%	4,2%	3,2%
	Swiss	Count	1	0	1

Total	% within How important is the hygiene to you?			
	Count	7	24	31
	% within How important is the hygiene to you?	14,3%	0,0%	3,2%
	% within How important is the hygiene to you?			
	Count	7	24	31
	% within How important is the hygiene to you?	100,0%	100,0%	100,0%

Correlations		What is your age?	How important is the hygiene to you?
What is your age?	Pearson Correlation	1	-.051
	Sig. (2-tailed)		.541
	N	157	144
How important is the hygiene to you?	Pearson Correlation	-.051	1
	Sig. (2-tailed)	.541	
	N	144	144

Belang van parkeergelegenheid

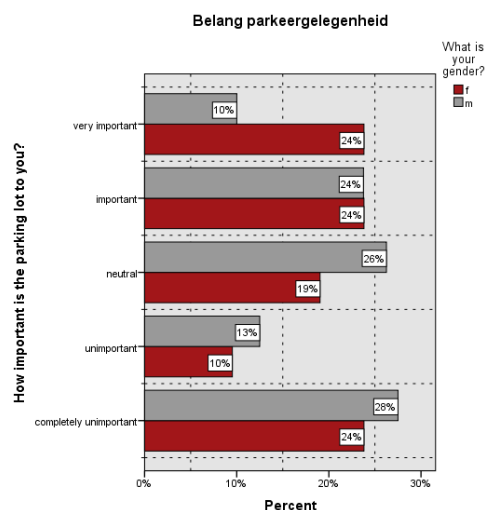
Statistics

How important is the parking lot to you?

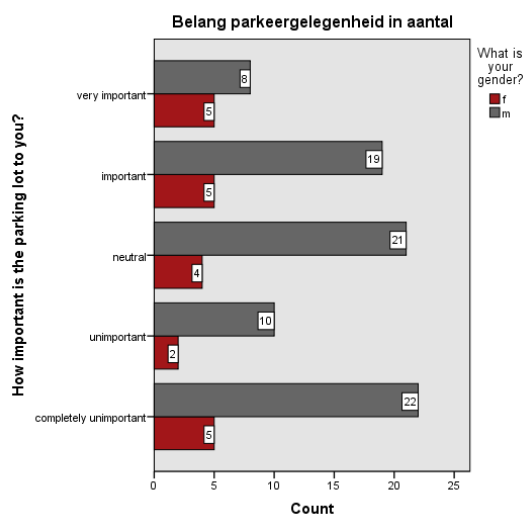
N	Valid	101
	Missing	57
Mean		2,84
Median		3,00
Std. Deviation		1,391
Percentiles	25	1,00
	50	3,00
	75	4,00

How important is the parking lot to you?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid completely unimportant	27	17,1	26,7	26,7
unimportant	12	7,8	11,9	38,6
neutral	25	15,8	24,8	63,4
important	24	15,2	23,8	87,1
very important	13	8,2	12,9	100,0
Total	101	63,9	100,0	
Missing no opinion	49	31,0		
System	8	5,1		
Total	57	36,1		
Total	158	100,0		



AFBEELDING 13 BELANG PARKEERGELEGENHEID IN PROCENTEN



AFBEELDING 14 BELANG PARKEERGELEGENHEID IN AANTALLEN

How important is the parking lot to you? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation										
What is your gender?				What is your age?					Total	
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older		
f	How important is the parking lot to you?	completely unimportant	Count	2	1	0	2		5	
			% within How important is the parking lot to you?	40,0%	20,0%	0,0%	40,0%		100,0%	
		unimportant	Count	0	2	0	0		2	
			% within How important is the parking lot to you?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%		100,0%	
		neutral	Count	3	0	1	0		4	
			% within How important is the parking lot to you?	75,0%	0,0%	25,0%	0,0%		100,0%	
		important	Count	2	1	2	0		5	
			% within How important is the parking lot to you?	40,0%	20,0%	40,0%	0,0%		100,0%	
		very important	Count	1	2	0	2		5	
			% within How important is the parking lot to you?	20,0%	40,0%	0,0%	40,0%		100,0%	
	Total			Count	8	6	3	4		21
				% within How important is the parking lot to you?	38,1%	28,6%	14,3%	19,0%		100,0%
m	How important is the parking lot to you?	completely unimportant	Count	4	4	7	5	2	22	
			% within How important is the parking lot to you?	18,2%	18,2%	31,8%	22,7%	9,1%	100,0%	
		unimportant	Count	2	4	3	0	1	10	
			% within How important is the parking lot to you?	20,0%	40,0%	30,0%	0,0%	10,0%	100,0%	
		neutral	Count	6	3	2	10	0	21	
			% within How important is the parking lot to you?	28,6%	14,3%	9,5%	47,6%	0,0%	100,0%	
		important	Count	3	7	2	5	2	19	
			% within How important is the parking lot to you?	15,8%	36,8%	10,5%	26,3%	10,5%	100,0%	
		very important	Count	0	1	5	0	2	8	
			% within How important is the parking lot to you?	0,0%	12,5%	62,5%	0,0%	25,0%	100,0%	
	Total			Count	15	19	19	20	7	80
				% within How important is the parking lot to you?	18,8%	23,8%	23,8%	25,0%	8,8%	100,0%
Total	How important is the parking lot to you?	completely unimportant	Count	6	5	7	7	2	27	

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,079	,203	,388	,698
			How important is the parking lot to you? Dependent	,082	,212	,388	,698
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,075	,194	,388	,698
			How important is the parking lot to you? Dependent	,059	,085	,698	,485
			What is your age? Dependent	,059	,085	,698	,485
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,080	,088	,698	,485
			How important is the parking lot to you? Dependent	,035	,078	,453	,651
			What is your age? Dependent	,035	,078	,453	,651

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations			
		What is your age?	How important is the parking lot to you?
What is your age?	Pearson Correlation	1	,044
	Sig. (2-tailed)		,859
	N	157	101
How important is the parking lot to you?	Pearson Correlation	,044	1
	Sig. (2-tailed)	,859	
	N	101	101

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,153	,174	,881	,378
			How important is the parking lot to you? Dependent	,146	,165	,881	,378
			What is your nationality? Dependent	,162	,184	,881	,378
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,070	,089	,789	,430
			How important is the parking lot to you? Dependent	,089	,087	,789	,430
			What is your nationality? Dependent	,072	,092	,789	,430
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,088	,080	1,111	,267
			How important is the parking lot to you? Dependent	,088	,077	1,111	,267
			What is your nationality? Dependent	,091	,082	1,111	,267

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is the parking lot to you? * What is your nationality? * What is your gender?

Crosstabulation

What is your gender?: f

	How important is the parking lot to you?					
	completely unimportant	unimportant	neutral	important	very important	
What is your Age Count	1	0	0	0	0	1

nationality?	ican	% within						
		How						
		important						
		is the	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%
		parking lot						
		to you?						
	Aust	Count	0	0	0	1	0	1
	ria	% within						
		How						
		important	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	4,8%
		is the						
		parking lot						
		to you?						
	Belgi	Count	0	1	0	0	1	2
	um	% within						
		How						
		important	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	20,0%	9,5%
		is the						
		parking lot						
		to you?						
	Brazi	Count	0	0	1	0	0	1
	lian	% within						
		How						
		important	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	4,8%
		is the						
		parking lot						
		to you?						
	Briti	Count	1	0	1	2	0	4
	sh	% within						
		How						
		important	20,0%	0,0%	25,0%	40,0%	0,0%	19,0%
		is the						
		parking lot						
		to you?						
	Chin	Count	1	0	0	0	0	1
	ese	% within						
		How						
		important	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%
		is the						
		parking lot						
		to you?						
	Dutc	Count	0	1	1	1	2	5

	h	% within					
	How important is the parking lot to you?		0,0%	50,0%	25,0%	20,0%	40,0%
French	Count		2	0	0	0	0
	% within		40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Poland	Count		0	0	0	0	1
	% within		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
Romanian	Count		0	0	1	0	0
	% within		0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%
South-African	Count		0	0	0	1	0
	% within		0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%
Swiss	Count		0	0	0	0	1
	% within		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
Total		Count	5	2	4	5	5
							23,8%
							9,5%
							4,8%
							4,8%
							4,8%

% within							
How							
important							
is the							
parking lot							
to you?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Beoordeling deelaspecten van verblijf in Worldhotel Grand Winston

Service delivery

Tevredenheid klantenservice

Statistics

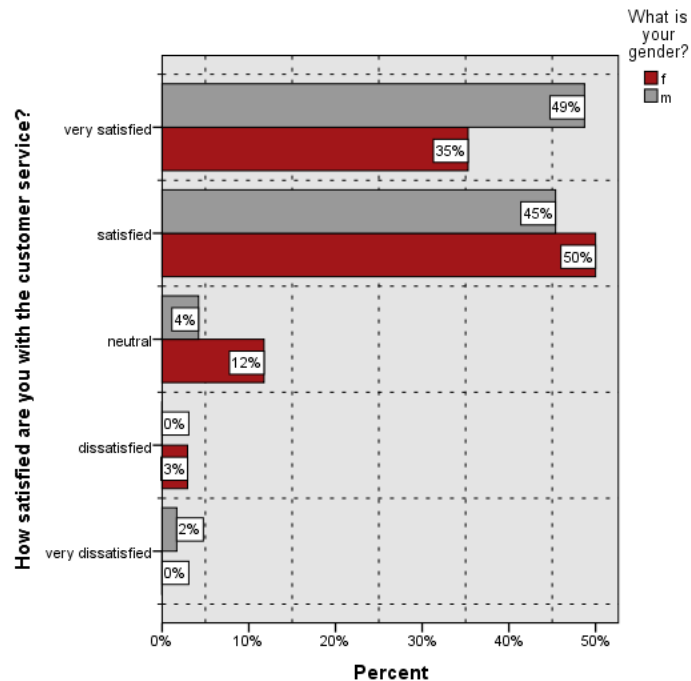
How satisfied are you with the customer service?

N	Valid	153
	Missing	5
Mean		4,35
Median		4,00
Std. Deviation		,737
Percentiles	25	4,00
	50	4,00
	75	5,00

How satisfied are you with the customer service?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	very dissatisfied	2	1,3	1,3	1,3
	dissatisfied	1	,8	,7	2,0
	neutral	9	5,7	5,9	7,8
	satisfied	71	44,9	46,4	54,2
	very satisfied	70	44,3	45,8	100,0
	Total	153	96,8	100,0	
Missing	no opinion	4	2,5		
	System	1	,8		
	Total	5	3,2		
Total		158	100,0		

Tevredenheid klantenservice



AFBEELDING 15 TEVREDENHEID KLANTENSERVICE

How satisfied are you with the customer service? * What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the customer service?	very dissatisfied	Count	0	2	2
		% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	100,0%	100,0%
	dissatisfied	Count	1	0	1
		% within How satisfied are you with the customer service?	100,0%	0,0%	100,0%
	neutral	Count	4	5	9
		% within How satisfied are you with the customer service?	44,4%	55,6%	100,0%
	satisfied	Count	17	54	71
		% within How satisfied are you with the customer service?	23,9%	76,1%	100,0%
	very satisfied	Count	12	58	70
		% within How satisfied are you with the customer service?	17,1%	82,9%	100,0%
Total		Count	34	119	153
		% within How satisfied are you with the customer service?	22,2%	77,8%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somes' d	Symmetric	,129	,077	1,649	,099
		How satisfied are you with the customer service?	,171	,102	1,649	,099
	Dependent	What is your gender?	,103	,082	1,649	,099
		Dependent				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the customer service? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation

				What is your age?					Total
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How satisfied are you with the customer service?	dissatisfied	Count	0	0	0	1		1
			% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%		100,0%
		neutral	Count	3	0	0	1		4
			% within How satisfied are you with the customer service?	75,0%	0,0%	0,0%	25,0%		100,0%
		satisfied	Count	6	5	3	3		17
			% within How satisfied are you with the customer service?	35,3%	29,4%	17,6%	17,6%		100,0%
		very satisfied	Count	3	4	4	1		12
			% within How satisfied are you with the customer service?	25,0%	33,3%	33,3%	8,3%		100,0%
	Total		Count	12	9	7	6		34
			% within How satisfied are you with the customer service?	35,3%	26,5%	20,6%	17,6%		100,0%
m	How satisfied are you with the customer service?	very dissatisfied	Count	0	0	0	1	1	2
			% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		neutral	Count	0	3	0	1	1	5
			% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	60,0%	0,0%	20,0%	20,0%	100,0%
		satisfied	Count	14	11	15	13	1	54
			% within How satisfied are you with the customer service?	25,9%	20,4%	27,8%	24,1%	1,9%	100,0%
		very satisfied	Count	11	18	12	13	4	58
			% within How satisfied are you with the customer service?	19,0%	31,0%	20,7%	22,4%	6,9%	100,0%
	Total		Count	25	32	27	28	7	119
			% within How satisfied are you with the customer service?	21,0%	26,9%	22,7%	23,5%	5,9%	100,0%
Total	How satisfied are you with the customer service?	very dissatisfied	Count	0	0	0	1	1	2
			% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		dissatisfied	Count	0	0	0	1	0	1
			% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		neutral	Count	3	3	0	2	1	9

Crosstab					
			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the customer service?	very dissatisfied	Count	0	2	2
		% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	100,0%	100,0%
	dissatisfied	Count	1	0	1
		% within How satisfied are you with the customer service?	100,0%	0,0%	100,0%
	neutral	Count	4	5	9
		% within How satisfied are you with the customer service?	44,4%	55,6%	100,0%
	satisfied	Count	17	54	71
		% within How satisfied are you with the customer service?	23,9%	76,1%	100,0%
	very satisfied	Count	12	58	70
		% within How satisfied are you with the customer service?	17,1%	82,9%	100,0%
	Total	Count	34	119	153
		% within How satisfied are you with the customer service?	22,2%	77,8%	100,0%

Directional Measures								
What is your gender?					Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,052	,167	,310	,757	
			How satisfied are you with the customer service? Dependent	,047	,153	,310	,757	
			What is your age? Dependent	,057	,183	,310	,757	
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,028	,082	-,340	,734	
			How satisfied are you with the customer service? Dependent	-,024	,071	-,340	,734	
			What is your age? Dependent	-,034	,098	-,340	,734	
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,002	,074	,022	,982	
			How satisfied are you with the customer service? Dependent	,001	,065	,022	,982	
			What is your age? Dependent	,002	,087	,022	,982	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures							
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.	
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,129	,077	1,849	,099	
		How satisfied are you with the customer service?	,171	,102	1,849	,099	
		Dependent					
		What is your gender?	,103	,062	1,849	,099	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab								
			What is your age?					Total
			21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
How satisfied are you with the customer service?	very dissatisfied	Count	0	0	0	1	1	
		% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	dissatisfied	Count	0	0	0	1	0	
		% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	neutral	Count	3	3	0	2	1	
		% within How satisfied are you with the customer service?	33,3%	33,3%	0,0%	22,2%	11,1%	100,0%
	satisfied	Count	20	18	18	16	1	7
		% within How satisfied are you with the customer service?	28,2%	22,5%	25,4%	22,5%	1,4%	100,0%
	very satisfied	Count	14	22	16	14	4	7
		% within How satisfied are you with the customer service?	20,0%	31,4%	22,9%	20,0%	5,7%	100,0%
Total	Count	37	41	34	34	7	15	
	% within How satisfied are you with the customer service?	24,2%	26,8%	22,2%	22,2%	4,6%	100,0%	

			Directional Measures			
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,002	,074	,022	,982
		How satisfied are you with the customer service?	,001	,085	,022	,982
		Dependent				
		What is your age?	,002	,087	,022	,982

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab					
			What is your gender?		
			f	m	Total
How satisfied are you with the customer service?	very dissatisfied	Count	0	2	2
		% within How satisfied are you with the customer service?	0,0%	100,0%	100,0%
	dissatisfied	Count	1	0	1
		% within How satisfied are you with the customer service?	100,0%	0,0%	100,0%
	neutral	Count	4	5	9
		% within How satisfied are you with the customer service?	44,4%	55,6%	100,0%
	satisfied	Count	17	54	71
		% within How satisfied are you with the customer service?	23,9%	76,1%	100,0%
	very satisfied	Count	12	58	70
		% within How satisfied are you with the customer service?	17,1%	82,9%	100,0%
Total	Count	34	119	153	
	% within How satisfied are you with the customer service?	22,2%	77,8%	100,0%	

			Directional Measures			
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,129	,077	1,649	,099
		How satisfied are you with the customer service?	,171	,102	1,649	,099
		Dependent				
		What is your gender?	,103	,062	1,649	,099

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

			Directional Measures			
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,180	,083	-2,873	,004
		How satisfied are you with the customer service?	-,151	,053	-2,873	,004
		Dependent				
		What is your nationality?	-,223	,077	-2,873	,004

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab					
			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the customer service?	very dissatisfied	Count	0	2	2
		% within What is your gender?	0,0%	1,7%	1,3%
	dissatisfied	Count	1	0	1
		% within What is your gender?	2,9%	0,0%	0,7%
	neutral	Count	4	5	9
		% within What is your gender?	11,8%	4,2%	5,9%
	satisfied	Count	17	54	71
		% within What is your gender?	50,0%	45,4%	48,4%
	very satisfied	Count	12	58	70
		% within What is your gender?	35,3%	48,7%	45,8%
Total	Count	34	119	153	
	% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%	

Directional Measures						
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,129	,077	1,849	,099
		How satisfied are you with the customer service?	,171	,102	1,849	,099
	Dependent	What is your gender?	,103	,082	1,849	,099
		Dependent				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab							
		How satisfied are you with the customer service?					Total
		very dissatisfied	dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied	
What is your nationality?	Count	0	0	0	1	1	2
	% within						
	What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	American	Count	0	0	6	10	16
	% within						
	What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	37,5%	62,5%	100,0%
Austral		Count	0	0	1	0	1

	ian	% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100, 0%
	Austria	Count	0	0	1	0	0	1
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	100,0 %	0,0%	0,0%	100, 0%
	Belgiu m	Count	0	0	0	2	2	4
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100, 0%
	Brazilia n	Count	0	0	0	0	2	2
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100, 0%
	British	Count	1	0	2	18	25	46
		% within What is your nationali ty?	2,2%	0,0%	4,3%	39,1%	54,3%	100, 0%
	Bruneia n	Count	0	0	0	2	1	3
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100, 0%
	Canadi	Count	0	0	0	1	3	4

	an	%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
		your						
		nationali						
		ty?						
	Chines	Count	0	0	0	1	2	3
	e	%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
		your						
		nationali						
		ty?						
	Danish	Count	0	0	0	1	0	1
		%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		your						
		nationali						
		ty?						
	Dutch	Count	1	0	3	17	13	34
		%						
		within						
		What is	2,9%	0,0%	8,8%	50,0%	38,2%	100,0%
		your						
		nationali						
		ty?						
	Egyptia	Count	0	0	0	1	2	3
	n	%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
		your						
		nationali						
		ty?						
	Emirate	Count	0	0	0	0	1	1
	s	%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		your						
		nationali						
		ty?						
	Finnish	Count	0	0	0	1	1	2

		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100, 0%
	French	Count	0	0	0	4	1	5
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	80,0%	20,0%	100, 0%
	Germa n	Count	0	0	3	3	1	7
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	42,9%	42,9%	14,3%	100, 0%
	Irish	Count	0	1	0	0	0	1
		% within What is your nationali ty?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100, 0%
	Malays ian	Count	0	0	0	1	1	2
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100, 0%
	Nigeria n	Count	0	0	0	1	0	1
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100, 0%
	Norwe	Count	0	0	0	3	0	3

	gian	%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,
		your						0%
		nationali						
		ty?						
	Omani	Count	0	0	0	0	1	1
		%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,
		your						0%
		nationali						
		ty?						
	Poland	Count	0	0	0	1	0	1
		%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,
		your						0%
		nationali						
		ty?						
	Polish	Count	0	0	0	1	1	2
		%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,
		your						0%
		nationali						
		ty?						
	Romani	Count	0	0	0	1	0	1
	an	%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,
		your						0%
		nationali						
		ty?						
	Russian	Count	0	0	0	1	0	1
		%						
		within						
		What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,
		your						0%
		nationali						
		ty?						
	South-	Count	0	0	0	1	0	1

Total	Afri	% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100, 0%
	Spanish	Count	0	0	0	0	1	1
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100, 0%
	Swedis h	Count	0	0	0	0	1	1
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100, 0%
	Swiss	Count	0	0	0	2	0	2
		% within What is your nationali ty?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100, 0%
		Count	2	1	9	71	70	153
		% within What is your nationali ty?	1,3%	0,7%	5,9%	46,4%	45,8%	100, 0%

Directional Measures						
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,180	,063	-2,873	,004
		How satisfied are you with the customer service?	-,151	,053	-2,873	,004
		Dependent				
		What is your nationality?	-,223	,077	-2,873	,004
		Dependent				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations			
		How satisfied are you with the customer service?	What is your age?
How satisfied are you with the customer service?	Pearson Correlation	1	-,080
	Sig. (2-tailed)		,327
	N	153	153
What is your age?	Pearson Correlation	-,080	1
	Sig. (2-tailed)	,327	
	N	153	157

Tevredenheid service delivery in restaurant

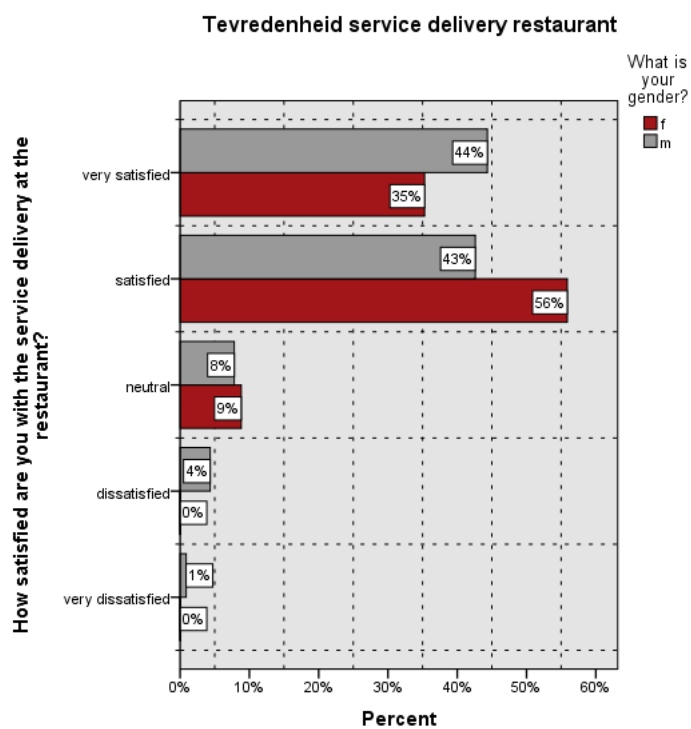
Statistics

How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?

N	Valid	149
	Missing	9
Mean		4,28
Median		4,00
Std. Deviation		,798
Percentiles	25	4,00
	50	4,00
	75	5,00

How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	very dissatisfied	1	,8	,7
	dissatisfied	5	3,2	4,0
	neutral	12	7,8	12,1
	satisfied	68	43,0	57,7
	very satisfied	63	39,9	100,0
	Total	149	94,3	100,0
Missing	no opinion	7	4,4	
	System	2	1,3	
	Total	9	5,7	
Total		158	100,0	

How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	very dissatisfied	1	,8	,7	,7
	dissatisfied	5	3,2	3,4	4,0
	neutral	12	7,8	8,1	12,1
	satisfied	68	43,0	45,6	57,7
	very satisfied	63	39,9	42,3	100,0
	Total	149	94,3	100,0	
Missing	no opinion	7	4,4		
	System	2	1,3		
	Total	9	5,7		
Total		158	100,0		



AFBEELDING 16 TEVREDENHEID SERVICE DELIVERY IN RESTAURANT

Crosstab					
			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?	very dissatisfied	Count	0	1	
		% within What is your gender?	0,0%	0,9%	0,7%
	dissatisfied	Count	0	5	5
		% within What is your gender?	0,0%	4,3%	3,4%
	neutral	Count	3	9	12
		% within What is your gender?	8,8%	7,6%	8,1%
	satisfied	Count	19	49	68
		% within What is your gender?	55,9%	42,6%	45,6%
	very satisfied	Count	12	51	63
		% within What is your gender?	35,3%	44,3%	42,3%
Total	Count	34	115	149	
	% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%	

Directional Measures			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,037	,071	,523	,601
		How satisfied are you with the service delivery at the restaurant? Dependent	,051	,097	,523	,601
		What is your gender? Dependent	,029	,057	,523	,601

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab								
			What is your age?					Total
			21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?	very dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
		% within What is your age?	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.7%
	dissatisfied	Count	3	1	1	0	0	5
		% within What is your age?	7.9%	2.5%	2.9%	0.0%	0.0%	3.4%
	neutral	Count	5	4	0	3	0	12
		% within What is your age?	13.2%	10.0%	0.0%	9.4%	0.0%	8.1%
	satisfied	Count	17	18	19	13	1	68
		% within What is your age?	44.7%	45.0%	55.9%	40.6%	20.0%	45.6%
	very satisfied	Count	13	17	14	16	3	63
		% within What is your age?	34.2%	42.5%	41.2%	50.0%	60.0%	42.3%
Total		Count	38	40	34	32	5	149
		% within What is your age?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Directional Measures			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,125	,074	1,695	,090
		How satisfied are you with the service delivery at the restaurant? Dependent	,112	,066	1,695	,090
		What is your age? Dependent	,142	,083	1,695	,090

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?	very dissatisfied	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	0,9%	0,7%
	dissatisfied	Count	0	5	5
		% within What is your gender?	0,0%	4,3%	3,4%
	neutral	Count	3	9	12
		% within What is your gender?	8,8%	7,8%	8,1%
	satisfied	Count	19	49	68
		% within What is your gender?	55,9%	42,6%	45,6%
	very satisfied	Count	12	51	63
		% within What is your gender?	35,3%	44,3%	42,3%
Total	Count	34	115	149	
	% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%	

Directional Measures						
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.	
Ordinal by Ordinal	Somers' d	,037	,071	,523	,601	
	Symmetric					
	How satisfied are you with the service delivery at the restaurant? Dependent	,051	,097	,523	,601	
	What is your gender? Dependent	,029	,057	,523	,601	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab							
		How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?					Total
		very dissatisfied	dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied	
What is your nationality?	Count	0	0	0	1	1	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	American	Count	0	1	0	3	9
	% within What is your nationality?	0,0%	7,7%	0,0%	23,1%	69,2%	100,0%
	Austrian	Count	0	0	0	1	0
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Austria	Count	0	0	1	0	0
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%

	Belgium	Count	0	0	0	2	2	4
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Brazilian	Count	0	0	0	0	2	2
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	British	Count	0	1	4	18	20	43
		% within What is your nationality?	0,0%	2,3%	9,3%	41,9%	46,5%	100,0%
	Brunei	Count	0	0	0	3	0	3
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Canadian	Count	0	0	0	1	3	4
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
	Chinese	Count	0	0	1	2	0	3
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
	Danish	Count	0	0	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Dutch	Count	1	2	1	18	14	36
		% within What is your nationality?	2,8%	5,6%	2,8%	50,0%	38,9%	100,0%
	Egyptian	Count	0	0	0	1	2	3
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	Emirates	Count	0	0	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Finnish	Count	0	0	0	1	1	2
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	French	Count	0	0	2	2	1	5
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	40,0%	40,0%	20,0%	100,0%
	German	Count	0	0	2	4	1	7
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	28,6%	57,1%	14,3%	100,0%
	Irish	Count	0	0	0	1	0	1

	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Malaysian	Count	0	0	0	1	1	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Nigeria	Count	0	0	0	1	0	1
n	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Norwegian	Count	0	0	0	3	0	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Omani	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Poland	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Polish	Count	0	1	0	0	1	2
	% within What is your nationality?	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Romanian	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Russian	Count	0	0	0	1	0	1
n	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
South-Afri	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Spanish	Count	0	0	0	0	1	1
h	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Swedish	Count	0	0	0	0	1	1
h	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Swiss	Count	0	0	0	1	1	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Total	Count	1	5	12	68	63	149

% within What is your nationality?	0,7%	3,4%	8,1%	45,6%	42,3%	100,0%
------------------------------------	------	------	------	-------	-------	--------

Correlations

		What is your age?	How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?
What is your age?	Pearson Correlation	1	,121
	Sig. (2-tailed)		,143
	N	157	149
How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?	Pearson Correlation	,121	1
	Sig. (2-tailed)	,143	
	N	149	149

Service delivery reception

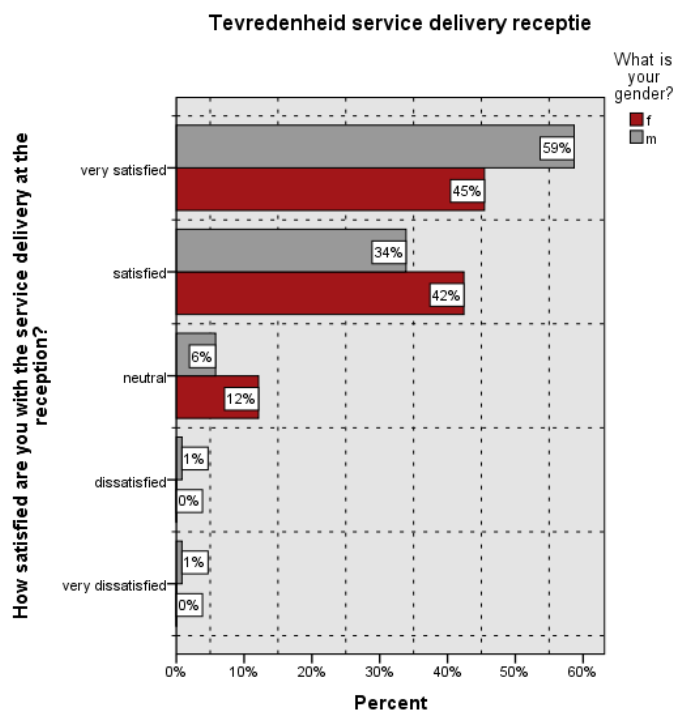
Statistics

How satisfied are you with the service delivery at the reception?

N	Valid	154
	Missing	4
Mean		4,45
Median		5,00
Std. Deviation		,715
Percentiles	25	4,00
	50	5,00
	75	5,00

How satisfied are you with the service delivery at the reception?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	very dissatisfied	1	,8	,8	,8
	dissatisfied	1	,8	,8	1,3
	neutral	11	7,0	7,1	8,4
	satisfied	55	34,8	35,7	44,2
	very satisfied	86	54,4	55,8	100,0
	Total	154	97,5	100,0	
Missing	no opinion	1	,8		
	System	3	1,9		
	Total	4	2,5		
Total		158	100,0		



AFBEELDING 17 TEVREDENHEID SERVICE DELIVERY RECEPTIE

How satisfied are you with the service delivery at the reception? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation				What is your age?					Total
What is your gender?				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How satisfied are you with the service delivery at the reception?	neutral	Count	3	0	0	1		4
			% within What is your age?	27,3%	0,0%	0,0%	16,7%		12,1%
		satisfied	Count	2	5	3	4		14
			% within What is your age?	18,2%	55,6%	42,9%	66,7%		42,4%
		very satisfied	Count	6	4	4	1		15
			% within What is your age?	54,5%	44,4%	57,1%	16,7%		45,5%
	Total		Count	11	9	7	6		33
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%
m	How satisfied are you with the service delivery at the reception?	very dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,8%
		dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,8%
		neutral	Count	0	3	1	3	0	7
			% within What is your age?	0,0%	9,7%	3,6%	10,0%	0,0%	5,8%
		satisfied	Count	7	9	12	12	1	41
			% within What is your age?	26,9%	29,0%	42,9%	40,0%	16,7%	33,9%
		very satisfied	Count	19	19	15	15	3	71
			% within What is your age?	73,1%	61,3%	53,6%	50,0%	50,0%	58,7%
	Total		Count	26	31	28	30	6	121
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total	How satisfied are you with the service delivery at the reception?	very dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,8%
		dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,8%
		neutral	Count	3	3	1	4	0	11
			% within What is your age?	8,1%	7,5%	2,9%	11,1%	0,0%	7,1%
		satisfied	Count	9	14	15	16	1	55
			% within What is your age?	24,3%	35,0%	42,9%	44,4%	16,7%	35,7%
		very satisfied	Count	25	23	19	16	3	86
			% within What is your age?	67,6%	57,5%	54,3%	44,4%	50,0%	55,8%
	Total		Count	37	40	35	36	6	154
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.270	,131	-2,091	,037
			How satisfied are you with the service delivery at the reception? Dependent	-.229	,110	-2,091	,037
			What is your nationality? Dependent	-.328	,162	-2,091	,037
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.085	,074	-1,142	,254
			How satisfied are you with the service delivery at the reception? Dependent	-.070	,061	-1,142	,254
			What is your nationality? Dependent	-.107	,093	-1,142	,254
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.142	,062	-2,264	,024
			How satisfied are you with the service delivery at the reception? Dependent	-.118	,052	-2,264	,024
			What is your nationality? Dependent	-.178	,078	-2,264	,024

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.085	,172	-.499	,618
			How satisfied are you with the service delivery at the reception? Dependent	-.077	,155	-.499	,618
			What is your age? Dependent	-.095	,193	-.499	,618
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.168	,078	-2,131	,033
			How satisfied are you with the service delivery at the reception? Dependent	-.143	,067	-2,131	,033
			What is your age? Dependent	-.205	,094	-2,131	,033
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.142	,073	-1,955	,051
			How satisfied are you with the service delivery at the reception? Dependent	-.123	,063	-1,955	,051
			What is your age? Dependent	-.170	,088	-1,955	,051

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the service delivery at the reception? * What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the service delivery at the reception?	very dissatisfied	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	0,8%	0,6%
	dissatisfied	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	0,8%	0,6%
	neutral	Count	4	7	11
		% within What is your gender?	12,1%	5,8%	7,1%
	satisfied	Count	14	41	55
		% within What is your gender?	42,4%	33,9%	35,7%
	very satisfied	Count	15	71	86
		% within What is your gender?	45,5%	58,7%	55,8%
Total	Count		33	121	154
	% within What is your gender?		100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,105	,077	1,363	,173
		How satisfied are you with the service delivery at the reception? Dependent	,140	,101	1,363	,173
		What is your gender? Dependent	,085	,082	1,363	,173

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

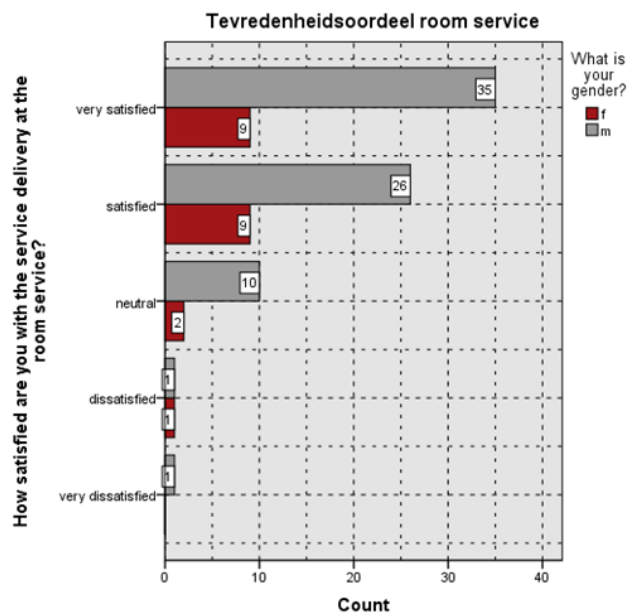
Correlations

		What is your age?	How satisfied are you with the service delivery at the reception?
What is your age?	Pearson Correlation	1	-,198 [*]
	Sig. (2-tailed)		,014
	N	157	154
How satisfied are you with the service delivery at the reception?	Pearson Correlation	-,198 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	,014	
	N	154	154

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tevredenheid service delivery room service

Statistics			How satisfied are you with the service delivery at the room service?				
How satisfied are you with the service delivery at the room service?							
				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	Valid	94	Valid	very dissatisfied	1	,6	1,1
	Missing	64		dissatisfied	2	1,3	2,1
Mean		4,27		neutral	12	7,6	16,0
Median		4,00		satisfied	35	22,2	53,2
Std. Deviation		,845		very satisfied	44	27,8	100,0
Percentiles	25	4,00	Total	Total	94	59,5	100,0
	50	4,00	Missing	no opinion	56	35,4	
	75	5,00		System	8	5,1	
				Total	64	40,5	
			Total	Total	158	100,0	



AFBEELDING 18 TEVREDENHEID SERVICE DELIVERY VAN ROOM SERVICE

How satisfied are you with the service delivery at the room service? *What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the service delivery at the room service?	very dissatisfied	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	1,4%	1,1%
	dissatisfied	Count	1	1	2
		% within What is your gender?	4,8%	1,4%	2,1%
	neutral	Count	2	10	12
		% within What is your gender?	9,5%	13,7%	12,8%
	satisfied	Count	9	26	35
		% within What is your gender?	42,9%	35,8%	37,2%
	very satisfied	Count	9	35	44
		% within What is your gender?	42,9%	47,9%	46,8%
Total	Count		21	73	94
	% within What is your gender?		100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,025	,092	,288	,789
		How satisfied are you with the service delivery at the room service? Dependent	,035	,129	,288	,789
	What is your gender?	Dependent	,019	,072	,288	,789

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the service delivery at the room service? *What is your age? *What is your gender? Crosstabulation

What is your gender?				What is your age?					Total
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How satisfied are you with the service delivery at the room service?	dissatisfied	Count	0	0	1	0		1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%		4,8%
		neutral	Count	2	0	0	0		2
			% within What is your age?	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%		9,5%
		satisfied	Count	3	1	2	3		9
			% within What is your age?	37,5%	20,0%	40,0%	100,0%		42,9%
	very satisfied	Count	3	4	2	0			9
		% within What is your age?	37,5%	80,0%	40,0%	0,0%			42,9%
	Total	Count	8	5	5	3			21
		% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%			100,0%
m	How satisfied are you with the service delivery at the room service?	very dissatisfied	Count	0	1	0	0	0	1
			% within What is your age?	0,0%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%
		dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	1,4%
		neutral	Count	2	1	2	4	1	10
			% within What is your age?	16,7%	5,3%	10,0%	23,5%	20,0%	13,7%
	satisfied	Count	3	8	8	6	1	26	35
		% within What is your age?	25,0%	42,1%	40,0%	35,3%	20,0%	35,8%	37,2%
	very satisfied	Count	7	9	10	7	2	35	44
		% within What is your age?	58,3%	47,4%	50,0%	41,2%	40,0%	47,9%	46,8%
Total	How satisfied are you with the service delivery at the room service?	very dissatisfied	Count	0	1	0	0	0	1
			% within What is your age?	0,0%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%
		dissatisfied	Count	0	0	1	0	1	2
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	20,0%	2,1%
		neutral	Count	4	1	2	4	1	12
			% within What is your age?	20,0%	4,2%	8,0%	20,0%	20,0%	12,8%
	satisfied	Count	6	9	10	9	1	35	44
		% within What is your age?	30,0%	37,5%	40,0%	45,0%	20,0%	37,2%	46,8%
	very satisfied	Count	10	13	12	7	2	44	44
		% within What is your age?	50,0%	54,2%	48,0%	35,0%	40,0%	46,8%	46,8%
Total	Count		20	24	25	20	5	94	94
	% within What is your age?		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,068	,182	-,371	,710
			How satisfied are you with the service delivery at the room service? Dependent	-,063	,168	-,371	,710
			What is your age? Dependent	-,073	,199	-,371	,710
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,114	,107	-1,061	,289
			How satisfied are you with the service delivery at the room service? Dependent	-,103	,097	-1,061	,289
			What is your age? Dependent	-,127	,119	-1,061	,289
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,103	,093	-1,103	,270
			How satisfied are you with the service delivery at the room service? Dependent	-,093	,084	-1,103	,270
			What is your age? Dependent	-,115	,104	-1,103	,270

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

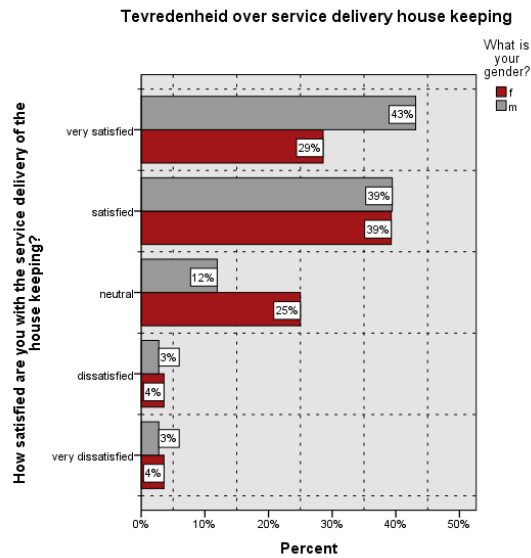
Correlations			
		What is your age?	How satisfied are you with the service delivery at the room service?
What is your age?	Pearson Correlation	1	-,117
	Sig. (2-tailed)		,261
	N	157	94
How satisfied are you with the service delivery at the room service?	Pearson Correlation	-,117	1
	Sig. (2-tailed)	,261	
	N	94	94

Service delivery house keeping

Statistics
How satisfied are you with the service delivery of the house keeping?

N	Valid	137
	Missing	21
Mean		4,11
Median		4,00
Std. Deviation		,960
Percentiles	25	4,00
	50	4,00
	75	5,00

How satisfied are you with the service delivery of the house keeping?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	very dissatisfied	4	2,5	2,9	2,9
	dissatisfied	4	2,5	2,9	5,8
	neutral	20	12,7	14,6	20,4
	satisfied	54	34,2	39,4	59,9
	very satisfied	55	34,8	40,1	100,0
Missing	Total	137	86,7	100,0	
	no opinion	18	11,4		
	System	3	1,9		
Total	Total	21	13,3		
	Total	158	100,0		



AFBEELDING 19 TEVREDENHEID VAN SERVICE DELIVERY HOUSE KEEPING

Crosstab			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the service delivery of the house keeping?	very dissatisfied	Count	1	3	4
		% within What is your gender?	3,6%	2,8%	2,9%
	dissatisfied	Count	1	3	4
		% within What is your gender?	3,6%	2,8%	2,9%
	neutral	Count	7	13	20
		% within What is your gender?	25,0%	11,9%	14,6%
	satisfied	Count	11	43	54
		% within What is your gender?	39,3%	39,4%	39,4%
	very satisfied	Count	8	47	55
		% within What is your gender?	28,6%	43,1%	40,1%
Total	Count		28	109	137
	% within What is your gender?		100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures				Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	Value			
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,131	,075	1,708	,088
		How satisfied are you with the service delivery of the house keeping? Dependent	,199	,114	1,708	,088
		What is your gender? Dependent	,098	,057	1,708	,088
		Dependent				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

			Crosstab					
			What is your age?					
			21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	Total
How satisfied are you with the service delivery of the house keeping?	very dissatisfied	Count	0	1	0	3	0	4
		% within What is your age?	0,0%	2,8%	0,0%	9,1%	0,0%	2,9%
	dissatisfied	Count	0	1	1	1	1	4
		% within What is your age?	0,0%	2,8%	3,2%	3,0%	14,3%	2,9%
	neutral	Count	7	4	4	4	1	20
		% within What is your age?	23,3%	11,1%	12,9%	12,1%	14,3%	14,6%
	satisfied	Count	15	13	11	14	1	54
		% within What is your age?	50,0%	36,1%	35,5%	42,4%	14,3%	39,4%
	very satisfied	Count	8	17	15	11	4	55
		% within What is your age?	26,7%	47,2%	48,4%	33,3%	57,1%	40,1%
Total	Count	30	38	31	33	7	137	
	% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

			Directional Measures			
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,020	,073	,272	,785
		How satisfied are you with the service delivery of the house keeping? Dependent	,019	,068	,272	,785
		What is your age? Dependent	,022	,080	,272	,785

- a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

			Symmetric Measures		
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b
Interval by Interval	Pearson's R		-,042	,087	-,488
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation		,022	,087	,255
N of Valid Cases			137		

- a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
c. Based on normal approximation.

				Directional Measures			
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,284	,148	-1,792	,073
			How satisfied are you with the service delivery of the house keeping? Dependent	-,238	,134	-1,792	,073
			What is your nationality? Dependent	-,296	,166	-1,792	,073
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,025	,083	-,297	,766
			How satisfied are you with the service delivery of the house keeping? Dependent	-,022	,073	-,297	,766
			What is your nationality? Dependent	-,028	,094	-,297	,766
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,098	,071	-1,395	,163
			How satisfied are you with the service delivery of the house keeping? Dependent	-,088	,063	-1,395	,163
			What is your nationality? Dependent	-,112	,080	-1,395	,163

- a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstab

		How satisfied are you with the service delivery of the house keeping?					Total
		very dissatisfi	dissatis	neutral	satisfie	very satisfied	
		ed	fied		d		
What is your nationality?	Count	0	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
American	Count	0	1	2	3	8	14
	% within What is your nationality?	0,0%	7,1%	14,3%	21,4%	57,1%	100,0%
Austrian	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Belgium	Count	0	0	1	2	1	4
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	25,0%	50,0%	25,0%	100,0%
Brazilian	Count	0	0	0	0	2	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
British	Count	1	1	4	16	18	40
	% within What is your nationality?	2,5%	2,5%	10,0%	40,0%	45,0%	100,0%
Brunei	Count	0	0	1	1	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Canadian	Count	0	0	1	1	2	4
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	50,0%	100,0%
Chinese	Count	0	0	0	3	0	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dutch	Count	1	2	5	13	12	33
	% within What is your nationality?	3,0%	6,1%	15,2%	39,4%	36,4%	100,0%
Egyptian	Count	0	0	0	2	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
Emirati	Count	0	0	0	0	1	1

	es	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Finnish	Count	0	0	0	0	2	2
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	French	Count	0	0	1	3	1	5
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	100,0%
	German	Count	0	0	3	1	0	4
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	Irish	Count	0	0	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Malaysian	Count	0	0	0	1	1	2
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Nigerian	Count	0	0	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Norwegian	Count	1	0	0	0	1	2
		% within What is your nationality?	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	Omani	Count	0	0	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Poland	Count	0	0	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Polish	Count	1	0	0	0	1	2
		% within What is your nationality?	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	Romanian	Count	0	0	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Russian	Count	0	0	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	South-	Count	0	0	0	0	1	1

Total	Afri	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Spanis	Count	0	0	0	0	1	1
	h	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Swedis	Count	0	0	0	1	0	1
	h	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Swiss	Count	0	0	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total	Count		4	4	20	54	55	137
	% within What is your nationality?		2,9%	2,9%	14,6%	39,4%	40,1%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,098	,071	-1,395	,163
		How satisfied are you with the service delivery of the house keeping? Dependent	-,088	,083	-1,395	,163
		What is your nationality? Dependent	-,112	,080	-1,395	,163

a. Not assuming the null hypothesis.

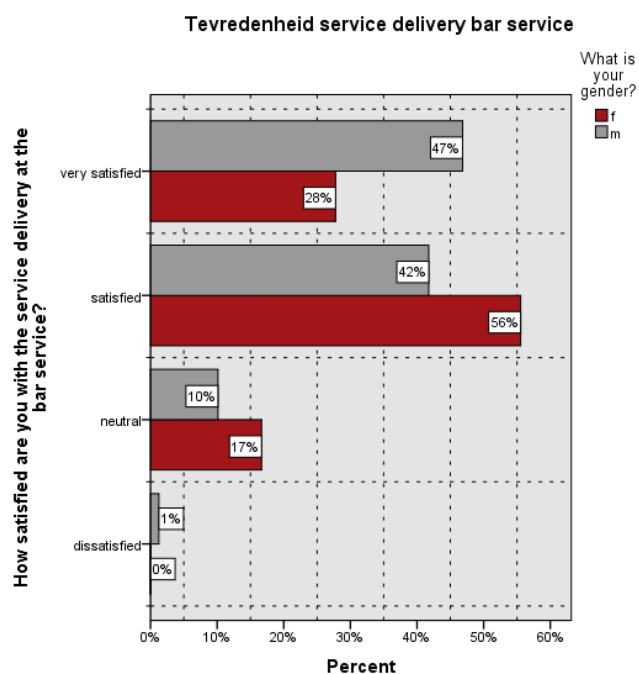
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations

		How satisfied are you with the service delivery of the house keeping?	What is your age?
How satisfied are you with the service delivery of the house keeping?	Pearson Correlation	1	-,042
	Sig. (2-tailed)		,826
	N	137	137
What is your age?	Pearson Correlation	-,042	1
	Sig. (2-tailed)	,826	
	N	137	157

Service delivery bar service

Statistics			How satisfied are you with the service delivery at the bar service?				
How satisfied are you with the service delivery at the bar service?				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	Valid	97	Valid	dissatisfied	1	,8	1,0
	Missing	61		neutral	11	7,0	11,3
Mean		4,30		satisfied	43	27,2	44,3
Median		4,00		very satisfied	42	26,8	43,3
Std. Deviation		,710		Total	97	61,4	100,0
Percentiles	25	4,00	Missing	no opinion	54	34,2	
	50	4,00		System	7	4,4	
	75	5,00		Total	61	38,8	
Total			Total	158	100,0		



AFBEELDING 20 TEVREDENHEID BARSERVICE

How satisfied are you with the service delivery at the bar service? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation

What is your gender?				What is your age?					Total
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How satisfied are you with the service delivery at the bar service?	neutral	Count	2	0	0	1		3
			% within What is your age?	22,2%	0,0%	0,0%	25,0%		16,7%
		satisfied	Count	3	2	3	2		10
			% within What is your age?	33,3%	100,0%	100,0%	50,0%		55,6%
		very satisfied	Count	4	0	0	1		5
			% within What is your age?	44,4%	0,0%	0,0%	25,0%		27,8%
m	How satisfied are you with the service delivery at the bar service?	Total	Count	9	2	3	4		18
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%
		dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	1,3%
		neutral	Count	1	0	0	7	0	8
			% within What is your age?	7,1%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	10,1%
		satisfied	Count	10	8	9	5	1	33
			% within What is your age?	71,4%	40,0%	45,0%	23,8%	25,0%	41,8%
		very satisfied	Count	3	12	11	9	2	37
			% within What is your age?	21,4%	60,0%	55,0%	42,9%	50,0%	48,8%
		Total	Count	14	20	20	21	4	79
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total	How satisfied are you with the service delivery at the bar service?	dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	1,0%
		neutral	Count	3	0	0	8	0	11
			% within What is your age?	13,0%	0,0%	0,0%	32,0%	0,0%	11,3%
		satisfied	Count	13	10	12	7	1	43
			% within What is your age?	56,5%	45,5%	52,2%	28,0%	25,0%	44,3%
		very satisfied	Count	7	12	11	10	2	42
			% within What is your age?	30,4%	54,5%	47,8%	40,0%	50,0%	43,3%
		Total	Count	23	22	23	25	4	97
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures

What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,158	,243	-,854	,513
			How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	-,150	,229	-,854	,513
			What is your age? Dependent	-,168	,259	-,854	,513
			Symmetric	-,032	,108	-,290	,772
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	-,028	,097	-,290	,772
			What is your age? Dependent	-,036	,124	-,290	,772
			Symmetric	-,031	,099	-,310	,758
			How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	-,027	,088	-,310	,758
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	What is your age? Dependent	-,035	,112	-,310	,758
			Symmetric				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the service delivery at the bar service? * What is your nationality? * What is your gender? Crosstabulation
What is your gender?: f

			How satisfied are you with the service delivery at the bar service?			Total
			neutral	satisfied	very satisfied	
What is your nationality?	Austria	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Brazilian	Count	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	British	Count	0	3	3	6
		% within What is your nationality?	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Bruneian	Count	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Dutch	Count	2	1	0	3
		% within What is your nationality?	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
	French	Count	0	1	1	2
		% within What is your nationality?	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Irish	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Poland	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Romanian	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	South-Afri	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total	Count		3	10	5	18
	% within What is your nationality?		16,7%	55,6%	27,8%	100,0%

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.236	,132	-1,788	,074
			How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	-.201	,119	-1,788	,074
			What is your nationality? Dependent	-.284	,153	-1,788	,074
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,011	,092	,118	,906
			How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	,010	,081	,118	,906
			What is your nationality? Dependent	,012	,105	,118	,906
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.056	,078	-.719	,472
			How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	-.050	,069	-.719	,472
			What is your nationality? Dependent	-.065	,090	-.719	,472

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

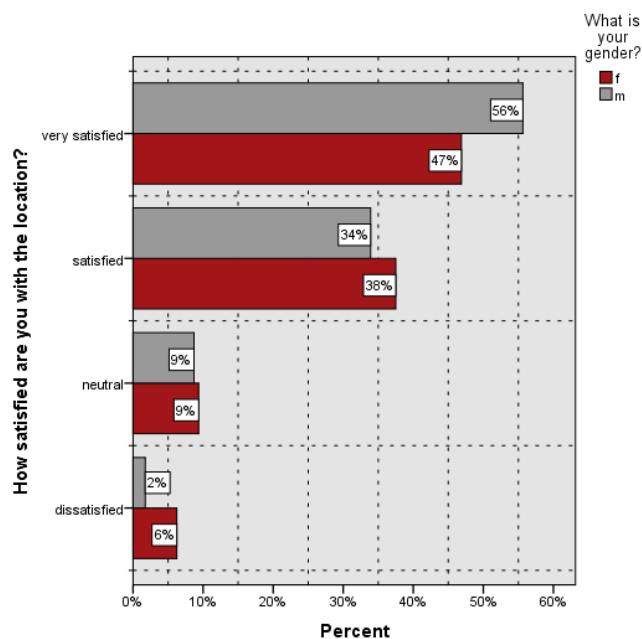
Correlations			
		What is your age?	How satisfied are you with the service delivery at the bar service?
What is your age?	Pearson Correlation	1	-,091
	Sig. (2-tailed)		,376
	N	157	97
How satisfied are you with the service delivery at the bar service?	Pearson Correlation	-,091	1
	Sig. (2-tailed)	,376	
	N	97	97

Tevredenheid per deelaspect verblijf in Worldhotel Grand Winston

Tevredenheid location

Statistics			How satisfied are you with the location?			
How satisfied are you with the location?				Frequency	Percent	Cumulative Percent
N	Valid	147	Valid dissatisfied	4	2,5	2,7
	Missing	11	neutral	13	8,2	11,6
Mean		4,39	satisfied	51	32,3	46,3
Median		5,00	very satisfied	79	50,0	100,0
Std. Deviation		,764	Total	147	93,0	
Percentiles	25	4,00	Missing no opinion	6	3,8	
	50	5,00	System	5	3,2	
	75	5,00	Total	11	7,0	
			Total	158	100,0	

Tevredenheid locatie



AFBEELDING 21 TEVREDENHEID LOCATIE

How satisfied are you with the service delivery at the bar service? * What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the service delivery at the bar service?	dissatisfied	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	1,3%	1,0%
	neutral	Count	3	8	11
		% within What is your gender?	16,7%	10,1%	11,3%
	satisfied	Count	10	33	43
		% within What is your gender?	55,6%	41,8%	44,3%
	very satisfied	Count	5	37	42
		% within What is your gender?	27,8%	46,8%	43,3%
Total	Count	18	79	97	
	% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%	

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,130	,088	1,454	,146
		How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	,195	,130	1,454	,146
		What is your gender? Dependent	,098	,067	1,454	,146

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the service delivery at the bar service? * What is your age? Crosstabulation

			What is your age?					Total
			21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
How satisfied are you with the service delivery at the bar service?	dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
		% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	1,0%
	neutral	Count	3	0	0	8	0	11
		% within What is your age?	13,0%	0,0%	0,0%	32,0%	0,0%	11,3%
	satisfied	Count	13	10	12	7	1	43
		% within What is your age?	56,5%	45,5%	52,2%	28,0%	25,0%	44,3%
	verysatisfied	Count	7	12	11	10	2	42
		% within What is your age?	30,4%	54,5%	47,8%	40,0%	50,0%	43,3%
Total	Count	23	22	23	25	4	97	
	% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,031	,099	-,310	,756
		How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	-,027	,088	-,310	,756
		What is your age? Dependent	-,035	,112	-,310	,756

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,158	,243	-,854	,513
			How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	-,150	,229	-,854	,513
			What is your age? Dependent	-,188	,259	-,854	,513
			Symmetric	-,032	,108	-,290	,772
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,028	,097	-,290	,772
			How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent	-,036	,124	-,290	,772
			What is your age? Dependent	-,031	,099	-,310	,756
			Symmetric	-,027	,088	-,310	,756
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,035	,112	-,310	,756
			How satisfied are you with the service delivery at the bar service? Dependent				
			What is your age? Dependent				
			Symmetric				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the service delivery at the bar service? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation										
What is your gender?				What is your age?					Total	
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older		
f	How satisfied are you with the service delivery at the bar service?	neutral	Count	2	0	0	1		3	
			% within What is your age?	22,2%	0,0%	0,0%	25,0%	16,7%		
		satisfied	Count	3	2	3	2		10	
			% within What is your age?	33,3%	100,0%	100,0%	50,0%	55,6%		
	Total	very satisfied	Count	4	0	0	1		5	
			% within What is your age?	44,4%	0,0%	0,0%	25,0%	27,8%		
		Total	Count	9	2	3	4		18	
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
m	How satisfied are you with the service delivery at the bar service?	dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1	
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	1,3%	
		neutral	Count	1	0	0	7	0	8	
			% within What is your age?	7,1%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	10,1%	
	Total	satisfied	Count	10	8	9	5	1	33	
			% within What is your age?	71,4%	40,0%	45,0%	23,8%	25,0%	41,8%	
		very satisfied	Count	3	12	11	9	2	37	
			% within What is your age?	21,4%	60,0%	55,0%	42,9%	50,0%	48,8%	
	Total	Count	14	20	20	21	4	79		
		% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
	Total	How satisfied are you with the service delivery at the bar service?	dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
				% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	1,0%
neutral			Count	3	0	0	8	0	11	
			% within What is your age?	13,0%	0,0%	0,0%	32,0%	0,0%	11,3%	
Total		satisfied	Count	13	10	12	7	1	43	
			% within What is your age?	58,5%	45,5%	52,2%	28,0%	25,0%	44,3%	
		very satisfied	Count	7	12	11	10	2	42	
			% within What is your age?	30,4%	54,5%	47,8%	40,0%	50,0%	43,3%	
Total	Count	23	22	23	25	4	97			
	% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%			

How satisfied are you with the location? * What is your nationality? Crosstabulation

		How satisfied are you with the location?				Total
		dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied	
What is your nationality?	Count	0	0	1	1	2
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	2,0%	1,3%	1,4%
Ameri	Count	0	1	4	7	12

can	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	7,7 %	7,8%	8,9%	8,2 %
Austra lian	Count	0	0	1	0	1
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0 %	2,0%	0,0%	0,7 %
Austri a	Count	0	0	0	1	1
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0 %	0,0%	1,3%	0,7 %
Belgiu m	Count	0	0	1	3	4
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0 %	2,0%	3,8%	2,7 %
Brazili an	Count	0	0	1	1	2
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0 %	2,0%	1,3%	1,4 %
British	Count	0	3	11	30	44
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	23,1 %	21,6 %	38,0%	29,9 %
Brunei an	Count	0	0	1	2	3
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0 %	2,0%	2,5%	2,0 %
Canad ian	Count	1	1	0	2	4
	% within How satisfied are you with the location?	25,0%	7,7 %	0,0%	2,5%	2,7 %
Chines	Count	0	0	2	1	3

e	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	3,9%	1,3%	2,0%
Danish	Count	1	0	0	0	1
h	% within How satisfied are you with the location?	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Dutch	Count	2	3	15	16	36
	% within How satisfied are you with the location?	50,0%	23,1%	29,4%	20,3%	24,5%
Egyptian	Count	0	0	2	1	3
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	3,9%	1,3%	2,0%
Emirates	Count	0	0	0	1	1
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	0,7%
Finnish	Count	0	1	0	1	2
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	7,7%	0,0%	1,3%	1,4%
French	Count	0	0	0	4	4
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	0,0%	5,1%	2,7%
German	Count	0	2	4	1	7
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	15,4%	7,8%	1,3%	4,8%
Malay	Count	0	0	0	2	2

	sian	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0 %	0,0%	2,5%	1,4 %
	Nigeri an	Count % within How satisfied are you with the location?	0	0	0	1	1
			0,0%	0,0 %	0,0%	1,3%	0,7 %
	Norwe gian	Count % within How satisfied are you with the location?	0	0	2	1	3
			0,0%	0,0 %	3,9%	1,3%	2,0 %
	Omani	Count % within How satisfied are you with the location?	0	0	1	0	1
			0,0%	0,0 %	2,0%	0,0%	0,7 %
	Poland	Count % within How satisfied are you with the location?	0	0	1	0	1
			0,0%	0,0 %	2,0%	0,0%	0,7 %
	Polish	Count % within How satisfied are you with the location?	0	0	0	2	2
			0,0%	0,0 %	0,0%	2,5%	1,4 %
	Roma nian	Count % within How satisfied are you with the location?	0	1	0	0	1
			0,0%	7,7 %	0,0%	0,0%	0,7 %
	Russia n	Count % within How satisfied are you with the location?	0	0	1	0	1
			0,0%	0,0 %	2,0%	0,0%	0,7 %
	South-	Count	0	1	0	0	1

Total	Afri	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	0,7%
	Spanis	Count	0	0	1	0	1
	h	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	0,7%
	Swedi	Count	0	0	0	1	1
	sh	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	0,7%
	Swiss	Count	0	0	2	0	2
		% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	3,9%	0,0%	1,4%
		Count	4	13	51	79	147
		% within How satisfied are you with the location?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,154	,083	-2,417	,018
		How satisfied are you with the location? Dependent	-,130	,054	-2,417	,018
		What is your nationality? Dependent	-,187	,077	-2,417	,018

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

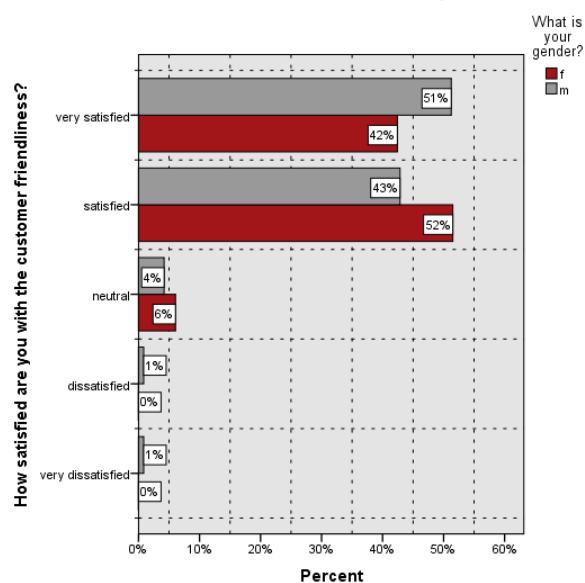
Correlations

		What is your age?	How satisfied are you with the location?
What is your age?	Pearson Correlation	1	-,141
	Sig. (2-tailed)		,088
	N	157	147
How satisfied are you with the location?	Pearson Correlation	-,141	1
	Sig. (2-tailed)	,088	
	N	147	147

Tevredenheid customer friendliness

Statistics			How satisfied are you with the customer friendliness?			
How satisfied are you with the customer friendliness?				Frequency	Percent	Cumulative Percent
N	Valid	152	Valid very dissatisfied	1	,8	,7
	Missing	8	dissatisfied	1	,8	1,3
Mean		4,41	neutral	7	4,4	5,9
Median		4,00	satisfied	68	43,0	50,7
Std. Deviation		,675	very satisfied	75	47,5	100,0
Percentiles	25	4,00	Total	152	96,2	100,0
	50	4,00	Missing no opinion	3	1,9	
	75	5,00	System	3	1,9	
			Total	6	3,8	
			Total	158	100,0	

Tevredenheid klantvriendelijkheid



AFBEELDING 22 TEVREDENHEID KLANTVRIENDELIJKHEID

How satisfied are you with the customer friendliness? * What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the customer friendliness?	very dissatisfied	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	0,8%	0,7%
	dissatisfied	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	0,8%	0,7%
	neutral	Count	2	5	7
		% within What is your gender?	6,1%	4,2%	4,6%
	satisfied	Count	17	51	68
		% within What is your gender?	51,5%	42,9%	44,7%
	very satisfied	Count	14	61	75
		% within What is your gender?	42,4%	51,3%	49,3%
Total	Count		33	119	152
	% within What is your gender?		100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,083	,076	,830	,407
		How satisfied are you with the customer friendliness?	,083	,100	,830	,407
	Dependent	What is your gender?	,051	,061	,830	,407
		Dependent				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the customer friendliness? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation

How satisfied are you with the customer friendliness? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation				What is your age?					Total	
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older		
f	How satisfied are you with the customer friendliness?	neutral	Count	1	0	0	1		2	
			% within What is your age?	9,1%	0,0%	0,0%	16,7%		6,1%	
		satisfied	Count	5	5	4	3		17	
			% within What is your age?	45,5%	55,6%	57,1%	50,0%		51,5%	
		very satisfied	Count	5	4	3	2		14	
			% within What is your age?	45,5%	44,4%	42,9%	33,3%		42,4%	
	Total		Count	11	9	7	6		33	
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%	
	m	How satisfied are you with the customer friendliness?	very dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
				% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	0,8%
		dissatisfied	Count	0	0	0	1	0	1	
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	0,0%	0,8%	
		neutral	Count	1	1	1	1	1	5	
			% within What is your age?	4,2%	3,2%	3,6%	3,4%	14,3%	4,2%	
		satisfied	Count	7	16	14	13	1	51	
			% within What is your age?	29,2%	51,6%	50,0%	44,8%	14,3%	42,9%	
		very satisfied	Count	16	14	13	14	4	61	
			% within What is your age?	66,7%	45,2%	46,4%	48,3%	57,1%	51,3%	
Total		Count	24	31	28	29	7	119		
		% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Total	How satisfied are you with the customer friendliness?	very dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1	
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	0,7%	
		dissatisfied	Count	0	0	0	1	0	1	
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	0,7%	
		neutral	Count	2	1	1	2	1	7	
			% within What is your age?	5,7%	2,5%	2,9%	5,7%	14,3%	4,6%	
		satisfied	Count	12	21	18	16	1	68	
			% within What is your age?	34,3%	52,5%	51,4%	45,7%	14,3%	44,7%	
		very satisfied	Count	21	18	16	16	4	75	
			% within What is your age?	80,0%	45,0%	45,7%	45,7%	57,1%	49,3%	
Total		Count	35	40	35	35	7	152		
		% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,068	,166	-,413	,680
			How satisfied are you with the customer friendliness?	-,060	,145	-,413	,680
			Dependent				
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	What is your age? Dependent	-,080	,194	-,413	,680
			Symmetric	-,095	,084	-1,125	,261
			How satisfied are you with the customer friendliness?	-,081	,072	-1,125	,261
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Dependent				
			What is your age? Dependent	-,114	,100	-1,125	,261
			Symmetric	-,083	,075	-1,098	,272
			How satisfied are you with the customer friendliness?	-,071	,065	-1,098	,272
			Dependent				
			What is your age? Dependent	-,099	,089	-1,098	,272

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How important is customer friendliness to you? * What is your gender? Crosstabulation					
			What is your gender?		
			f	m	Total
How important is customer friendliness to you?	completely unimportant	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	0,8%	0,7%
	unimportant	Count	0	3	3
		% within What is your gender?	0,0%	2,5%	2,0%
	neutral	Count	1	17	18
		% within What is your gender?	3,0%	14,4%	11,9%
	important	Count	18	54	72
		% within What is your gender?	54,5%	45,8%	47,7%
	very important	Count	14	43	57
		% within What is your gender?	42,4%	36,4%	37,7%
	Total	Count	33	118	151
		% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%

How satisfied are you with the location? * What is your nationality? * What is your gender?

Crosstabulation

What is your gender?: f

			How satisfied are you with the location?				
			dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied	Total
What is your nationality?	America	Count	0	1	0	0	1
		% within How satisfied are you with the location?	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	3,1%
	Austria	Count	0	0	0	1	1

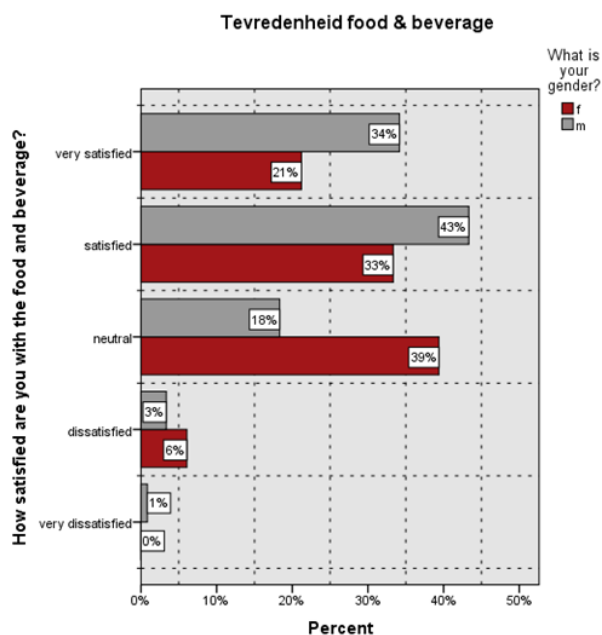
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	3,1%
Belgium	Count	0	0	1	1	2
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	8,3%	6,7%	6,2%
Brazilian	Count	0	0	0	1	1
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	3,1%
British	Count	0	0	2	6	8
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	16,7%	40,0%	25,0%
Bruneian	Count	0	0	0	1	1
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	3,1%
Chinese	Count	0	0	1	0	1
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%	3,1%
Dutch	Count	2	0	4	1	7
	% within How satisfied are you with the location?	100,0%	0,0%	33,3%	6,7%	21,9%
French	Count	0	0	0	2	2
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	0,0%	13,3%	6,2%
German	Count	0	0	2	1	3
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	16,7%	6,7%	9,4%
Poland	Count	0	0	1	0	1
	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%	3,1%
Polish	Count	0	0	0	1	1

Total		% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	3,1%
	Romania	Count	0	1	0	0	1
	n	% within How satisfied are you with the location?	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	3,1%
	South-Afri	Count	0	1	0	0	1
		% within How satisfied are you with the location?	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	3,1%
	Swiss	Count	0	0	1	0	1
		% within How satisfied are you with the location?	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%	3,1%
		Count	2	3	12	15	32
		% within How satisfied are you with the location?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tevredenheid food & beverage

Statistics		
How satisfied are you with the food and beverage?		
N	Valid	153
	Missing	5
Mean		3,99
Median		4,00
Std. Deviation		,873
Percentiles	25	3,00
	50	4,00
	75	5,00

How satisfied are you with the food and beverage?				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	very dissatisfied	1	,8	,7
	dissatisfied	8	3,8	4,8
	neutral	35	22,2	27,5
	satisfied	63	39,9	68,6
	very satisfied	48	30,4	100,0
	Total	153	98,8	100,0
Missing	no opinion	2	1,3	
	System	3	1,9	
	Total	5	3,2	
Total		158	100,0	



AFBEELDING 23 TEVREDENHEID FOOD & BEVERAGE

How satisfied are you with the food and beverage? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation				What is your age?					Total
What is your gender?				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How satisfied are you with the food and beverage?	dissatisfied	Count	2	0	0	0		2
			% within What is your age?	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%		6,1%
		neutral	Count	5	8	2	0		13
			% within What is your age?	41,7%	66,7%	28,6%	0,0%		39,4%
		satisfied	Count	3	3	3	2		11
			% within What is your age?	25,0%	33,3%	42,9%	40,0%		33,3%
		very satisfied	Count	2	0	2	3		7
m	How satisfied are you with the food and beverage?	very dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	0,8%
		dissatisfied	Count	2	1	0	1	0	4
			% within What is your age?	8,0%	3,1%	0,0%	3,6%	0,0%	3,3%
		neutral	Count	6	8	2	6	0	22
			% within What is your age?	24,0%	25,0%	7,1%	21,4%	0,0%	18,3%
		satisfied	Count	10	13	14	13	2	52
Total	How satisfied are you with the food and beverage?	very satisfied	Count	7	10	12	8	4	41
			% within What is your age?	28,0%	31,2%	42,9%	28,6%	57,1%	34,2%
		Total	Count	25	32	28	28	7	120
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		very dissatisfied	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	0,7%
		dissatisfied	Count	4	1	0	1	0	6
Total	How satisfied are you with the food and beverage?	neutral	Count	11	14	4	6	0	35
			% within What is your age?	29,7%	34,1%	11,4%	18,2%	0,0%	22,9%
		satisfied	Count	13	18	17	15	2	63
			% within What is your age?	35,1%	39,0%	48,6%	45,5%	28,6%	41,2%
		very satisfied	Count	9	10	14	11	4	48
			% within What is your age?	24,3%	24,4%	40,0%	33,3%	57,1%	31,4%
		Total	Count	37	41	35	33	7	153
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,391	,141	2,667	,008
			How satisfied are you with the food and beverage? Dependent	,380	,137	2,667	,008
			What is your age? Dependent	,402	,147	2,667	,008
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,094	,081	1,147	,252
			How satisfied are you with the food and beverage? Dependent	,087	,078	1,147	,252
			What is your age? Dependent	,102	,088	1,147	,252
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,181	,070	2,571	,010
			How satisfied are you with the food and beverage? Dependent	,170	,068	2,571	,010
			What is your age? Dependent	,193	,075	2,571	,010

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the food and beverage? * What is your nationality? * What is your gender? Crosstabulation									
What is your gender? f What is your nationality?				How satisfied are you with the food and beverage?					
				very dissatisfied	dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied	Total
f	What is your nationality?	American	Count		0	0	0	1	1
		% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	
		Austria	Count		1	0	0	0	1
			% within What is your nationality?		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Belgium	Count		0	1	1	0	2
			% within What is your nationality?		0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
		Brazilian	Count		0	0	0	1	1
			% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		British	Count		0	6	1	2	9
			% within What is your nationality?		0,0%	66,7%	11,1%	22,2%	100,0%
		Bruneian	Count		0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Chinese	Count		0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Dutch	Count		0	3	3	1	7
			% within What is your nationality?		0,0%	42,9%	42,9%	14,3%	100,0%
		French	Count		0	0	1	1	2
			% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		German	Count		1	1	0	1	3
			% within What is your nationality?		33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	100,0%
		Poland	Count		0	1	0	0	1
			% within What is your nationality?		0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Polish	Count		0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Romanian	Count		0	1	0	0	1
% within What is your nationality?			0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%		

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
What is your gender?							
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,021	,156	,138	,890
			How satisfied are you with the food and beverage?	,019	,140	,138	,890
			Dependent				
			What is your nationality?	,024	,175	,138	,890
			Dependent				
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,264	,065	-4,011	,000
			How satisfied are you with the food and beverage?	-,238	,059	-4,011	,000
			Dependent				
			What is your nationality?	-,297	,073	-4,011	,000
			Dependent				
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,215	,061	-3,505	,000
			How satisfied are you with the food and beverage?	-,194	,055	-3,505	,000
			Dependent				
			What is your nationality?	-,240	,068	-3,505	,000
			Dependent				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the food and beverage? * What is your gender? Crosstabulation					
			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the food and beverage?	very dissatisfied	Count	0	1	
		% within What is your gender?	0,0%	0,8%	0,7%
	dissatisfied	Count	2	4	6
		% within What is your gender?	6,1%	3,3%	3,9%
	neutral	Count	13	22	35
		% within What is your gender?	39,4%	18,3%	22,9%
	satisfied	Count	11	52	63
		% within What is your gender?	33,3%	43,3%	41,2%
	very satisfied	Count	7	41	48
		% within What is your gender?	21,2%	34,2%	31,4%
Total	Count	33	120	153	
	% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%	

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		,164	,071	2,236	,025
		How satisfied are you with the food and beverage?		,246	,106	2,236	,025
		Dependent					
		What is your gender?		,123	,055	2,236	,025
		Dependent					

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
What is your gender?							
f	Ordinal by Ordinal	Somes' d	Symmetric	,391	,141	2,667	,008
			How satisfied are you with the food and beverage?	,380	,137	2,667	,008
			Dependent				
m	Ordinal by Ordinal	Somes' d	What is your age? Dependent	,402	,147	2,667	,008
			Symmetric	,094	,081	1,147	,252
			How satisfied are you with the food and beverage?	,087	,076	1,147	,252
			Dependent				
Total	Ordinal by Ordinal	Somes' d	What is your age? Dependent	,102	,088	1,147	,252
			Symmetric	,181	,070	2,571	,010
			How satisfied are you with the food and beverage?	,170	,066	2,571	,010
			Dependent				
			What is your age? Dependent	,193	,075	2,571	,010

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations			
		What is your age?	How satisfied are you with the food and beverage?
What is your age?	Pearson Correlation	1	,189 [*]
	Sig. (2-tailed)		,020
	N	157	153
How satisfied are you with the food and beverage?	Pearson Correlation	,189 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	,020	
	N	153	153

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tevredenheid comfort

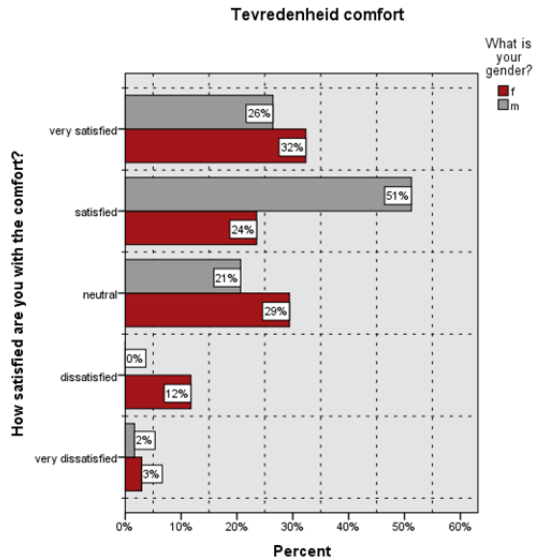
Statistics

How satisfied are you with the comfort?

N	Valid	155
	Missing	3
Mean		3,94
Median		4,00
Std. Deviation		,884
Percentiles	25	3,00
	50	4,00
	75	5,00

How satisfied are you with the comfort?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	very dissatisfied	3	1,9	1,9	1,9
	dissatisfied	4	2,5	2,6	4,5
	neutral	35	22,2	22,6	27,1
	satisfied	70	44,3	45,2	72,3
	very satisfied	43	27,2	27,7	100,0
Total		155	98,1	100,0	
Missing	System	3	1,9		
Total		158	100,0		



AFBEELDING 24 TEVREDENHEID COMFORT

How satisfied are you with the comfort? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation				What is your age?					Total
What is your gender?				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How satisfied are you with the comfort?	very dissatisfied	Count	0	1	0	0		1
			% within What is your age?	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%		2,9%
		dissatisfied	Count	1	2	0	1		4
			% within What is your age?	8,3%	22,2%	0,0%	16,7%		11,8%
		neutral	Count	4	3	2	1		10
			% within What is your age?	33,3%	33,3%	28,6%	16,7%		29,4%
	Total	satisfied	Count	3	1	3	1		8
			% within What is your age?	25,0%	11,1%	42,9%	16,7%		23,5%
		very satisfied	Count	4	2	2	3		11
			% within What is your age?	33,3%	22,2%	28,6%	50,0%		32,4%
			Count	12	9	7	6		34
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%
m	How satisfied are you with the comfort?	very dissatisfied	Count	0	1	0	0	1	2
			% within What is your age?	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	14,3%	1,7%
		neutral	Count	6	6	2	10	1	25
			% within What is your age?	23,1%	18,6%	7,1%	35,7%	14,3%	20,7%
		satisfied	Count	12	19	18	11	2	62
			% within What is your age?	40,2%	59,4%	64,3%	39,3%	28,6%	51,2%
	Total	very satisfied	Count	8	6	8	7	3	32
			% within What is your age?	30,8%	18,6%	28,6%	25,0%	42,9%	26,4%
			Count	26	32	28	28	7	121
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
			Count	0	2	0	0	1	3
Total	How satisfied are you with the comfort?	very dissatisfied	Count	0	2	0	0	1	3
			% within What is your age?	0,0%	4,9%	0,0%	0,0%	14,3%	1,9%
		dissatisfied	Count	1	2	0	1	0	4
			% within What is your age?	2,6%	4,9%	0,0%	2,9%	0,0%	2,6%
		neutral	Count	10	9	4	11	1	35
			% within What is your age?	26,3%	22,0%	11,4%	32,4%	14,3%	22,6%
	Total	satisfied	Count	15	20	21	12	2	70
			% within What is your age?	39,5%	48,6%	60,0%	35,3%	28,6%	45,2%
		very satisfied	Count	12	8	10	10	3	43
			% within What is your age?	31,6%	19,5%	28,6%	29,4%	42,9%	27,7%
			Count	38	41	35	34	7	155
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,068	,143	,478	,833
			How satisfied are you with the comfort? Dependent	,069	,143	,478	,833
	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,068	,142	,478	,833
			What is your age? Dependent	,068	,142	,478	,833
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,022	,087	-,255	,799
			How satisfied are you with the comfort? Dependent	-,020	,078	-,255	,799
	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,025	,087	-,255	,799
			What is your age? Dependent	-,025	,087	-,255	,799
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,020	,074	,271	,788
			How satisfied are you with the comfort? Dependent	,019	,069	,271	,788
	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,021	,079	,271	,788
			What is your age? Dependent	,021	,079	,271	,788

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the comfort? * What is your nationality? * What is your gender?

Crosstabulation

				How satisfied are you with the comfort?					Total
				very dissatisfi ed	dissatis fied	neutr al	satisf ied	very satisfied	
What is your gender?									
f	What is your nationality?	Ameri can	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100, 0%
		Austria	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	1 100, 0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100, 0%
		Belgiu m	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	1 50,0%	0 0,0%	1 50,0 %	0 0,0%	2 100, 0%
		Brazili an	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100, 0%
		British	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	4 44,4 %	2 22,2 %	3 33,3%	9 100, 0%
		Brunei an	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0 %	0 0,0%	1 100, 0%
		Chines e	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100, 0%
		Dutch	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	2 28,6 %	3 42,9 %	2 28,6%	7 100, 0%
		French	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	1 50,0 %	0 0,0%	1 50,0%	2 100, 0%
		Germa n	Count % within What is your nationality?	1 33,3%	1 33,3%	0 0,0%	0 0,0%	1 33,3%	3 100, 0%
		Irish	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100, 0%

m	What is your nationality?	Poland	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Polish	Count	0	1	0	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Romanian	Count	0	0	1	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		South-African	Count	0	0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Swiss	Count	0	0	1	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Total	Count	1	4	10	8	11	34
			% within What is your nationality?	2,9%	11,8%	29,4%	23,5%	32,4%	100,0%
		American	Count	0		0	2	0	2
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		American	Count	0		0	7	7	14
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		Australian	Count	0		1	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%		100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Belgian	Count	0		0	2	0	2
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Brazilian	Count	0		0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		British	Count	0		11	16	10	37
			% within What is your nationality?	0,0%		29,7%	43,2%	27,0%	100,0%
		Bruneian	Count	0		0	1	1	2
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		Canadian	Count	0		1	2	1	4
			% within What is your nationality?	0,0%		25,0%	50,0%	25,0%	100,0%

Chinese	Count	0	2	0	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Danish	Count	0	1	0	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dutch	Count	1	5	17	6	29
	% within What is your nationality?	3,4%	17,2%	58,6%	20,7%	100,0%
Egyptian	Count	0	0	2	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
Emirates	Count	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Finnish	Count	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
French	Count	0	1	1	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
German	Count	0	2	3	0	5
	% within What is your nationality?	0,0%	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
Malaysian	Count	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Nigerian	Count	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Norwegian	Count	0	1	1	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Omani	Count	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Polish	Count	1	0	0	0	1
	% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Russian	Count	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Spanish	Count	0	0	1	0	1

To tal	What is your nationality?	h	% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	100,0 %	0,0%	100, 0%
		Swedis	Count	0		0	0	1	1
		h	% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	0,0%	100,0%	100, 0%
		Swiss	Count	0		0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	100,0 %	0,0%	100, 0%
		Total	Count	2		25	62	32	121
			% within What is your nationality?	1,7%		20,7 %	51,2 %	26,4%	100, 0%
			Count	0	0	0	2	0	2
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0 %	0,0%	100, 0%
		Ameri	Count	0	0	0	7	8	15
		can	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	46,7 %	53,3%	100, 0%
		Austral	Count	0	0	1	0	0	1
		ian	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100, 0%	0,0%	0,0%	100, 0%
		Austria	Count	0	0	1	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100, 0%	0,0%	0,0%	100, 0%
		Belgiu	Count	0	1	0	3	0	4
		m	% within What is your nationality?	0,0%	25,0%	0,0%	75,0 %	0,0%	100, 0%
		Brazili	Count	0	0	0	1	1	2
		an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0 %	50,0%	100, 0%
		British	Count	0	0	15	18	13	46
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	32,6 %	39,1 %	28,3%	100, 0%
		Brunei	Count	0	0	0	2	1	3
		an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	66,7 %	33,3%	100, 0%
		Canadi	Count	0	0	1	2	1	4
		an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	25,0 %	50,0 %	25,0%	100, 0%
		Chines	Count	0	0	2	0	1	3
		e	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	66,7 %	0,0%	33,3%	100, 0%

Danish	Count	0	0	1	0	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Dutch	Count	1	0	7	20	8	36
	% within What is your nationality?	2,8%	0,0%	19,4%	55,6%	22,2%	100,0%
Egyptian	Count	0	0	0	2	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
Emirates	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Finnish	Count	0	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
French	Count	0	0	2	1	2	5
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	40,0%	20,0%	40,0%	100,0%
German	Count	1	1	2	3	1	8
	% within What is your nationality?	12,5%	12,5%	25,0%	37,5%	12,5%	100,0%
Irish	Count	0	1	0	0	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Malaysian	Count	0	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Nigerian	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Norwegian	Count	0	0	1	1	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Omani	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Poland	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Polish	Count	1	1	0	0	0	2

		% within What is your nationality?	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Romanian	Count	0	0	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Russian	Count	0	0	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	South-African	Count	0	0	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Spanish	Count	0	0	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Swedish	Count	0	0	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Swiss	Count	0	0	1	1	0	2
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
		Count	3	4	35	70	43	155
		% within What is your nationality?	1,9%	2,6%	22,6%	45,2%	27,7%	100,0%

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,156	,139	-1,108	,268
			How satisfied are you with the comfort? Dependent	-,144	,130	-1,108	,268
			What is your nationality? Dependent	-,169	,151	-1,108	,268
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,087	,071	-,934	,350
			How satisfied are you with the comfort? Dependent	-,059	,063	-,934	,350
			What is your nationality? Dependent	-,078	,063	-,934	,350
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,097	,066	-1,467	,142
			How satisfied are you with the comfort? Dependent	-,087	,059	-1,467	,142
			What is your nationality? Dependent	-,110	,074	-1,467	,142

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations					
		What is your age?	How satisfied are you with the comfort?		
What is your age?	Pearson Correlation	1	,012		
	Sig. (2-tailed)		,881		
	N	157	155		
How satisfied are you with the comfort?	Pearson Correlation	,012	1		
	Sig. (2-tailed)	,881			
	N	155	155		

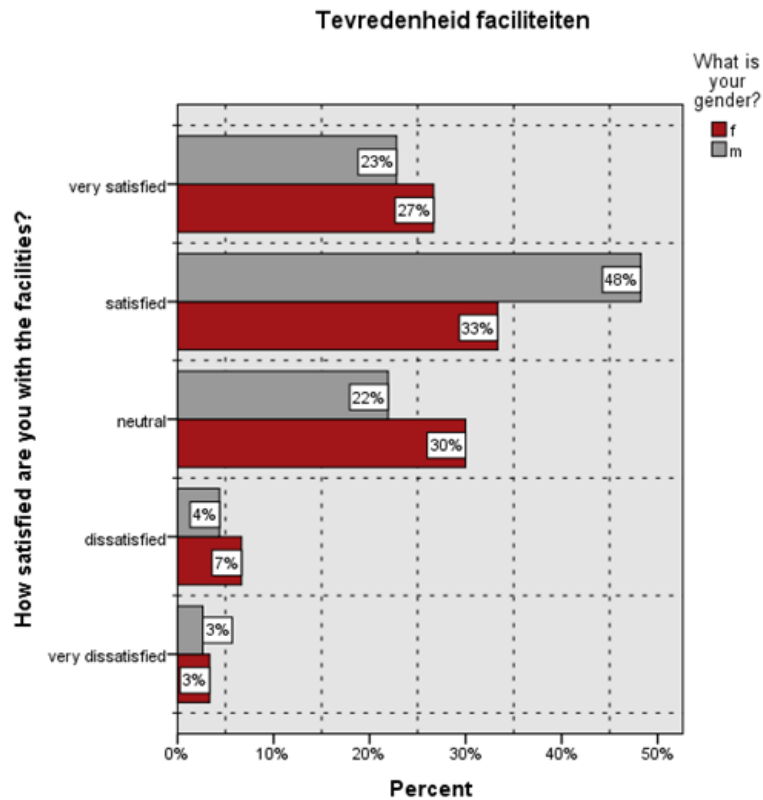
Tevredenheidsbeoordeling faciliteiten

Statistics

How satisfied are you with the facilities?

N	Valid	144
	Missing	14
Mean		3,82
Median		4,00
Std. Deviation		,944
Percentiles	25	3,00
	50	4,00
	75	4,00

How satisfied are you with the facilities?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	very dissatisfied	4	2,5	2,8	2,8
	dissatisfied	7	4,4	4,9	7,8
	neutral	34	21,5	23,8	31,3
	satisfied	65	41,1	45,1	76,4
	very satisfied	34	21,5	23,8	100,0
Total		144	91,1	100,0	
Missing	no opinion	9	5,7		
	System	5	3,2		
	Total	14	8,9		
Total		158	100,0		



AFBEELDING 25 TEVREDENHEID FACILITEITEN

How satisfied are you with the facilities? * What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the facilities?	very dissatisfied	Count	1	3	4
		% within What is your gender?	3,3%	2,8%	2,8%
	dissatisfied	Count	2	5	7
		% within What is your gender?	6,7%	4,4%	4,9%
	neutral	Count	9	25	34
		% within What is your gender?	30,0%	21,9%	23,6%
	satisfied	Count	10	55	65
		% within What is your gender?	33,3%	48,2%	45,1%
	very satisfied	Count	8	26	34
		% within What is your gender?	26,7%	22,8%	23,6%
Total	Count		30	114	144
	% within What is your gender?		100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,038	,078	,488	,625
		How satisfied are you with the facilities? Dependent	,058	,120	,488	,625
		What is your gender? Dependent	,028	,058	,488	,625

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the facilities? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation												
What is your gender?				What is your age?					Total			
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older				
f	How satisfied are you with the facilities?	very dissatisfied	Count	0	1	0	0		1			
			% within What is your age?	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%		3,3%			
		dissatisfied	Count	0	2	0	0		2			
			% within What is your age?	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%		6,7%			
		neutral	Count	5	1	2	1		9			
			% within What is your age?	41,7%	12,5%	40,0%	20,0%		30,0%			
		satisfied	Count	3	4	2	1		10			
			% within What is your age?	25,0%	50,0%	40,0%	20,0%		33,3%			
		very satisfied	Count	4	0	1	3		8			
			% within What is your age?	33,3%	0,0%	20,0%	60,0%		26,7%			
Total		Count	12	8	5	5		30				
		% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%				
m	How satisfied are you with the facilities?	very dissatisfied	Count	0	1	0	1	1	3			
			% within What is your age?	0,0%	3,1%	0,0%	3,8%	16,7%	2,6%			
		dissatisfied	Count	3	1	0	1	0	5			
			% within What is your age?	13,0%	3,1%	0,0%	3,8%	0,0%	4,4%			
		neutral	Count	5	7	4	8	1	25			
			% within What is your age?	21,7%	21,9%	14,8%	30,8%	16,7%	21,9%			
		satisfied	Count	11	14	18	10	2	55			
			% within What is your age?	47,8%	43,8%	66,7%	38,5%	33,3%	48,2%			
		very satisfied	Count	4	9	5	6	2	26			
			% within What is your age?	17,4%	28,1%	18,8%	23,1%	33,3%	22,8%			
Total		Count	23	32	27	26	6	114				
		% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%				
Total	How satisfied are you with the facilities?	very dissatisfied	Count	0	2	0	1	1	4			
			% within What is your age?	0,0%	5,0%	0,0%	3,2%	16,7%	2,8%			
		dissatisfied	Count	3	3	0	1	0	7			
			% within What is your age?	8,6%	7,5%	0,0%	3,2%	0,0%	4,9%			
		neutral	Count	10	8	6	9	1	34			
			% within What is your age?	28,6%	20,0%	18,8%	29,0%	16,7%	23,6%			
		satisfied	Count	14	18	20	11	2	65			
			% within What is your age?	40,0%	45,0%	62,5%	35,5%	33,3%	45,1%			
		very satisfied	Count	8	9	6	9	2	34			
			% within What is your age?	22,9%	22,5%	18,8%	29,0%	33,3%	23,6%			
Total		Count	35	40	32	31	6	144				
		% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%				

Directional Measures						Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
What is your gender?									
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		,080	,162	,496	,620	
			How satisfied are you with the facilities? Dependent		,081	,162	,496	,620	
			What is your age? Dependent		,080	,162	,496	,620	
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		,014	,088	,162	,871	
			How satisfied are you with the facilities? Dependent		,013	,080	,162	,871	
			What is your age? Dependent		,015	,093	,162	,871	
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		,048	,075	,841	,521	
			How satisfied are you with the facilities? Dependent		,045	,071	,841	,521	
			What is your age? Dependent		,051	,080	,841	,521	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Symmetric Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Interval by Interval	Pearson's R		,140	,162	,750	,459 ^c
	Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation		,093	,191	,495	,624 ^c
	N of Valid Cases			30			
m	Interval by Interval	Pearson's R		-,003	,108	-,027	,978 ^c
	Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation		,018	,100	,192	,848 ^c
	N of Valid Cases			114			
Total	Interval by Interval	Pearson's R		,037	,092	,437	,663 ^c
	Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation		,057	,088	,844	,495 ^c
	N of Valid Cases			144			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

How satisfied are you with the facilities? * What is your nationality? * What is your gender?

Crosstabulation

				How satisfied are you with the facilities?					Total
				very dissatisfi ed	dissatis fied	neutr al	satisf ied	very satisfied	
What is your gender?									
f	What is your nationality?	Ameri can	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100, 0%
		Austria	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0 %	0 0,0%	1 100, 0%
		Belgiu m	Count % within What is your nationality?	1 50,0%	1 50,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 100, 0%
		Brazili an	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100, 0%
		British	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	2 25,0 %	4 50,0 %	2 25,0%	8 100, 0%
		Brunei an	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	1 100, 0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100, 0%
		Chines e	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0 %	0 0,0%	1 100, 0%
		Dutch	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	4 66,7 %	1 16,7 %	1 16,7%	6 100, 0%
		French	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 50,0 %	1 50,0%	2 100, 0%
		Germa n	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	1 50,0 %	0 0,0%	1 50,0%	2 100, 0%
		Poland	Count % within What is your nationality?	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0 %	0 0,0%	1 100, 0%

m	What is your nationality?	Polish	Count	0	1	0	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Romanian	Count	0	0	1	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		South-African	Count	0	0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Swiss	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Total	Count	1	2	9	10	8	30
			% within What is your nationality?	3,3%	6,7%	30,0%	33,3%	26,7%	100,0%
			Count	0	0	1	0	1	2
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
		American	Count	0	1	1	8	3	13
			% within What is your nationality?	0,0%	7,7%	7,7%	61,5%	23,1%	100,0%
		Australian	Count	0	0	1	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Belgium	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Brazilian	Count	0	0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		British	Count	1	1	10	15	8	35
			% within What is your nationality?	2,9%	2,9%	28,6%	42,9%	22,9%	100,0%
		Bruneian	Count	0	0	0	2	0	2
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Canadian	Count	0	0	1	0	3	4
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	75,0%	100,0%
		Chinese	Count	0	0	1	1	0	2
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%

Danish	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dutch	Count	1	2	7	13	4	27
	% within What is your nationality?	3,7%	7,4%	25,9%	48,1%	14,8%	100,0%
Egyptian	Count	0	0	0	1	2	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
Emirates	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Finnish	Count	0	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
French	Count	0	1	0	1	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	100,0%
German	Count	0	0	1	4	0	5
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%	0,0%	100,0%
Malaysian	Count	0	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Norwegian	Count	0	0	2	0	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	100,0%
Omani	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Polish	Count	1	0	0	0	0	1
	% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Russian	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Spanish	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Swedish	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Swiss	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%

			% within What is				100,0		100,
			your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	%	0,0%	0%
Total			Count	3	5	25	55	26	114
			% within What is	2,6%	4,4%	21,9	48,2	22,8%	100,
To	What is your		your nationality?			%	%		0%
			Count	0	0	1	0	1	2
tal	nationality?		% within What is	0,0%	0,0%	50,0	0,0%	50,0%	100,
			your nationality?			%			0%
		Ameri	Count	0	1	1	8	4	14
			can						
			% within What is	0,0%	7,1%	7,1%	57,1	28,6%	100,
			your nationality?				%		0%
		Austral	Count	0	0	1	0	0	1
			ian						
			% within What is	0,0%	0,0%	100,	0,0%	0,0%	100,
			your nationality?			0%			0%
		Austria	Count	0	0	0	1	0	1
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,
			your nationality?				%		0%
		Belgiu	Count	1	1	0	0	1	3
			m						
			% within What is	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	100,
			your nationality?						0%
		Brazili	Count	0	0	0	1	1	2
			an						
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	50,0	50,0%	100,
			your nationality?				%		0%
		British	Count	1	1	12	19	10	43
			% within What is	2,3%	2,3%	27,9	44,2	23,3%	100,
			your nationality?			%	%		0%
		Brunei	Count	0	0	1	2	0	3
			an						
			% within What is	0,0%	0,0%	33,3	66,7	0,0%	100,
			your nationality?			%	%		0%
		Canadi	Count	0	0	1	0	3	4
			an						
			% within What is	0,0%	0,0%	25,0	0,0%	75,0%	100,
			your nationality?			%			0%
		Chines	Count	0	0	1	2	0	3
			e						
			% within What is	0,0%	0,0%	33,3	66,7	0,0%	100,
			your nationality?			%	%		0%
		Danish	Count	0	0	0	1	0	1
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,
			your nationality?				%		0%
		Dutch	Count	1	2	11	14	5	33

	% within What is your nationality?	3,0%	6,1%	33,3%	42,4%	15,2%	100,0%
Egyptian	Count	0	0	0	1	2	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
Emirates	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Finnish	Count	0	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
French	Count	0	1	0	2	2	5
	% within What is your nationality?	0,0%	20,0%	0,0%	40,0%	40,0%	100,0%
German	Count	0	0	2	4	1	7
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	28,6%	57,1%	14,3%	100,0%
Malaysian	Count	0	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Norwegian	Count	0	0	2	0	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	100,0%
Omani	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Poland	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Polish	Count	1	1	0	0	0	2
	% within What is your nationality?	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Romanian	Count	0	0	1	0	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Russian	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
South-	Count	0	0	0	1	0	1

Total	African	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Spanish	Count	0	0	0	1	0	1
	Spanish	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Swedish	Count	0	0	0	1	0	1
	Swedish	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Swiss	Count	0	0	0	1	1	2
Total		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		Count	4	7	34	65	34	144
		% within What is your nationality?	2,8%	4,9%	23,6%	45,1%	23,6%	100,0%

Directional Measures					Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
What is your gender?								
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		-,014	,172	-,082	,935
			How satisfied are you with the facilities? Dependent		-,013	,157	-,082	,935
			What is your nationality? Dependent		-,015	,189	-,082	,935
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		-,028	,074	-,375	,708
			How satisfied are you with the facilities? Dependent		-,025	,067	-,375	,708
			What is your nationality? Dependent		-,031	,083	-,375	,708
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric		-,029	,068	-,424	,672
			How satisfied are you with the facilities? Dependent		-,026	,062	-,424	,672
			What is your nationality? Dependent		-,032	,076	-,424	,672

a. Not assuming the null hypothesis.

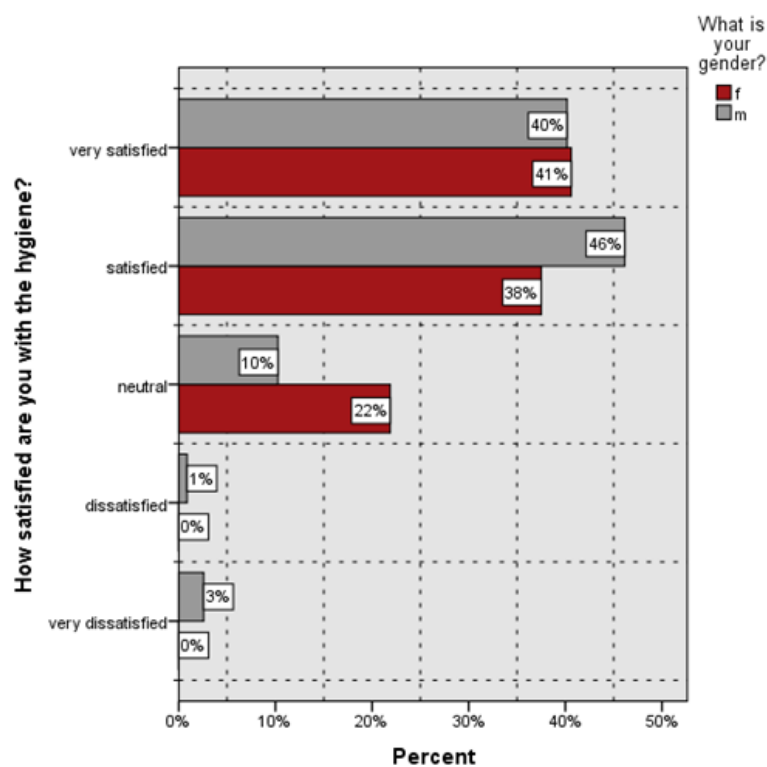
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations			
		What is your age?	How satisfied are you with the facilities?
What is your age?	Pearson Correlation	1	,037
	Sig. (2-tailed)		,863
	N	157	144
How satisfied are you with the facilities?	Pearson Correlation	,037	1
	Sig. (2-tailed)	,863	
	N	144	144

Tevredenheid hygiëne

Statistics			How satisfied are you with the hygiene?			
How satisfied are you with the hygiene?				Frequency	Percent	Cumulative Percent
N	Valid	149	Valid very dissatisfied	3	1,9	2,0
	Missing	9	dissatisfied	1	,6	2,7
Mean		4,20	neutral	19	12,0	15,4
Median		4,00	satisfied	66	41,8	59,7
Std. Deviation		,838	very satisfied	60	38,0	100,0
Percentiles	25	4,00	Total	149	94,3	100,0
	50	4,00	Missing no opinion	4	2,5	
	75	5,00	System	5	3,2	
			Total	9	5,7	
			Total	158	100,0	

Tevredenheid hygiëne



AFBEELDING 26 TEVREDENHEID HYGIËNE

How satisfied are you with the hygiene? * What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the hygiene?	very dissatisfied	Count	0	3	3
		% within What is your gender?	0,0%	2,6%	2,0%
	dissatisfied	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	0,9%	0,7%
	neutral	Count	7	12	19
		% within What is your gender?	21,9%	10,3%	12,8%
	satisfied	Count	12	54	66
		% within What is your gender?	37,5%	46,2%	44,3%
	very satisfied	Count	13	47	60
		% within What is your gender?	40,6%	40,2%	40,3%
	Total	Count	32	117	149
		% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,028	,077	,341	,733
		How satisfied are you with the hygiene? Dependent	,038	,110	,341	,733
		What is your gender? Dependent	,020	,080	,341	,733

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the hygiene? * What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the hygiene?	very dissatisfied	Count	0	3	3
		% within What is your gender?	0,0%	2,6%	2,0%
	dissatisfied	Count	0	1	1
		% within What is your gender?	0,0%	0,9%	0,7%
	neutral	Count	7	12	19
		% within What is your gender?	21,9%	10,3%	12,8%
	satisfied	Count	12	54	66
		% within What is your gender?	37,5%	46,2%	44,3%
	very satisfied	Count	13	47	60
		% within What is your gender?	40,6%	40,2%	40,3%
	Total	Count	32	117	149
		% within What is your gender?	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,026	,077	,341	,733
		How satisfied are you with the hygiene? Dependent	,038	,110	,341	,733
		What is your gender? Dependent	,020	,060	,341	,733

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
What is your gender?							
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,117	,133	-,878	,380
			How satisfied are you with the hygiene? Dependent	-,110	,127	-,878	,380
			What is your age? Dependent	-,124	,141	-,878	,380
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,031	,087	,354	,724
			How satisfied are you with the hygiene? Dependent	,028	,078	,354	,724
			What is your age? Dependent	,035	,098	,354	,724
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,009	,073	,122	,903
			How satisfied are you with the hygiene? Dependent	,008	,066	,122	,903
			What is your age? Dependent	,010	,082	,122	,903

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the hygiene? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation									
What is your gender?				What is your age?					Total
				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How satisfied are you with the hygiene?	neutral	Count	1	4	1	1		7
			% within What is your age?	8,3%	50,0%	16,7%	16,7%		21,9%
		satisfied	Count	5	1	3	3		12
			% within What is your age?	41,7%	12,5%	50,0%	50,0%		37,6%
		very satisfied	Count	6	3	2	2		13
			% within What is your age?	50,0%	37,5%	33,3%	33,3%		40,6%
	Total		Count	12	8	6	6		32
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%
		very dissatisfied	Count	0	2	0	0	1	3
			% within What is your age?	0,0%	6,9%	0,0%	0,0%	14,3%	2,6%
m	How satisfied are you with the hygiene?	dissatisfied	Count	1	0	0	0	0	1
			% within What is your age?	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%
		neutral	Count	6	3	0	2	1	12
			% within What is your age?	24,0%	10,3%	0,0%	7,1%	14,3%	10,3%
		satisfied	Count	8	11	17	16	2	54
			% within What is your age?	32,0%	37,9%	60,7%	57,1%	28,6%	46,2%
	Total	very satisfied	Count	10	13	11	10	3	47
			% within What is your age?	40,0%	44,6%	39,3%	35,7%	42,9%	40,2%
			Count	25	29	28	28	7	117
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total	How satisfied are you with the hygiene?	very dissatisfied	Count	0	2	0	0	1	3
			% within What is your age?	0,0%	5,4%	0,0%	0,0%	14,3%	2,0%
		dissatisfied	Count	1	0	0	0	0	1
			% within What is your age?	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
		neutral	Count	7	7	1	3	1	19
			% within What is your age?	18,9%	18,9%	2,9%	8,6%	14,3%	12,8%
	Total	satisfied	Count	13	12	20	19	2	66
			% within What is your age?	35,1%	32,4%	58,8%	55,9%	28,6%	44,3%
		very satisfied	Count	16	16	13	12	3	60
			% within What is your age?	43,2%	43,2%	38,2%	35,3%	42,9%	40,3%
			Count	37	37	34	34	7	149
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Correlations		What is your age?	How satisfied are you with the hygiene?
What is your age?	Pearson Correlation	1	,018
	Sig. (2-tailed)		,830
	N	157	149
How satisfied are you with the hygiene?	Pearson Correlation	,018	1
	Sig. (2-tailed)	,830	
	N	149	149

Tevredenheid parkeergelegenheid

Statistics

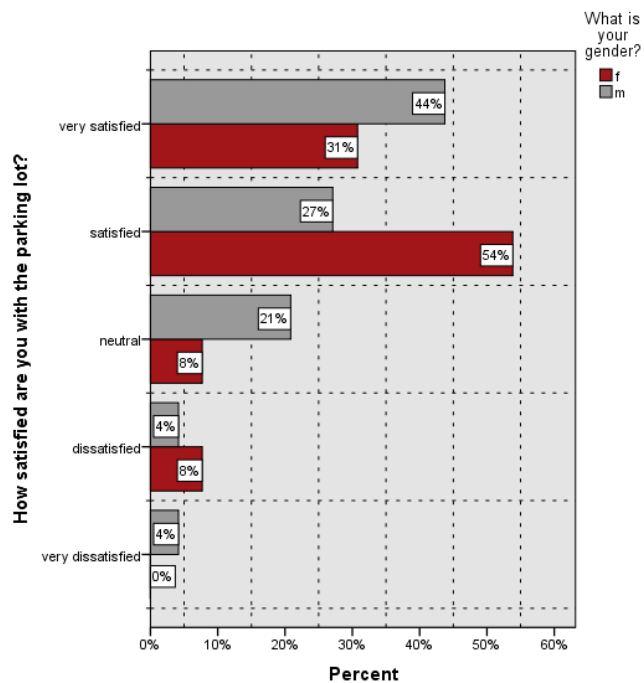
How satisfied are you with the parking lot?

N	Valid	61
	Missing	97
Mean		4,03
Median		4,00
Std. Deviation		1,048
Percentiles	25	3,00
	50	4,00
	75	5,00

How satisfied are you with the parking lot?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
very dissatisfied	2	1,3	3,3	3,3
dissatisfied	3	1,9	4,9	8,2
neutral	11	7,0	18,0	26,2
satisfied	20	12,7	32,8	59,0
very satisfied	25	15,8	41,0	100,0
Total	61	38,6	100,0	
Missing				
no opinion	89	56,3		
System	8	5,1		
Total	97	61,4		
Total	158	100,0		

Tevredenheid parkeergelegenheid



AFBEELDING 27 TEVREDENHEID PARKEERGELEGENHEID

How satisfied are you with the parking lot? * What is your gender? Crosstabulation

			What is your gender?		Total
			f	m	
How satisfied are you with the parking lot?	very dissatisfied	Count	0	2	2
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	100,0%	100,0%
	dissatisfied	Count	1	2	3
		% within How satisfied are you with the parking lot?	33,3%	66,7%	100,0%
	neutral	Count	1	10	11
		% within How satisfied are you with the parking lot?	9,1%	90,9%	100,0%
	satisfied	Count	7	13	20
		% within How satisfied are you with the parking lot?	35,0%	65,0%	100,0%
	very satisfied	Count	4	21	25
		% within How satisfied are you with the parking lot?	16,0%	84,0%	100,0%
Total	Count		13	48	61
	% within How satisfied are you with the parking lot?		21,3%	78,7%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,014	,101	,135	,893
		How satisfied are you with the parking lot? Dependent	,021	,154	,135	,893
		What is your gender? Dependent	,010	,075	,135	,893

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the parking lot? * What is your age? * What is your gender? Crosstabulation				What is your age?					Total
What is your gender?				21-30	31-40	41-50	51-60	60 and older	
f	How satisfied are you with the parking lot?	dissatisfied	Count	1	0	0	0		1
			% within What is your age?	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%		7,7%
		neutral	Count	0	0	1	0		1
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%		7,7%
		satisfied	Count	3	2	1	1		7
			% within What is your age?	50,0%	100,0%	33,3%	50,0%		53,8%
		very satisfied	Count	2	0	1	1		4
			% within What is your age?	33,3%	0,0%	33,3%	50,0%		30,8%
		Total	Count	6	2	3	2		13
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		100,0%
m	How satisfied are you with the parking lot?	very dissatisfied	Count	0	1	0	0	1	2
			% within What is your age?	0,0%	8,3%	0,0%	0,0%	16,7%	4,2%
		dissatisfied	Count	0	0	0	1	1	2
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	16,7%	4,2%
		neutral	Count	2	2	1	5	0	10
			% within What is your age?	28,6%	16,7%	12,5%	33,3%	0,0%	20,8%
		satisfied	Count	3	5	3	2	0	13
			% within What is your age?	42,9%	41,7%	37,5%	13,3%	0,0%	27,1%
		very satisfied	Count	2	4	4	7	4	21
			% within What is your age?	28,6%	33,3%	50,0%	46,7%	66,7%	43,8%
		Total	Count	7	12	8	15	6	48
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total	How satisfied are you with the parking lot?	very dissatisfied	Count	0	1	0	0	1	2
			% within What is your age?	0,0%	7,1%	0,0%	0,0%	16,7%	3,3%
		dissatisfied	Count	1	0	0	1	1	3
			% within What is your age?	7,7%	0,0%	0,0%	5,9%	16,7%	4,9%
		neutral	Count	2	2	2	5	0	11
			% within What is your age?	15,4%	14,3%	18,2%	29,4%	0,0%	18,0%
		satisfied	Count	6	7	4	3	0	20
			% within What is your age?	46,2%	50,0%	36,4%	17,6%	0,0%	32,8%
		very satisfied	Count	4	4	5	8	4	25
			% within What is your age?	30,8%	28,6%	45,5%	47,1%	66,7%	41,0%
		Total	Count	13	14	11	17	6	61
			% within What is your age?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,073	,260	,281	,779
			How satisfied are you with the parking lot? Dependent	,069	,245	,281	,779
			What is your age? Dependent	,078	,278	,281	,779
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,053	,135	,397	,692
			How satisfied are you with the parking lot? Dependent	,050	,127	,397	,692
			What is your age? Dependent	,057	,144	,397	,692
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,064	,120	,536	,592
			How satisfied are you with the parking lot? Dependent	,060	,113	,536	,592
			What is your age? Dependent	,069	,129	,536	,592

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

How satisfied are you with the parking lot? * What is your nationality? Crosstabulation						
		How satisfied are you with the parking lot?				
		very dissatisfied	dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied
What is your nationality?	Count	0	0	0	0	1
	% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%
Total		0	0	0	0	1

American	Americ	Count	0	0	1	1	3	5
	an	% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	9,1%	5,0%	12,0%	8,2%
Austrian	Austria	Count	0	0	0	0	1	1
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	1,6%
Belgian	Belgiu	Count	0	0	1	1	0	2
	m	% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	9,1%	5,0%	0,0%	3,3%
Brazilian	Brazili	Count	0	0	0	0	1	1
	an	% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	1,6%
British	British	Count	0	0	3	4	6	13
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	27,3%	20,0%	24,0%	21,3%
Bruneian	Brunei	Count	0	0	0	1	0	1
	an	% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	1,6%
Canadian	Canadi	Count	0	0	0	0	1	1
	an	% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	1,6%
Dutch	Dutch	Count	1	2	5	5	8	21
		% within How satisfied are you with the parking lot?	50,0%	66,7%	45,5%	25,0%	32,0%	34,4%
Egyptian	Egyptia	Count	0	0	0	0	2	2
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	1,6%

	n	% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,0%	3,3%
	Finnish	Count	0	0	0	1	0	1
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	1,6%
	French	Count	0	0	0	1	0	1
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	1,6%
	German	Count	1	1	1	3	0	6
		% within How satisfied are you with the parking lot?	50,0%	33,3%	9,1%	15,0%	0,0%	9,8%
	Poland	Count	0	0	0	1	0	1
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	1,6%
	Romanian	Count	0	0	0	1	0	1
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	1,6%
	South-Afri	Count	0	0	0	0	1	1
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	1,6%
	Spanish	Count	0	0	0	1	0	1
		% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	1,6%
	Swiss	Count	0	0	0	0	1	1

Total	% within How satisfied are you with the parking lot?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	1,6%
	Count	2	3	11	20	25	61
	% within How satisfied are you with the parking lot?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,155	,096	-1,615	,108
		How satisfied are you with the parking lot? Dependent	-,143	,088	-1,615	,108
		What is your nationality? Dependent	-,169	,104	-1,615	,108

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

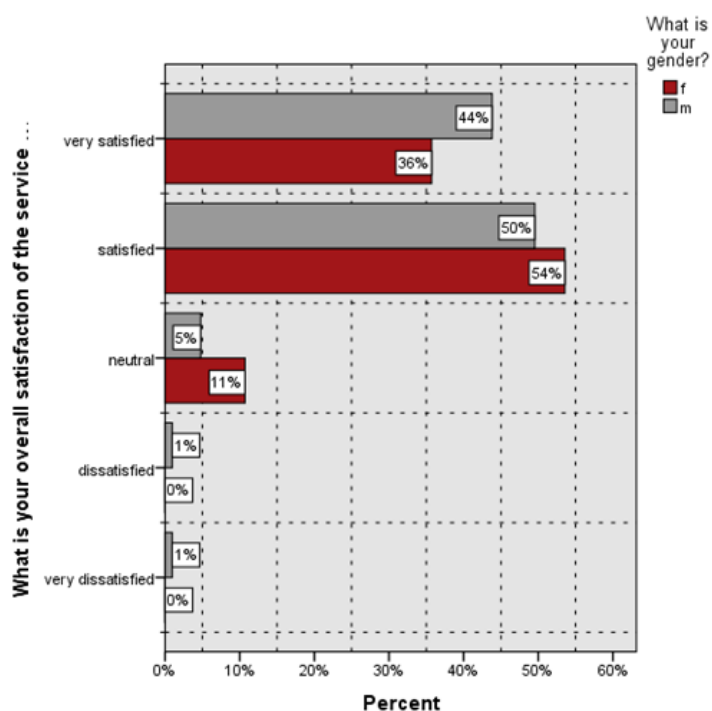
Correlations

		What is your age?	How satisfied are you with the parking lot?
What is your age?	Pearson Correlation	1	,004
	Sig. (2-tailed)		,974
	N	157	61
How satisfied are you with the parking lot?	Pearson Correlation	,004	1
	Sig. (2-tailed)	,974	
	N	61	61

Totaalbeoordeling van verblijf tegenover beoordelingen per deelaspect

Statistics			What is your overall satisfaction of the service delivery?				
What is your overall satisfaction of the service delivery?				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	Valid	133	Valid very dissatisfied	1	,8	,8	,8
	Missing	25	dissatisfied	1	,8	,8	1,5
Mean		4,32	neutral	8	5,1	6,0	7,5
Median		4,00	satisfied	67	42,4	50,4	57,9
Std. Deviation		,691	very satisfied	56	35,4	42,1	100,0
Percentiles	25	4,00	Total	133	84,2	100,0	
	50	4,00	Missing no opinion	8	5,1		
	75	5,00	System	17	10,8		
			Total	25	15,8		
			Total	158	100,0		

Totaalbeoordeling service delivery



AFBEELDING 28 TOTAALBEOORDELING TEVREDENHEID SERVICE DELIVERY

What is your nationality? * What is your overall satisfaction of the service delivery? * What is your gender?

				Crosstabulation				
				What is your overall satisfaction of the service delivery?				
				very dissatisfied	dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied
What is your gender?								Total
f	What is your	Ameri	Count			0	0	1
								1

nationality?	can	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Austria	Count	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Belgium	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Brazilian	Count	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	British	Count	0	4	5	9
		% within What is your nationality?	0,0%	44,4%	55,6%	100,0%
	Brunei	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Chinese	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Dutch	Count	0	5	1	6
		% within What is your nationality?	0,0%	83,3%	16,7%	100,0%
	French	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	German	Count	0	2	1	3
		% within What is your nationality?	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
	Irish	Count	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Polish	Count	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Romanian	Count	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	3	15	10	28

m	What is your nationality?	% within What is your nationality?			10,7	53,6		100,
		Count	0	0	1	0	35,7%	0%
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Ameri	0	0	1	5	5	11
can		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	9,1%	45,5	45,5%	100,0%
		Austral	0	0	0	1	0	1
ian		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,0%
		Belgiu	0	0	0	2	0	2
m		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,0%
		Brazili	0	0	0	0	1	1
an		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		British	0	0	1	13	18	32
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	3,1%	40,6	56,2%	100,0%
		Brunei	0	0	0	2	0	2
an		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,0%
		Canadi	0	0	0	0	4	4
an		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Chines	0	0	0	1	1	2
e		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0	50,0%	100,0%
		Danish	0	0	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,0%
		Dutch	1	0	0	14	12	27
		% within What is your nationality?	3,7%	0,0%	0,0%	51,9	44,4%	100,0%
		Egypti	0	0	1	1	1	3
an		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	33,3	33,3	33,3%	100,0%
		Finnis	0	0	0	1	1	2
h		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0	50,0%	100,0%
		French	0	0	0	2	1	3

			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	66,7	33,3%	100,
			your nationality?				%		0%
		German	Count	0	0	1	3	0	4
			% within What is	0,0%	0,0%	25,0	75,0	0,0%	100,
		Malaysian	Count	0	0	0	2	0	2
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,
		Nigerian	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,
		Norwegian	Count	0	0	0	2	0	2
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,
		Omani	Count	0	0	0	0	1	1
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,
		Polish	Count	0	1	0	0	0	1
			% within What is	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,
		Russian	Count	0	0	0	1	0	1
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,
		Spanish	Count	0	0	0	1	0	1
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,
	Total		Count	1	1	5	52	46	105
			% within What is	1,0%	1,0%	4,8%	49,5	43,8%	100,
	To What is your	nationality?	Count	0	0	1	0	0	1
			% within What is	0,0%	0,0%	100,	0,0%	0,0%	100,
		American	Count	0	0	1	5	6	12
			% within What is	0,0%	0,0%	8,3%	41,7	50,0%	100,
		Austrian	Count	0	0	0	1	0	1
			% within What is	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,
		Austria	Count	0	0	1	0	0	1
			% within What is	0,0%	0,0%	100,	0,0%	0,0%	100,
		Belgian	Count	0	0	0	3	0	3
			% within What is						

m	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Brazili	Count	0	0	0	0	2	2
an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
British	Count	0	0	1	17	23	41
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	2,4%	41,5%	56,1%	100,0%
Brunei	Count	0	0	0	3	0	3
an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Canadi	Count	0	0	0	0	4	4
an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Chines	Count	0	0	0	2	1	3
e	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
Danish	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dutch	Count	1	0	0	19	13	33
	% within What is your nationality?	3,0%	0,0%	0,0%	57,6%	39,4%	100,0%
Egypti	Count	0	0	1	1	1	3
an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Finnis	Count	0	0	0	1	1	2
h	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
French	Count	0	0	0	3	1	4
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	75,0%	25,0%	100,0%
Germa	Count	0	0	1	5	1	7
n	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	14,3%	71,4%	14,3%	100,0%
Irish	Count	0	0	1	0	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Malays	Count	0	0	0	2	0	2

	ian	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Nigeri	Count	0	0	0	0	1	1
	an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Norwe	Count	0	0	0	2	0	2
	gian	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Omani	Count	0	0	0	0	1	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Polish	Count	0	1	0	0	1	2
		% within What is your nationality?	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	Roman	Count	0	0	1	0	0	1
	ian	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Russia	Count	0	0	0	1	0	1
	n	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Spanis	Count	0	0	0	1	0	1
	h	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	1	1	8	67	56	133
		% within What is your nationality?	0,8%	0,8%	6,0%	50,4%	42,1%	100,0%

Directional Measures

What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.240	.197	-1,216	.224
			What is your nationality? Dependent	-.293	.239	-1,216	.224
			What is your overall satisfaction of the service delivery? Dependent	-.204	.168	-1,216	.224
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.116	.086	-1,352	.176
			What is your nationality? Dependent	-.143	.106	-1,352	.176
			What is your overall satisfaction of the service delivery? Dependent	-.098	.072	-1,352	.176
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.142	.078	-1,828	.068
			What is your nationality? Dependent	-.175	.096	-1,828	.068
			What is your overall satisfaction of the service delivery? Dependent	-.120	.066	-1,828	.068

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

What is your age? * What is your overall satisfaction of the service delivery? * What is your gender? Crosstabulation

What is your gender?				What is your overall satisfaction of the service delivery?					Total
				very dissatisfied	dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied	
f	What is your age?	21-30	Count			2	6	4	12
			% within What is your age?			16,7%	50,0%	33,3%	100,0%
	31-40	Count				0	6	1	7
			% within What is your age?			0,0%	85,7%	14,3%	100,0%
	41-50	Count				0	3	3	6
			% within What is your age?			0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	51-60	Count				1	0	2	3
			% within What is your age?			33,3%	0,0%	66,7%	100,0%
	Total	Count				3	15	10	28
			% within What is your age?			10,7%	53,6%	35,7%	100,0%
m	What is your age?	21-30	Count	0	0	1	14	8	23
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	4,3%	60,9%	34,8%	100,0%
	31-40	Count		0	1	0	15	10	26
			% within What is your age?	0,0%	3,8%	0,0%	57,7%	38,5%	100,0%
	41-50	Count		0	0	2	13	12	27
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	7,4%	48,1%	44,4%	100,0%
	51-60	Count		0	0	1	9	13	23
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	4,3%	39,1%	56,5%	100,0%
	60 and older	Count		1	0	1	1	3	6
			% within What is your age?	16,7%	0,0%	16,7%	16,7%	50,0%	100,0%
Total	What is your age?	Count		1	1	5	52	46	105
			% within What is your age?	1,0%	1,0%	4,8%	49,5%	43,8%	100,0%
	21-30	Count		0	0	3	20	12	35
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	8,6%	57,1%	34,3%	100,0%
	31-40	Count		0	1	0	21	11	33
			% within What is your age?	0,0%	3,0%	0,0%	63,6%	33,3%	100,0%
	41-50	Count		0	0	2	16	15	33
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	6,1%	48,5%	45,5%	100,0%
	51-60	Count		0	0	2	9	15	26
			% within What is your age?	0,0%	0,0%	7,7%	34,6%	57,7%	100,0%
Total	60 and older	Count		1	0	1	1	3	6
			% within What is your age?	16,7%	0,0%	16,7%	16,7%	50,0%	100,0%
	Total	Count		1	1	8	67	56	133
			% within What is your age?	0,8%	0,8%	6,0%	50,4%	42,1%	100,0%

Directional Measures							
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,161	,198	,810	,418
			What is your age? Dependent	,178	,220	,810	,418
			What is your overall satisfaction of the service delivery? Dependent	,147	,180	,810	,418
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,088	,089	,997	,319
			What is your age? Dependent	,105	,107	,997	,319
			What is your overall satisfaction of the service delivery? Dependent	,076	,077	,997	,319
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,115	,081	1,420	,156
			What is your age? Dependent	,135	,096	1,420	,156
			What is your overall satisfaction of the service delivery? Dependent	,099	,070	1,420	,156

a. Not assuming the null hypothesis.

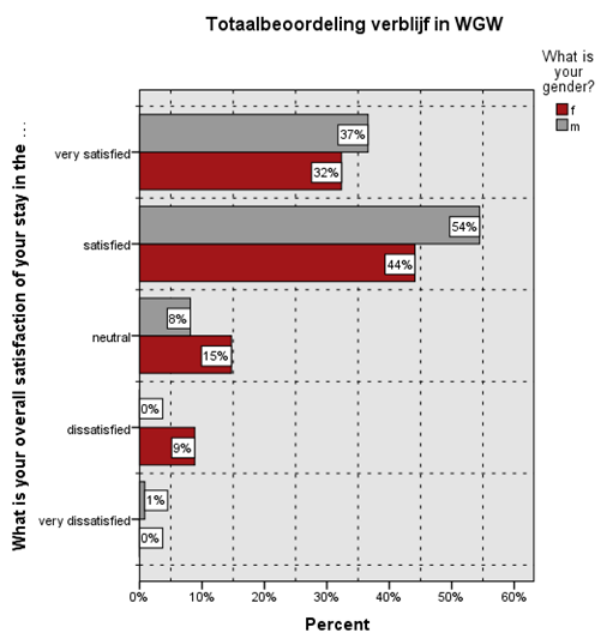
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations					
		What is your overall satisfaction of the service delivery?	Does your stay at tWGW meet your expectations?		
What is your overall satisfaction of the service delivery?	Pearson Correlation	1	-,283 ^{**}		
	Sig. (2-tailed)		,001		
	N	133	130		
Does your stay at tWGW meet your expectations?	Pearson Correlation	-,283 ^{**}	1		
	Sig. (2-tailed)	,001			
	N	130	154		

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Totaalbeoordeling verblijf in het Worldhotel Grand Winston

			What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?			
Statistics				Frequency	Percent	Cumulative Percent
What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?						
N	Valid	157	Valid very dissatisfied	1	,6	,6
	Missing	1	dissatisfied	3	1,9	2,5
			neutral	15	9,5	12,1
Mean		4,20	satisfied	82	51,9	64,3
Median		4,00	very satisfied	56	35,4	100,0
Std. Deviation		,740	Total	157	99,4	
Percentiles	25	4,00	Missing System	1	,6	
	50	4,00	Total	158	100,0	
	75	5,00				



AFBEELDING 29 TOTAALBEOORDELING TEVREDENHEID VERBLIJF IN WORLDHOTEL GRAND WINSTON

What is your nationality? * What is your overall satisfaction of your stay in the hotel? * What is your gender? Crosstabulation

				What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?					Total
				very dissatisfied	dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied	
What is your gender?									
f	What is your nationality?	American	Count		0	0	0	1	1
			% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Austria	Count		0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Belgium	Count		0	1	0	1	2
			% within What is your nationality?		0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
		Brazilian	Count		0	0	0	1	1
			% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		British	Count		0	1	4	4	9
			% within What is your nationality?		0,0%	11,1%	44,4%	44,4%	100,0%
		Brunei	Count		0	0	1	0	1

m	What is your nationality?	an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Chinese	Count	0	0	1	0	1
		e	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Dutch	Count	0	2	4	1	7
			% within What is your nationality?	0,0%	28,6%	57,1%	14,3%	100,0%
		French	Count	0	0	1	1	2
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		German	Count	1	1	0	1	3
			% within What is your nationality?	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	100,0%
		Irish	Count	1	0	0	0	1
			% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Poland	Count	0	0	0	1	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Polish	Count	0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Romanian	Count	1	0	0	0	1
			% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		South-Afri	Count	0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Swiss	Count	0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Total	Count	3	5	15	11	34
			% within What is your nationality?	8,8%	14,7%	44,1%	32,4%	100,0%
			Count	0	0	1	1	2
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		Ameri	Count	0	0	7	8	15

	can	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	46,7%	53,3%	100,0%
	Austral	Count	0	0	1	0	1
	ian	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Belgiu	Count	0	0	2	0	2
	m	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Brazili	Count	0	0	0	1	1
	an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	British	Count	0	2	20	15	37
		% within What is your nationality?	0,0%	5,4%	54,1%	40,5%	100,0%
	Brunei	Count	0	0	1	1	2
	an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Canadi	Count	0	0	1	3	4
	an	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
	Chines	Count	0	0	2	0	2
	e	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Danish	Count	0	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Dutch	Count	1	2	18	9	30
		% within What is your nationality?	3,3%	6,7%	60,0%	30,0%	100,0%
	Egypti	Count	0	1	1	1	3
	an	% within What is your nationality?	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
	Emirat	Count	0	0	0	1	1
	es	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Finnis	Count	0	0	1	1	2
	h	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	French	Count	0	1	2	0	3
		% within What is your nationality?	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
	Germa	Count	0	1	4	0	5

		n	% within What is your nationality?	0,0%		20,0	80,0	0,0%	100,
						%	%		0%
		Malaysian	Count	0		0	2	0	2
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	100,0	0,0%	100,
		Nigerian	Count	0		0	0	1	1
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	0,0%	100,0%	100,
		Norwegian	Count	0		1	1	1	3
			% within What is your nationality?	0,0%		33,3	33,3	33,3%	100,
		Omani	Count	0		0	0	1	1
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	0,0%	100,0%	100,
		Polish	Count	0		1	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%		100,	0,0%	0,0%	100,
		Russian	Count	0		0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	100,0	0,0%	100,
		Spanish	Count	0		0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	100,0	0,0%	100,
		Swedish	Count	0		0	0	1	1
			% within What is your nationality?	0,0%		0,0%	0,0%	100,0%	100,
		Swiss	Count	0		1	0	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%		100,	0,0%	0,0%	100,
	Total		Count	1		10	67	45	123
			% within What is your nationality?	0,8%		8,1%	54,5	36,6%	100,
To	What is your		Count	0	0	0	1	1	2
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0	50,0%	100,
tal	nationality?	American	Count	0	0	0	7	9	16
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	43,8	56,2%	100,
		Austrian	Count	0	0	0	1	0	1
			% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	0,0%	100,
		Austria	Count	0	0	0	1	0	1

	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Belgium	Count	0	0	1	2	1	4
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	25,0%	50,0%	25,0%	100,0%
Brazilian	Count	0	0	0	0	2	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
British	Count	0	0	3	24	19	46
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	6,5%	52,2%	41,3%	100,0%
Brunei	Count	0	0	0	2	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
Canadian	Count	0	0	0	1	3	4
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
Chinese	Count	0	0	0	3	0	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Danish	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dutch	Count	1	0	4	22	10	37
	% within What is your nationality?	2,7%	0,0%	10,8%	59,5%	27,0%	100,0%
Egyptian	Count	0	0	1	1	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Emirates	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Finnish	Count	0	0	0	1	1	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
French	Count	0	0	1	3	1	5
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	100,0%
German	Count	0	1	2	4	1	8

n	% within What is your nationality?	0,0%	12,5%	25,0%	50,0%	12,5%	100,0%
Irish	Count	0	1	0	0	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Malaysian	Count	0	0	0	2	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Nigerian	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Norwegian	Count	0	0	1	1	1	3
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Omani	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Poland	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Polish	Count	0	0	1	1	0	2
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Romanian	Count	0	1	0	0	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Russian	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
South-African	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Spanish	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Swedish	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Swiss	Count	0	0	1	1	0	2

Total	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	Count	1	3	15	82	56	157
	% within What is your nationality?	0,6%	1,9%	9,6%	52,2%	35,7%	100,0%

Directional Measures				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.288	,138	-1,921	,055
			What is your nationality? Dependent	-.307	,156	-1,921	,055
			What is your overall satisfaction of your stay in the hotel? Dependent	-.238	,124	-1,921	,055
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.190	,074	-2,524	,012
			What is your nationality? Dependent	-.235	,090	-2,524	,012
			What is your overall satisfaction of your stay in the hotel? Dependent	-.160	,063	-2,524	,012
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.212	,065	-3,222	,001
			What is your nationality? Dependent	-.257	,077	-3,222	,001
			What is your overall satisfaction of your stay in the hotel? Dependent	-.181	,056	-3,222	,001

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Correlations			
		Does your stay at WGW meet your expectations?	What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?
Does your stay at WGW meet your expectations?	Pearson Correlation	1	-.434 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000
What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	N	154	154
	Pearson Correlation	-.434 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	154	157

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Verbanden tussen totaalbeoordeling en deelaspecten

Test Statistics^{a,b}

	How satisfied are you with the customer service?	How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?	How satisfied are you with the service delivery at the reception?	How satisfied are you with the service delivery at the room service?	How satisfied are you with the service delivery of the house keeping?	How satisfied are you with the service delivery at the bar service?
Chi-Square	59,308	58,248	32,496	18,165	34,343	17,550
df	4	4	4	4	4	3
Asymp. Sig.	,000	,000	,000	,001	,000	,001

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: What is your overall satisfaction of the service delivery?

Test Statistics^{a,b}

	How satisfied are you with the location?	How satisfied are you with the customer friendliness?	How satisfied are you with the food and beverage?	How satisfied are you with the comfort?	How satisfied are you with the facilities?	How satisfied are you with the hygiene?	How satisfied are you with the parking lot?
Chi-Square	14,970	40,677	32,406	66,875	38,408	50,873	4,957
df	4	4	4	4	4	4	4
Asymp. Sig.	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,292

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?

Correlations

		What is your overall satisfaction of the service delivery?	How satisfied are you with the customer service?
What is your overall satisfaction of the service delivery?	Pearson Correlation	1	,707 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	133	130
How satisfied are you with the customer service?	Pearson Correlation	,707 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	130	153

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		What is your overall satisfaction of the service delivery?	How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?
What is your overall satisfaction of the service delivery?	Pearson Correlation	1	,685 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	133	128
How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?	Pearson Correlation	,685 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	128	149

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations							
		What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	How satisfied are you with the location?	How satisfied are you with the customer friendliness?	How satisfied are you with the food and beverage?	How satisfied are you with the comfort?	How satisfied are you with the facilities?	How satisfied are you with the hygiene?	How satisfied are you with the parking lot?
What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	Pearson Correlation	1	,239 ^{**}	,585 ^{**}	,494 ^{**}	,899 ^{**}	,513 ^{**}	,837 ^{**}	,327 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,004	,000	,000	,000	,000	,000	,010
	N	157	147	152	153	155	144	149	61
How satisfied are you with the location?	Pearson Correlation	,239 ^{**}	1	,447 ^{**}	,259 ^{**}	,154	,084	,241 ^{**}	,208
	Sig. (2-tailed)	,004		,000	,002	,084	,331	,004	,124
	N	147	147	143	145	146	136	140	56
How satisfied are you with the customer friendliness?	Pearson Correlation	,585 ^{**}	,447 ^{**}	1	,440 ^{**}	,453 ^{**}	,329 ^{**}	,531 ^{**}	,434 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	152	143	152	149	151	141	145	61
How satisfied are you with the food and beverage?	Pearson Correlation	,494 ^{**}	,259 ^{**}	,440 ^{**}	1	,589 ^{**}	,396 ^{**}	,464 ^{**}	,419 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,000	,000	,000	,001
	N	153	145	149	153	152	142	146	61
How satisfied are you with the comfort?	Pearson Correlation	,899 ^{**}	,154	,453 ^{**}	,589 ^{**}	1	,826 ^{**}	,592 ^{**}	,291 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,084	,000	,000		,000	,000	,023
	N	155	146	151	152	155	144	149	61
How satisfied are you with the facilities?	Pearson Correlation	,513 ^{**}	,084	,329 ^{**}	,396 ^{**}	,826 ^{**}	1	,554 ^{**}	,315 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,331	,000	,000	,000		,000	,014
	N	144	136	141	142	144	144	139	60
How satisfied are you with the hygiene?	Pearson Correlation	,837 ^{**}	,241 ^{**}	,531 ^{**}	,464 ^{**}	,592 ^{**}	,554 ^{**}	1	,419 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	,000	,000	,000		,001
	N	149	140	145	146	149	139	149	59
How satisfied are you with the parking lot?	Pearson Correlation	,327 ^{**}	,208	,434 ^{**}	,419 ^{**}	,291 ^{**}	,315 ^{**}	,419 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,010	,124	,000	,001	,023	,014	,001	
	N	61	56	61	61	61	60	59	61

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations	
		What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	How satisfied are you with the facilities?
What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	Pearson Correlation	1	,513 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	157	144
How satisfied are you with the facilities?	Pearson Correlation	,513 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	144	144

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations	
		How satisfied are you with the comfort?	What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?
How satisfied are you with the comfort?	Pearson Correlation	1	,899 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	155	155
What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	Pearson Correlation	,899 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	155	157

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Directional Measures						
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,212	,065	-3,222	,001
		What is your overall satisfaction of your stay in the hotel? Dependent	-,181	,056	-3,222	,001
		What is your nationality? Dependent	-,257	,077	-3,222	,001

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

What is your overall satisfaction of your stay in the hotel? * What is your nationality? Crosstabulation

		What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?					Total
		very dissatisfied	dissatisfied	neutral	satisfied	very satisfied	
What is your nationality?	Count	0	0	0	1	1	2
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	1,8%	1,3%
	American	Count	0	0	7	9	16
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	8,5%	16,1%	10,2%
	Australian	Count	0	0	1	0	1
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,6%
	Austria	Count	0	0	1	0	1
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,6%
	Belgium	Count	0	0	1	2	4
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	6,7%	2,4%	1,8%	2,5%
	Brazilian	Count	0	0	0	2	2
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	1,3%

British	Count	0	0	3	24	19	46
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	20,0%	29,3%	33,9%	29,3%
Bruneian	Count	0	0	0	2	1	3
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	1,8%	1,9%
Canadian	Count	0	0	0	1	3	4
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	5,4%	2,5%
Chinese	Count	0	0	0	3	0	3
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%	1,9%
Danish	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,6%
Dutch	Count	1	0	4	22	10	37
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	100,0%	0,0%	26,7%	26,8%	17,9%	23,6%
Egyptian	Count	0	0	1	1	1	3
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	6,7%	1,2%	1,8%	1,9%

	Emirate	Count	0	0	0	0	1	1
	s	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	0,6%
	Finnish	Count	0	0	0	1	1	2
		% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	1,8%	1,3%
	French	Count	0	0	1	3	1	5
		% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	6,7%	3,7%	1,8%	3,2%
	Germa	Count	0	1	2	4	1	8
	n	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	33,3%	13,3%	4,9%	1,8%	5,1%
	Irish	Count	0	1	0	0	0	1
		% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
	Malays	Count	0	0	0	2	0	2
	ian	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	1,3%
	Nigeria	Count	0	0	0	0	1	1
	n	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	0,6%

Norwegian	Count	0	0	1	1	1	3
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	6,7%	1,2%	1,8%	1,9%
Omani	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	0,6%
Poland	Count	0	0	0	0	1	1
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	0,6%
Polish	Count	0	0	1	1	0	2
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	6,7%	1,2%	0,0%	1,3%
Romanian	Count	0	1	0	0	0	1
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Russian	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,6%
South-Afri	Count	0	0	0	1	0	1
	% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,6%

Total	Spanish	Count	0	0	0	1	0	1
		% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,6%
	Swedish	Count	0	0	0	0	1	1
		% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	0,6%
	Swiss	Count	0	0	1	1	0	2
		% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	0,0%	0,0%	6,7%	1,2%	0,0%	1,3%
		Count	1	3	15	82	56	157
		% within What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
					%	%		%

Aansluiting van de ervaring van de gasten van Worldhotel Grand Winston op de verwachting die zij hadden

Statistics

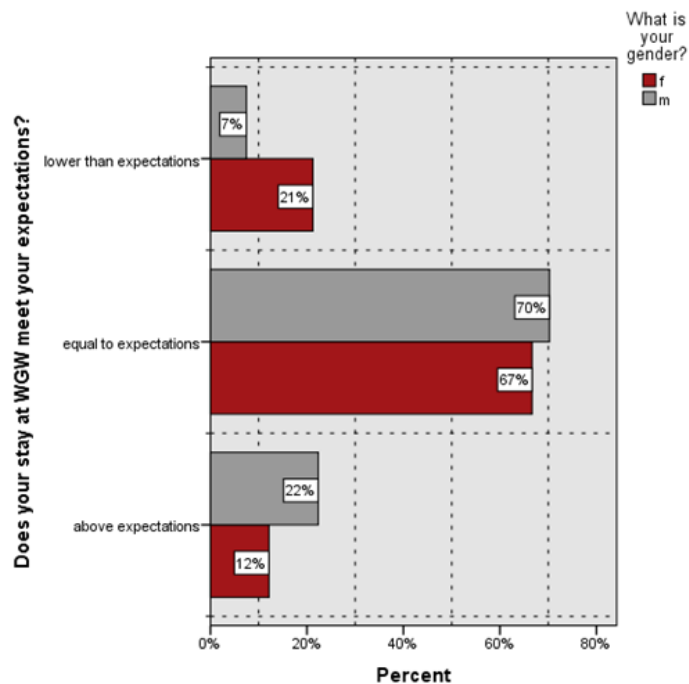
Does your stay at WGW meet your expectations?

N	Valid	154
	Missing	4
Mean		1,90
Median		2,00
Std. Deviation		,546
Percentiles	25	2,00
	50	2,00
	75	2,00

Does your stay at WGW meet your expectations?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	above expectations	31	19,8	20,1	20,1
	equal to expectations	107	67,7	69,5	89,6
	lower than expectations	16	10,1	10,4	100,0
	Total	154	97,5	100,0	
Missing	System	4	2,5		
Total		158	100,0		

Ervaring verblijf voldoet aan verwachtingen



AFBEELDING 30 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING

What is your gender? * Does your stay at WGW meet your expectations? Crosstabulation

			Does your stay at WGW meet your expectations?			Total
			above expectations	equal to expectations	lower than expectations	
What is your gender?	f	Count	4	22	7	33
		% within What is your gender?	12,1%	66,7%	21,2%	100,0%
	m	Count	27	85	9	121
		% within What is your gender?	22,3%	70,2%	7,4%	100,0%
Total		Count	31	107	16	154
		% within What is your gender?	20,1%	69,5%	10,4%	100,0%

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,169	,076	-2,126	,034
		What is your gender? Dependent	-,146	,067	-2,126	,034
		Does your stay at WGW meet your expectations? Dependent	-,201	,092	-2,126	,034

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

What is your age? * Does your stay at WGW meet your expectations? Crosstabulation

			Does your stay at WGW meet your expectations?			Total
			above expectations	equal to expectations	lower than expectations	
What is your age?	21-30	Count	5	27	5	37
		% within What is your age?	13,5%	73,0%	13,5%	100,0%
	31-40	Count	9	26	4	39
		% within What is your age?	23,1%	66,7%	10,3%	100,0%
	41-50	Count	4	29	2	35
		% within What is your age?	11,4%	82,9%	5,7%	100,0%
	51-60	Count	10	21	5	36
		% within What is your age?	27,8%	58,3%	13,9%	100,0%
	60 and older	Count	3	4	0	7
		% within What is your age?	42,9%	57,1%	0,0%	100,0%
Total		Count	31	107	16	154
		% within What is your age?	20,1%	69,5%	10,4%	100,0%

Test Statistics^{a,b}

	What is your age?
Chi-Square	2,389
df	2
Asymp. Sig.	,303

Ranks

	Does your stay at WGW meet your expectations?	N	Mean Rank
What is your age?	above expectations	31	88,13
	equal to expectations	107	75,18
	lower than expectations	16	72,41
	Total	154	

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Does your stay at WGW meet your expectations?

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,101	,088	1,507	,132
		What is your nationality?	,141	,093	1,507	,132
		Dependent				
		Does your stay at WGW meet your expectations?	,078	,052	1,507	,132
		Dependent				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

What is your nationality? * Does your stay at WGW meet your expectations? Crosstabulation

			Does your stay at WGW meet your expectations?			Total
			above expectation s	equal to expectation s	lower than expectation s	
What is your nationality?	Count		0	2	0	2
	% within What is your nationality?		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
America n	Count		8	7	0	15
	% within What is your nationality?		53,3%	46,7%	0,0%	100,0%
Australia n	Count		0	1	0	1
	% within What is your nationality?		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Austria	Count		0	0	1	1
	% within What is your nationality?		0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Belgium	Count		0	3	1	4
	% within What is your nationality?		0,0%	75,0%	25,0%	100,0%
Brazilian	Count		1	1	0	2
	% within What is your nationality?		50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
British	Count		7	34	3	44
	% within What is your nationality?		15,9%	77,3%	6,8%	100,0%
Bruneian	Count		1	1	1	3
	% within What is your nationality?		33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Canadian	Count		1	3	0	4

	% within What is your nationality?	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
Chinese	Count	0	3	0	3
	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Danish	Count	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Dutch	Count	6	25	6	37
	% within What is your nationality?	16,2%	67,6%	16,2%	100,0%
Egyptian	Count	1	2	0	3
	% within What is your nationality?	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
Emirates	Count	1	0	0	1
	% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Finnish	Count	1	1	0	2
	% within What is your nationality?	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
French	Count	0	5	0	5
	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
German	Count	1	5	2	8
	% within What is your nationality?	12,5%	62,5%	25,0%	100,0%
Irish	Count	0	0	1	1
	% within What is your nationality?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Malaysia	Count	0	2	0	2
n	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Nigerian	Count	0	1	0	1
	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Norwegian	Count	1	2	0	3
	% within What is your nationality?	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
Omani	Count	0	1	0	1

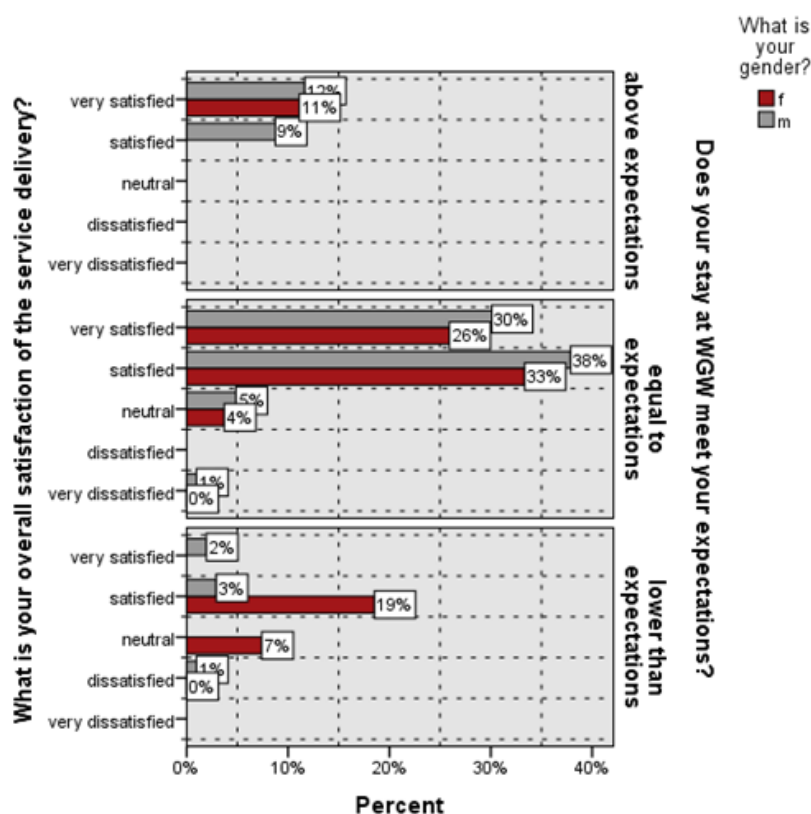
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Poland	Count	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Polish	Count	0	1	1	2
		% within What is your nationality?	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Romania	Count	0	1	0	1
	n	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Russian	Count	1	0	0	1
		% within What is your nationality?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	South-	Count	0	1	0	1
	Afri	% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Spanish	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Swedish	Count	0	1	0	1
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Swiss	Count	0	2	0	2
		% within What is your nationality?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	31	107	16	154
		% within What is your nationality?	20,1%	69,5%	10,4%	100,0%

Ervaring van verblijf van de respondent sluit aan op verwachting * totaalbeoordeling service delivery

Ranks				Test Statistics ^{a,b}	
	Does your stay at WGW meet your expectations?	N	Mean Rank		What is your overall satisfaction of the service delivery?
What is your overall satisfaction of the service delivery?	above expectations	24	80,50	Chi-Square	10,381
	equal to expectations	93	64,71	df	2
	lower than expectations	13	43,46	Asymp. Sig.	,006
	Total	130			

a. Kruskal Wallis Test
b. Grouping Variable: Does your stay at WGW meet your expectations?

Totaalbeoordeling service delivery * aansluiting op verwachtingen



AFBEELDING 31 TOTAALBEOORDELING SERVICE DELIVERY * AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING

Correlations			
		What is your overall satisfaction of the service delivery?	Does your stay at WGW meet your expectations?
What is your overall satisfaction of the service delivery?	Pearson Correlation	1	-.283 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	133	130
Does your stay at WGW meet your expectations?	Pearson Correlation	-.283 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	130	154

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

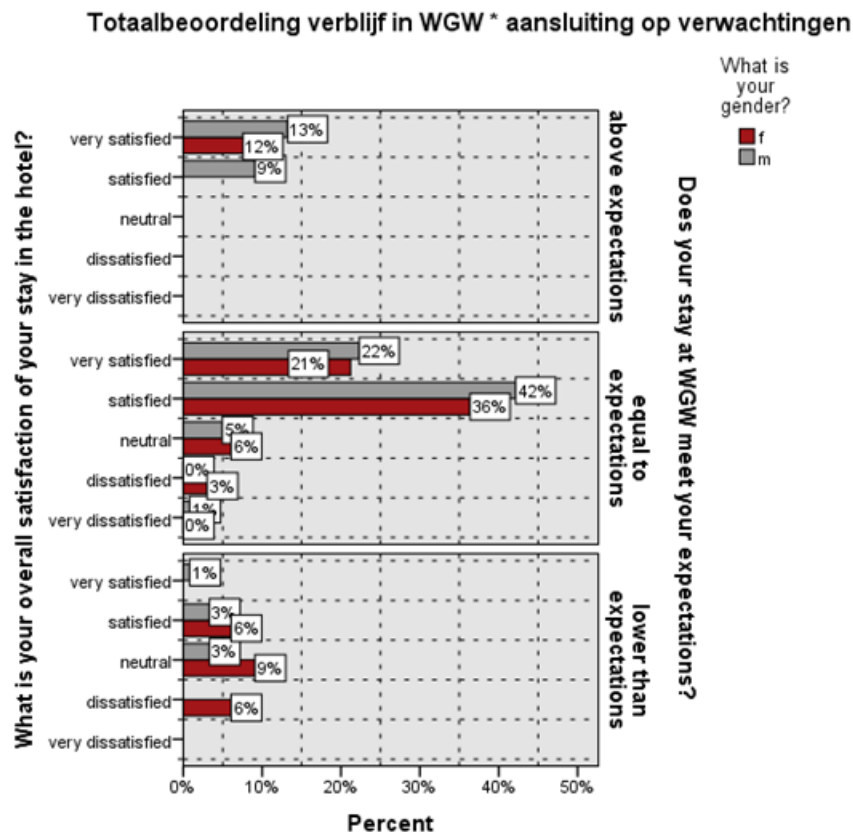
Ervaring van verblijf van de respondent sluit aan op verwachting * totaalbeoordeling verblijf in Worldhotel Grand Winston

Ranks			
	Does your stay at WGW meet your expectations?	N	Mean Rank
What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	above expectations	31	103,05
	equal to expectations	107	78,32
	lower than expectations	16	35,88
	Total	154	

Test Statistics ^{a,b}	
	What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?
Chi-Square	29,733
df	2
Asymp. Sig.	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Does your stay at WGW meet your expectations?



AFBEELDING 32 TOTAALBEOORDELING VERBLIJF IN WORLDHOTEL GRAND WINSTON * AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING

Correlations			
		Does your stay at WGW meet your expectations?	What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?
Does your stay at WGW meet your expectations?	Pearson Correlation	1	-,434 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	154	154
What is your overall satisfaction of your stay in the hotel?	Pearson Correlation	-,434 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	154	157

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Ervaring van verblijf van de respondent sluit aan op verwachting * Deelaspecten service delivery

Test Statistics ^{a,b}						
	How satisfied are you with the customer service?	How satisfied are you with the service delivery at the restaurant?	How satisfied are you with the service delivery at the reception?	How satisfied are you with the service delivery at the room service?	How satisfied are you with the service delivery of the house keeping?	How satisfied are you with the service delivery at the bar service?
Chi-Square	12,902	12,849	5,745	2,636	8,585	,423
df	2	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	,002	,002	,057	,268	,014	,809

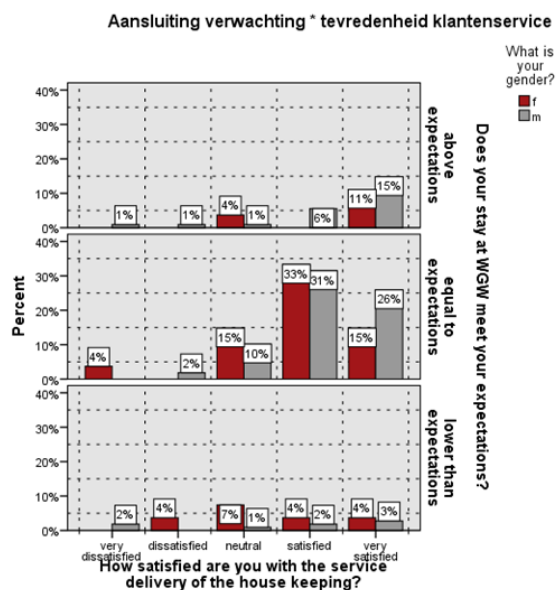
a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Does your stay at WGW meet your expectations?

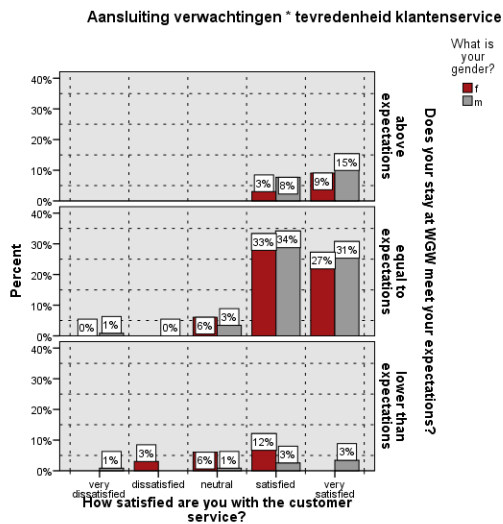
Test Statistics ^{a,b}							
	How satisfied are you with the location?	How satisfied are you with the customer friendliness?	How satisfied are you with the food and beverage?	How satisfied are you with the comfort?	How satisfied are you with the facilities?	How satisfied are you with the hygiene?	How satisfied are you with the parking lot?
Chi-Square	1,385	13,493	11,395	30,456	17,132	17,193	1,000
df	2	2	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	,505	,001	,003	,000	,000	,000	,806

a. Kruskal Wallis Test

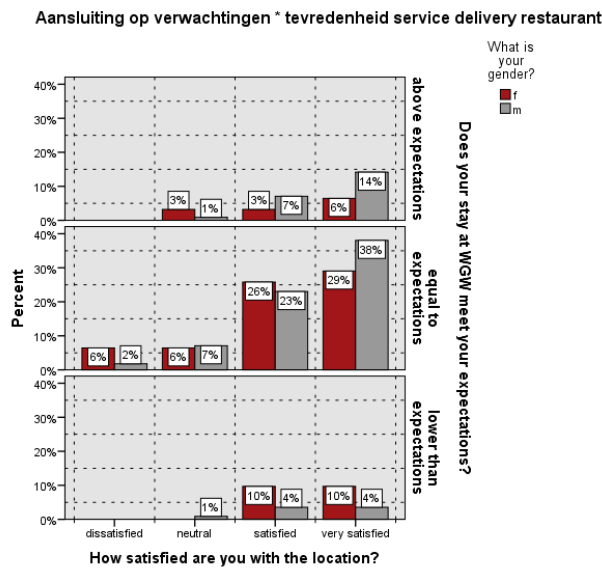
b. Grouping Variable: Does your stay at WGW meet your expectations?



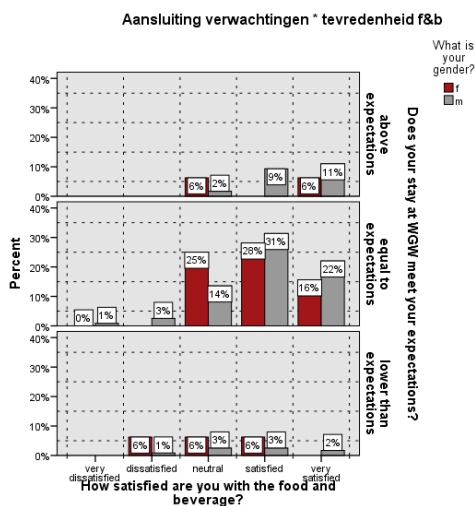
**AFBEELDING 33 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING *
TEVREDENHEID HOUSE KEEPING**



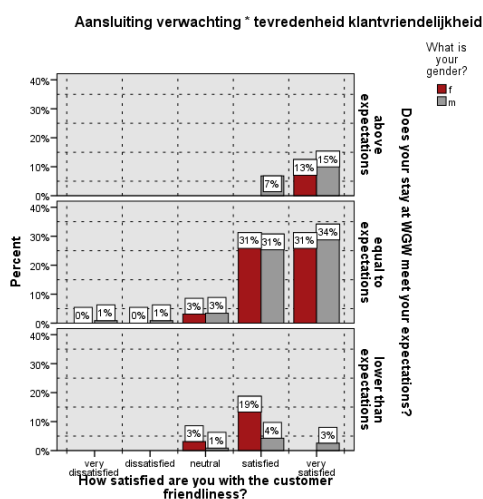
AFBEELDING 34 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING * TEVREDENHEID KLANTENSERVICE



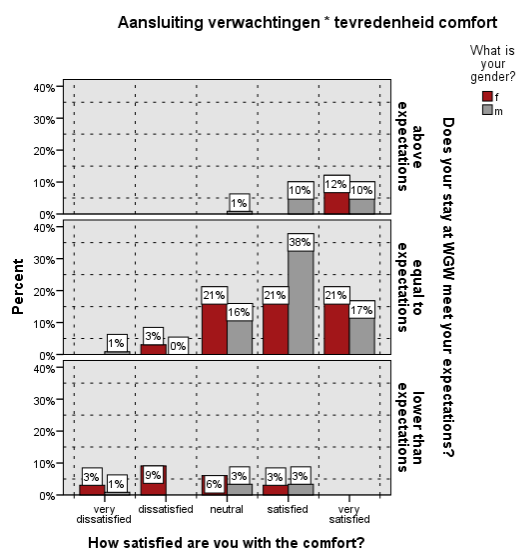
AFBEELDING 35 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING * TEVREDENHEID SERVICE DELIVERY IN RESTAURANT



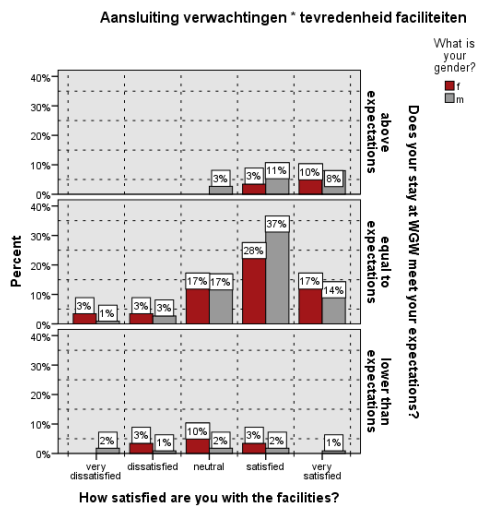
AFBEELDING 36 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING * TEVREDENHEID FOOD & BEVERAGE



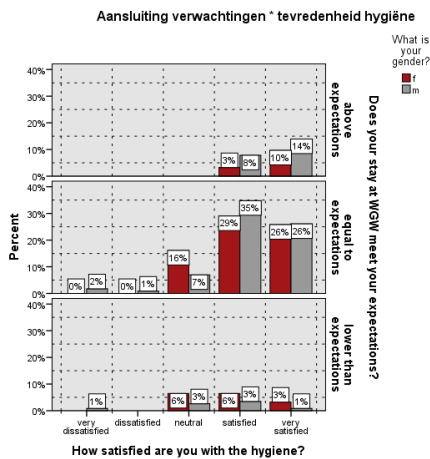
AFBEELDING 37 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING * TEVREDENHEID KLANTVRIENDELIJKHEID



AFBEELDING 38 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING * TEVREDENHEID COMFORT



AFBEELDING 39 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING * TEVREDENHEID FACILITEITEN



AFBEELDING 40 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING * TEVREDENHEID HYGIËNE

Tevredenheid van de gasten die zijn aangeraden in Worldhotel Grand Winston te verblijven * aansluiting van hun ervaring op de verwachting die zij hadden van hun verblijf.

Statistics

Were you recommended to stay in
WGW?

N	Valid	150
	Missing	8
Mean		1,40
Median		1,00
Std. Deviation		,531
Percentiles	25	1,00
	50	1,00
	75	2,00

Were you recommended to stay in WGW?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	92	58,2	61,3	61,3
	no	57	38,1	38,0	99,3
	4	1	,8	,7	100,0
	Total	150	94,9	100,0	
Missing	System	8	5,1		
Total		158	100,0		

Were you recommended to stay in WGW? * Does your stay at WGW meet your expectations? Crosstabulation

			Does your stay at WGW meet your expectations?			Total
			above expectations	equal to expectations	lower than expectations	
Were you recommended to stay in WGW?	yes	Count	21	62	9	92
		% within Were you recommended to stay in WGW?	22,8%	67,4%	9,8%	100,0%
	no	Count	10	40	6	56
		% within Were you recommended to stay in WGW?	17,9%	71,4%	10,7%	100,0%
	4	Count	0	1	0	1
		% within Were you recommended to stay in WGW?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	31	103	15	149
		% within Were you recommended to stay in WGW?	20,8%	69,1%	10,1%	100,0%

Ranks

	Does your stay at WGW meet your expectations?	N	Mean Rank
Were you recommended to stay in WGW?	above expectations	31	70,37
	equal to expectations	103	78,23
	lower than expectations	15	78,10
	Total	149	

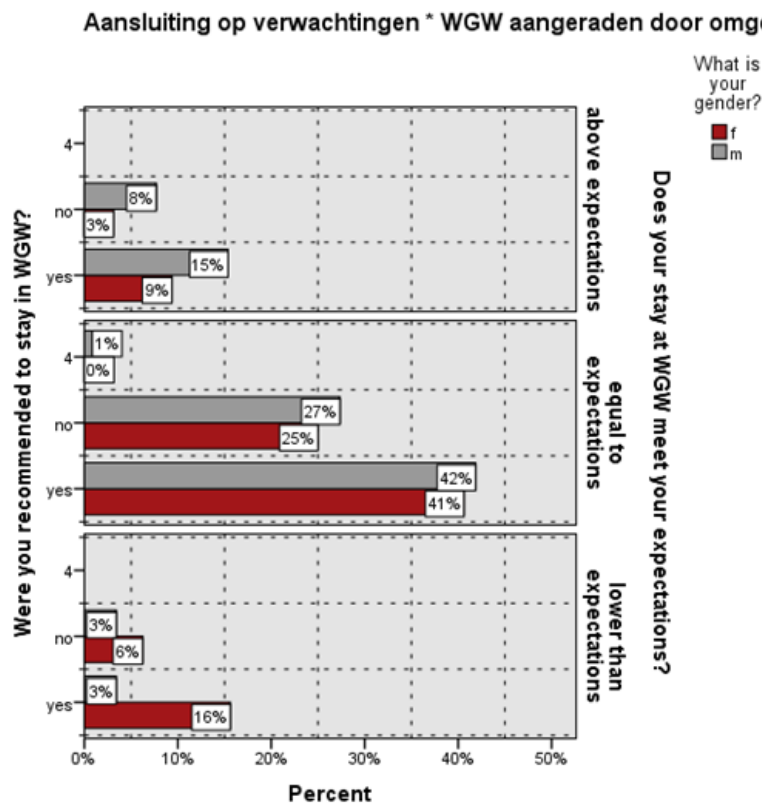
Test Statistics^{a,b}

	Were you recommended to stay in WGW?
Chi-Square	,633
df	2
Asymp. Sig.	,729

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Does your stay at WGW meet your expectations?

Correlations			
		Does your stay at WGW meet your expectations?	Were you recommended to stay in WGW?
Does your stay at WGW meet your expectations?	Pearson Correlation	1	,054
	Sig. (2-tailed)		,510
	N	154	149
Were you recommended to stay in WGW?	Pearson Correlation	,054	1
	Sig. (2-tailed)	,510	
	N	149	150



**AFBEELDING 41 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING *
WORLDHOTEL GRAND WINSTON IS AANGERADEN DOOR OMGEVING**

Test Statistics ^{a,b}								
	How important is service delivery to you?	How important is the location to you?	How important is customer friendliness to you?	How important is food and beverage to you?	How important is comfort to you?	How important are facilities to you?	How important is the hygiene to you?	How important is the parking lot to you?
Chi-Square	,362	7,214	,204	2,034	,372	,297	,015	9,235
df	1	1	1	1	1	1	1	1
Asymp. Sig.	,547	,007	,651	,154	,542	,585	,903	,002

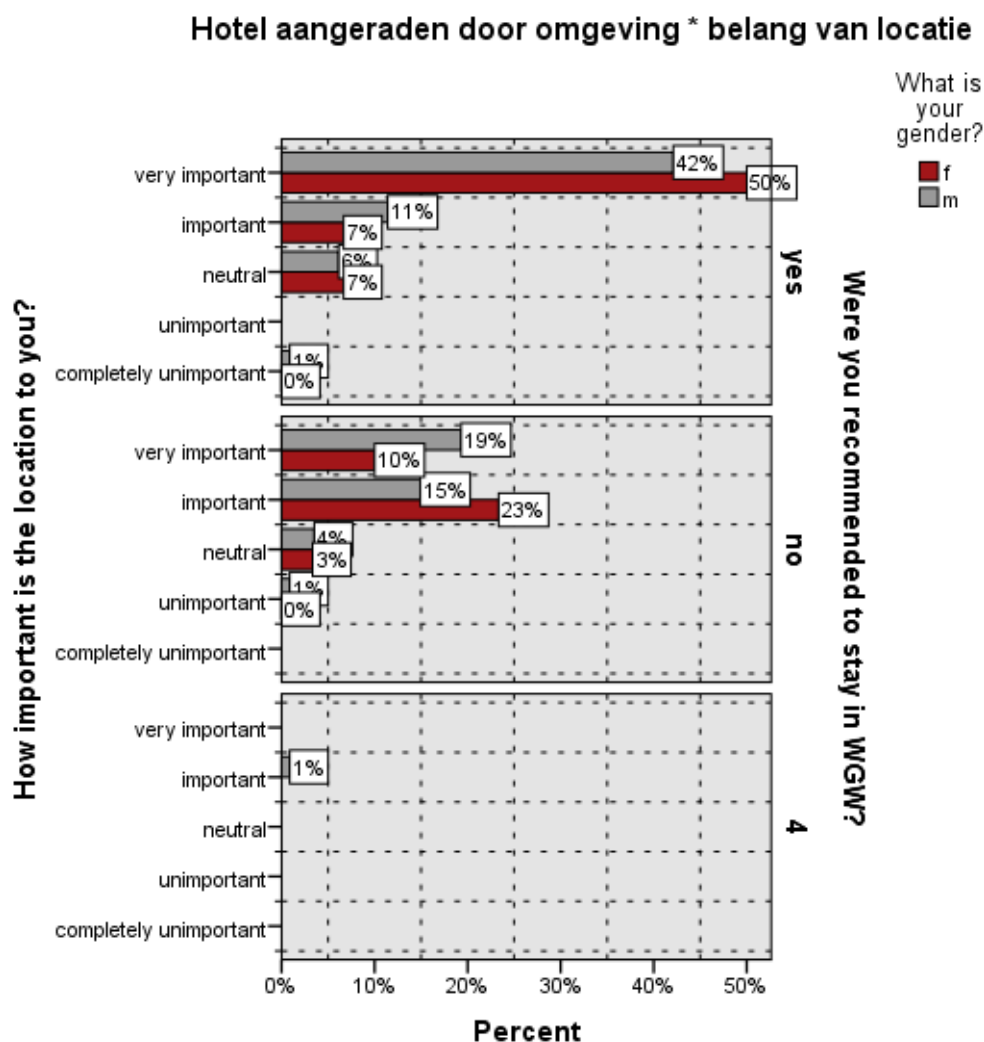
a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Were you recommended to stay in WGW?

		Correlations		
		Were you recommended to stay in WGW?	How important is the location to you?	How important is the parking lot to you?
Were you recommended to stay in WGW?	Pearson Correlation	1	-,170 [*]	,311 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,042	,002
	N	150	144	98
How important is the location to you?	Pearson Correlation	-,170 [*]	1	,010
	Sig. (2-tailed)	,042		,921
	N	144	151	101
How important is the parking lot to you?	Pearson Correlation	,311 ^{**}	,010	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,921	
	N	98	101	101

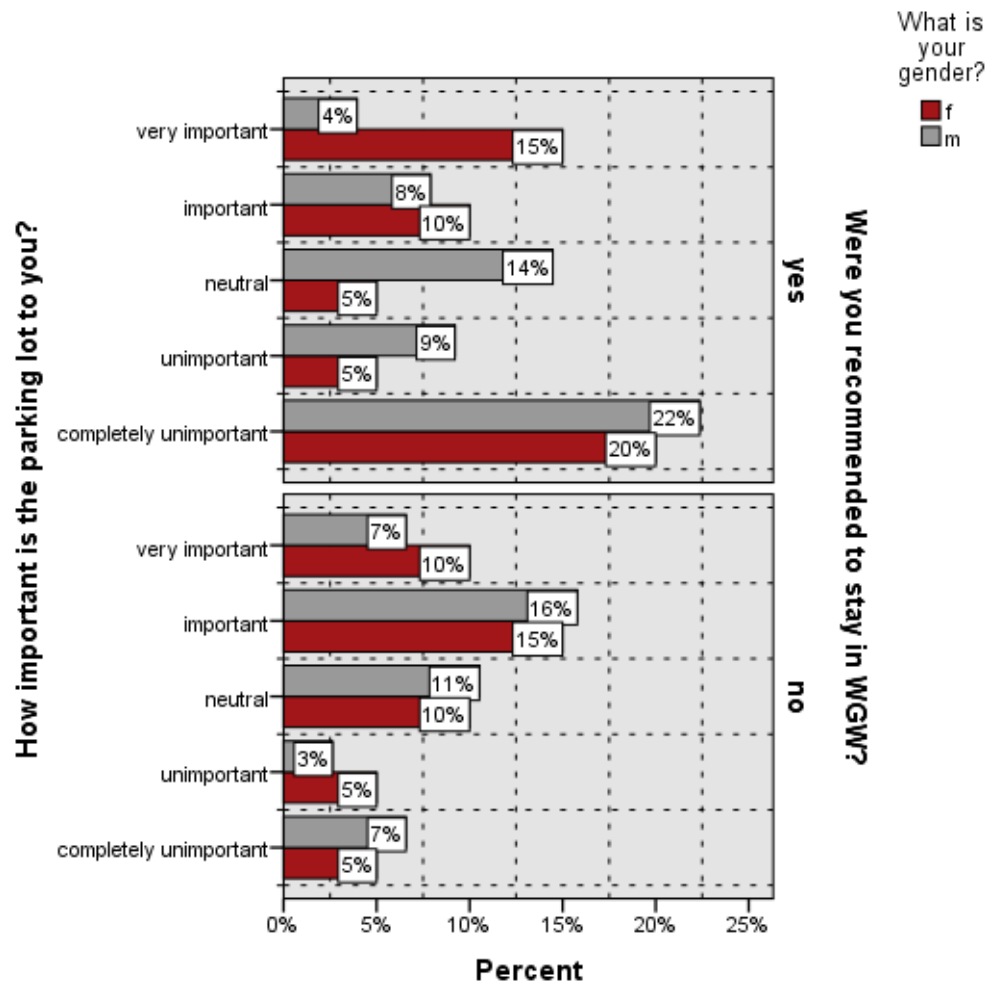
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



AFBEELDING 42 AANSLUITING VAN ERVARING OP VERWACHTING * BELANG VAN LOCATIE

Hotel aangeraden door omgeving * belang parkeergelegenheid



AFBEELDING 43 HOTEL AANGERADEN DOOR OMGEVING * BELANG VAN PARKEERGELEGENHEID

Overige informatie

Herhaalbezoek aan Worldhotel Grand Winston

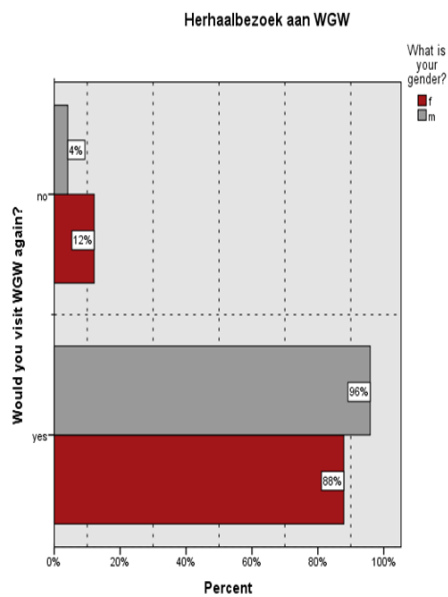
Statistics

Would you visit WGW again?

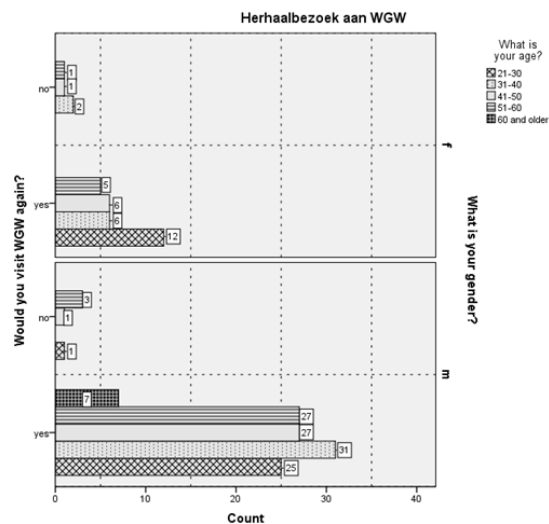
N	Valid	155
	Missing	3
Mean		1,06
Median		1,00
Std. Deviation		,235
Percentiles	25	1,00
	50	1,00
	75	1,00

Would you visit WGW again?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	146	92,4	94,2	94,2
	no	9	5,7	5,8	100,0
	Total	155	98,1	100,0	
Missing	System	3	1,9		
Total		158	100,0		



AFBEELDING 44 HERHAALBEZOEK AAN WORLDHOTEL GRAND WINSTON * GESLACHT



AFBEELDING 45 HERHAALBEZOEK AAN WORLDHOTEL GRAND WINSTON * LEEFTIJD

What is your gender? * Would you visit WGW again? Crosstabulation				Would you visit WGW again?		
				yes	no	Total
What is your gender?	f	Count		29	4	33
		% within What is your gender?		87,9%	12,1%	100,0%
m	Count			117	5	122
		% within What is your gender?		95,9%	4,1%	100,0%
Total	Count			146	9	155
		% within What is your gender?		94,2%	5,8%	100,0%

Directional Measures						
			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-,121	,085	-1,331	,183
		What is your gender?				
		Dependent	-,240	,169	-1,331	,183
		Would you visit WGW again?				
			-,080	,060	-1,331	,183

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

What is your age? * Would you visit WGW again? * What is your gender? Cross tabulation						
What is your gender?				Would you visit WGW again?		Total
				yes	no	
f	What is your age?	21-30	Count	12	0	12
			% within What is your age?	100,0%	0,0%	100,0%
		31-40	Count	6	2	8
			% within What is your age?	75,0%	25,0%	100,0%
		41-50	Count	6	1	7
			% within What is your age?	85,7%	14,3%	100,0%
		51-60	Count	5	1	6
			% within What is your age?	83,3%	16,7%	100,0%
		Total	Count	29	4	33
			% within What is your age?	87,9%	12,1%	100,0%
m	What is your age?	21-30	Count	25	1	26
			% within What is your age?	96,2%	3,8%	100,0%
		31-40	Count	31	0	31
			% within What is your age?	100,0%	0,0%	100,0%
		41-50	Count	27	1	28
			% within What is your age?	96,4%	3,6%	100,0%
		51-60	Count	27	3	30
			% within What is your age?	90,0%	10,0%	100,0%
		60 and older	Count	7	0	7
			% within What is your age?	100,0%	0,0%	100,0%
Total	What is your age?	21-30	Count	37	1	38
			% within What is your age?	97,4%	2,6%	100,0%
		31-40	Count	37	2	39
			% within What is your age?	94,9%	5,1%	100,0%
		41-50	Count	33	2	35
			% within What is your age?	94,3%	5,7%	100,0%
		51-60	Count	32	4	36
			% within What is your age?	88,9%	11,1%	100,0%
		60 and older	Count	7	0	7
			% within What is your age?	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	148	9	155	
		% within What is your age?	94,2%	5,8%	100,0%	

Directional Measures						
What is your gender?				Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b
f	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,152	,100	1,354
			What is your age? Dependent	,338	,208	1,354
			Would you visit WGW again? Dependent	,098	,073	1,354
			Dependent			,176
m	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,050	,048	,970
			What is your age? Dependent	,270	,254	,970
			Would you visit WGW again? Dependent	,027	,028	,970
			Dependent			,332
Total	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,055	,044	1,195
			What is your age? Dependent	,221	,173	1,195
			Would you visit WGW again? Dependent	,031	,028	1,195
			Dependent			,232

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Ranks			
	Would you visit WGW again?	N	Mean Rank
What is your age?	yes	146	77,00
	no	9	94,17
	Total	155	

Test Statistics^{a,b}

	What is your age?
Chi-Square	1,311
df	1
Asymp. Sig.	,252

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Would you visit WGW again?

Correlations

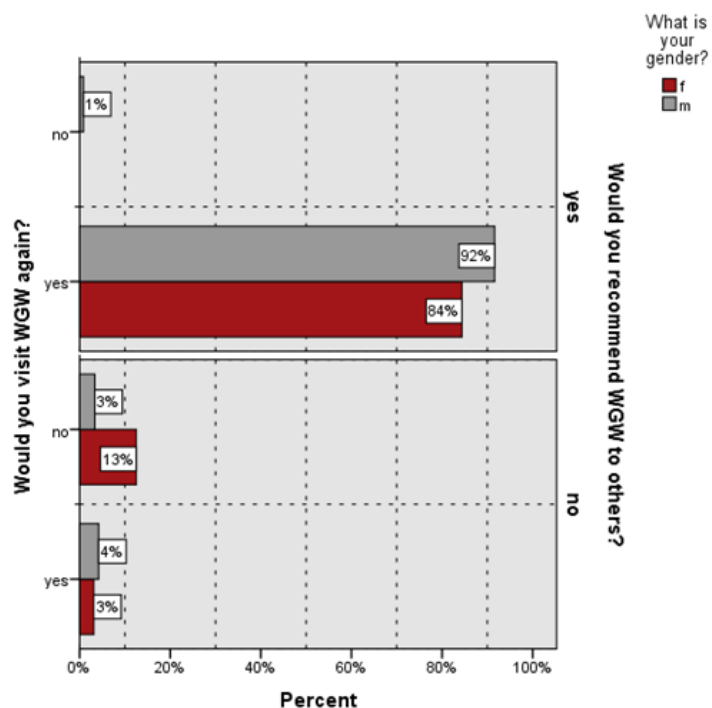
		Would you visit WGW again?	What is your age?
Would you visit WGW again?	Pearson Correlation	1	,086
	Sig. (2-tailed)		,288
	N	155	155
What is your age?	Pearson Correlation	,086	1
	Sig. (2-tailed)	,288	
	N	155	157

WGW aanraden bij omgeving * herhaalbezoek aan WGW

Statistics			
		Would you recommend WGW to others?	Would you visit WGW again?
N	Valid	151	155
	Missing	7	3
Mean		1,09	1,08
Median		1,00	1,00
Std. Deviation		,291	,235

Would you recommend WGW to others?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	137	88,7	90,7	90,7
	no	14	8,9	9,3	100,0
	Total	151	95,6	100,0	
Missing	System	7	4,4		
Total		158	100,0		

Herhaalbezoek * WGW aanraden bij omgeving



AFBEELDING 46 HERHAALBEZOEK AAN WORLDHOTEL GRAND WINSTON * HOTEL AANRADEN BIJ OMGEVING

Would you visit WGW again?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	148	92,4	94,2	94,2
	no	9	5,7	5,8	100,0
	Total	155	98,1	100,0	
Missing	System	3	1,9		
Total		158	100,0		

Would you recommend WGW to others? * Would you visit WGW again? Crosstabulation					
			Would you visit WGW again?		Total
			yes	no	
Would you recommend WGW to others?	yes	Count	138	1	137
		% within Would you recommend WGW to others?	99,3%	0,7%	100,0%
	no	Count	6	8	14
		% within Would you recommend WGW to others?	42,9%	57,1%	100,0%
Total		Count	142	9	151
		% within Would you recommend WGW to others?	94,0%	6,0%	100,0%

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	72,119 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	62,408	1	,000		
Likelihood Ratio	37,280	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	71,642	1	,000		
N of Valid Cases	151				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,83.

b. Computed only for a 2x2 table

Correlations			
		Would you visit WGW again?	Would you recommend WGW to others?
Would you visit WGW again?	Pearson Correlation	1	,691 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	155	151
Would you recommend WGW to others?	Pearson Correlation	,691 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	151	151

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Bijlage VII. Antwoorden open vragen

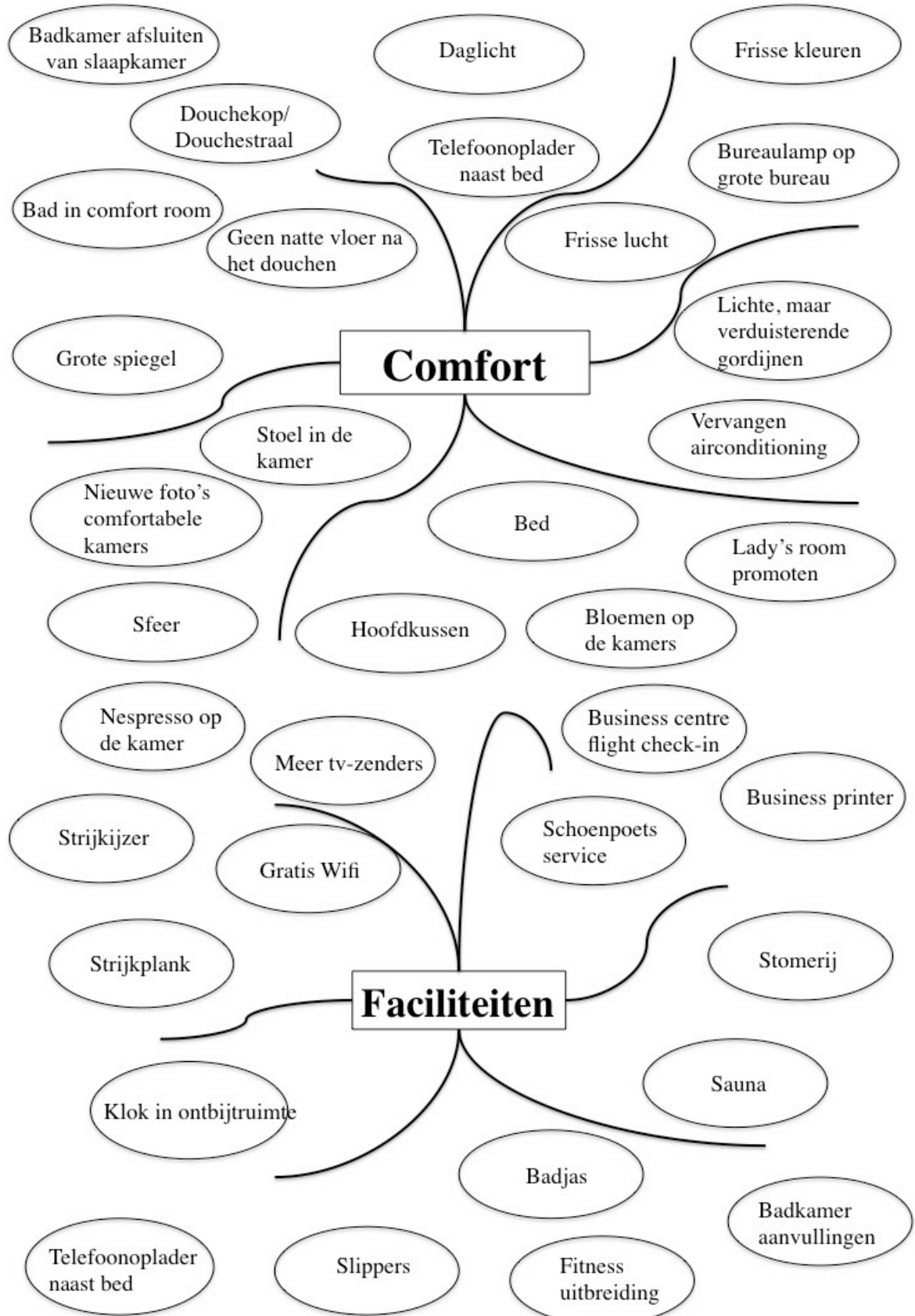
De respondenten kregen behalve gesloten vragen ook open vragen voor zich die ze konden beantwoorden. De uitkomsten van deze vragen zijn gebruikt voor de aanbeveling en implementatie van het klanttevredenheidsonderzoek.

Suggestie ‘points for improvement’	Suggestie ‘points for improvement’
Betere matrassen en kussens	Lichtere kamers
Harder kussen	Zwembad
Strijkijzer	Sauna of stoombad
Gesloten badkamer voor toiletprivacy	Verbetering fitness
Gratis internet voor comfort room	Ramen die open kunnen
Verbetering van de douche en douchekop	Klok in de ontbijtruimte
Meer opties tv-zenders	Betere cosmetica in badkamer
Hallal-eten bij ontbijt	Liften versnellen
Badkuip in badkamer comfort room	Business centre vluchten incheck service
Minder tourgroepen	Lamp op bureau om 's avonds te werken
Groot bureau om aan te werken	Andere gordijnen
Comfortabeler meubilair op de kamer	Airconditioning vervangen

TABEL 1. ANTWOORDEN OPEN VRAGEN VAN DE SURVEY

Bijlage VIII. Aanbeveling

De aanbeveling voor het management van Worldhotel Grand Winston betreft een investering in de deelaspecten 'comfort' en 'faciliteiten'. Ten behoeve van de aanbeveling is een woordweb gemaakt, zodat op een creatieve manier kan worden nagegaan hoe de tevredenheid van de gasten van Worldhotel Grand Winston te beïnvloeden is.



Bijlage IX. Logboek

Logboek Floor Gostelie eindscriptie 2014

Datum	Betrokken/Locatie	Activiteit
06-01-2014	Student Floor Gostelie en Patrick Bruins Leidschendam	Sollicitatiegesprek met directeur bedrijf afstudeeropdracht
06-01-2014	Student Floor Gostelie en Martien Schriemer Hogeschool Leiden	Aanvraag afstuderen indienen bij afstudeercoördinator
06-01-2014	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw Hogeschool Leiden	Afstudeersessie 1 Probleemformulering
09-01-2014	Student Floor Gostelie en Martien Schriemer Hogeschool Leiden	Goedkeuring afstudeeropdracht begin PVA
10-01	Student Floor Gostelie en Amber Rap Leidschendam	Bespreking bedrijfsbegeleider bedrijf van afstudeeronderzoek
17-01	Student Floor Gostelie en Amber Rap Leidschendam	Bespreking bedrijfsbegeleider probleemformulering
18-01	Student Floor Gostelie	Literatuuronderzoek
03-02	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw Hogeschool Leiden	Afstudeersessie 2 PVA en literatuuronderzoek
06-02	Student Floor Gostelie en Amber Rap Leidschendam	Bespreking bedrijfsbegeleider Probleemformulering en theorie
07-02	Student Floor Gostelie	Literatuuronderzoek en probleemformulering
13-02	Student Floor Gostelie en Amber Rap Leidschendam	Bespreking bedrijfsbegeleider Probleemformulering en theorie
27-02	Student Floor Gostelie en Amber Rap Leidschendam	Bespreking bedrijfsbegeleider Probleemformulering en theorie
28-02	Student Floor Gostelie	Literatuuronderzoek en verwerking feedback bedrijfsbegeleider
28-02	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw Hogeschool Leiden	Afstudeersessie 3 Theoretisch Kader
29-02	Student Floor Gostelie	Verwerking feedback afstudeersessie en voorbereiding deadline PVA kans 1
03-03	Student Floor Gostelie Hogeschool Leiden	Inleveren PVA incl TK
11-03	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw	No-go PVA

14-03	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw Hogeschool Leiden	Afstudeersessie 4 Uitvoering onderzoek Feedback no-go PVA
15-03	Student Floor Gostelie	Verwerking feedback en andere richting op met PVA
20-03	Student Floor Gostelie en Amber Rap Leidschendam	Bespreking bedrijfsbegeleider Concretiseren probleem en theorie
20-03	Student Floor Gostelie	Verwerking feedback bedrijfsbegeleider en doorgaan met literatuuronderzoek
20-03	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw	Bespreking afstudeerbegeleider Feedback vordering PVA probleemformulering en theoretisch kader
28-03	Student Floor Gostelie en Floor Gostelie	Bespreking afstudeerbegeleider Feedback vordering PVA probleemformulering, theoretisch kader en methodologie
31-03	Student Floor Gostelie	Herkansing PvA incl. TK
01-04 – 08-04	Student Floor Gostelie	Voortzetting literatuuronderzoek
08-04	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw Hogeschool Leiden	Feedback herkansing PvA Probleemformulering, TK en methodologie aanpassen. Concretiseren en aannames weghalen.
08-04 – 16-04	Student Floor Gostelie	Verwerking feedback van afstudeersessie
11-04	Student Floor Gostelie en Amber Rap Leidschendam	Bespreking bedrijfsbegeleider
12-04	Student Floor Gostelie	Verwerking feedback bedrijfsbegeleider en voorbereiding fieldresearch
16-04	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw Hogeschool Leiden	Afstudeersessie 5 Analyseren en schrijven
18-04	Student Floor Gostelie en Amber Rap Rijswijk	Bespreking bedrijfsbegeleider
18-04 – 23-04	Student Floor Gostelie	Vorbereiding fieldresearch, ontwerpen vragenlijst
22-04	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw Hogeschool Leiden	Bespreking afstudeerbegeleider voortgang scriptie en bespreking probleemformulering

23-04 – 06-05	Student Floor Gostelie en respondenten van Worldhotel Grand Winston Rijswijk	Fieldresearch
06-05	Student Floor Gostelie en Amber Rap Rijswijk	Bespreking bedrijfsbegeleider
07-05	Student Floor Gostelie	Analyseplan opstellen
08-05	Student Floor Gostelie	Start analyse resultaten met SPSS
09-05	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw	Afstudeersessie 6 Analyseren en schrijven
09-05 -19-05	Student Floor Gostelie	Analyse resultaten in SPSS
19-05	Student Floor Gostelie en Elianne Caljouw Hogeschool Leiden	Laatste bespreking voor inleveren scriptie: resultatenverwerking en conclusie
21-05	Student Floor Gostelie en Martien Schriemer	Telefoongesprek over SPSS resultatenverwerking met correlaties
21-05	Student Floor Gostelie	Wederom analyse in SPSS voor diepere resultaten.
23-05	Student Floor Gostelie	Start afronding scriptie
26-05	Student Floor Gostelie Hogeschool Leiden	Inleveren scriptie en uploaden Ephorus Inleveren beoordeling opdrachtgever Inleveren reflectieverslag en uploaden Ephorus

Planning

Datum	Betrokken/Locatie	Activiteit
17-06	Floor Gostelie Beoordelaar Uta Schmidt Beoordelaar Martien Schriemer	Go/no-go scriptie en oproep voor verdediging
27-06	Student Floor Gostelie Afstudeerbegeleider Elianne Caljouw Beoordelaar Uta Schmidt	Indien een Go: verdediging scriptie.
04-07	Student Floor Gostelie	Indien een voldoende voor scriptie en verdediging: uploaden scriptie HBOKennisbank
08-07	Floor Gostelie Hogeschool Leiden	Indien een voldoende voor scriptie en verdediging: Bacheloruitreiking opleiding hbo Communicatie