

# Service quality evaluation in the **tourist apartments industry**: A segmented and weighted **importance-satisfaction analysis**

JUAN CARLOS MARTÍN \* [ jcmartin@daea.ulpgc.es ]

CIRA MENDOZA \*\* [ cmendoza@acciones.ulpgc.es ]

CONCEPCIÓN ROMÁN \*\*\* [ croman@daea.ulpgc.es ]

**Abstract** | Hospitality industry is highly competitive and meeting customer needs and expectations is essential today for consumer loyalty and business sustainability. This paper aims to develop an analytical framework to assist a sample of four complexes of tourist apartments in identifying and setting improvement priorities on their direct quality-based strategies. A synthetic service quality indicator adjusted by resources ( $SQI_{abr}$ ) through a weighted importance-satisfaction matrix has been created in order to analyze and rank the performance of each establishment. Data were obtained from 164 customer reviews for 47 service quality attributes and from two different segments: repeat and first-time tourists. Through segmentation, this study allows managers to identify differences between both user groups and implement more accurate planning and decision making strategies to enhance the quality of their services and, consequently, to improve their long-term success.

**Keywords** | Importance-satisfaction analysis, Segmentation, Customer satisfaction, Tourist apartments industry, Synthetic service quality indicator.

**Resumo** | O setor da hotelaria é altamente competitivo e atender às necessidades e expectativas dos clientes é hoje essencial para a lealdade do consumidor e sustentabilidade do negócio. Este trabalho tem como objetivo desenvolver um quadro analítico para auxiliar uma amostra de quatro complexos de apartamentos turísticos na identificação e definição de prioridades de melhoria nas suas estratégias diretas, com base na qualidade. A fim de analisar e classificar o desempenho de cada estabelecimento foi criado um indicador sintético de qualidade de serviço ajustado por recursos ( $SQI_{abr}$ ), através de uma matriz de importância-satisfação ponderada. Os dados foram obtidos a partir de 164 comentários de clientes para 47 atributos de qualidade de serviço e dois segmentos diferentes: repetição e turistas de primeira viagem. Através da segmentação, este estudo permite aos gestores identificar as diferenças entre os dois grupos de utilizadores e implementar estratégias de tomada de decisão e de planeamento mais precisas para melhorar a qualidade dos seus serviços e, consequentemente, potenciar o seu sucesso a longo prazo.

**Palavras-chave** | Análise de importância-satisfação, Segmentação, Satisfação do cliente, Apartamentos turísticos, Indicador sintético de qualidade de serviço.

\* **PhD in Economics** from the University of Las Palmas de Gran Canaria. **Full Professor** at the University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain.

\*\* **Junior Researcher and PhD Candidate** at the University of Las Palmas de Gran Canaria. **MSc in Tourism Management and Planning** from the University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain.

\*\*\* **PhD in Economics** from the University of Las Palmas de Gran Canaria. **Full Professor** at the University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain.