



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

***FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PERKHIDMATAN
KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI, KOPERASI DAN
KEPENGUNAAN WILAYAH PERSEKUTUAN PUTRAJAYA DAN
KUALA LUMPUR, MALAYSIA***

ZULFAMY BIN MAT UDI

FEM 2018 29



**FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PERKHIDMATAN
KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI, KOPERASI DAN
KEPENGUNAAN WILAYAH PERSEKUTUAN PUTRAJAYA DAN
KUALA LUMPUR, MALAYSIA**

Oleh

ZULFAMY BIN MAT UDI

**Tesis yang dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah, Universiti Putra
Malaysia, sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Master Sains**

Jun 2018

HAK CIPTA

Semua bahan yang terkandung dalam tesis ini, termasuk teks tanpa had, logo, iklan, gambar dan semua karya seni lain, adalah bahan hak cipta Universiti Putra Malaysia kecuali dinyatakan sebaliknya, Penggunaan mana-mana bahan yang terkandung dalam tesis ini dibenarkan untuk tujuan bukan komersil daripada pemegang hak cipta. Penggunaan komersil bahan hanya boleh dibuat dengan kebenaran bertulis terdahulu yang nyata daripada Universiti Putra Malaysia,

Hak cipta © Universiti Putra Malaysia



Abstrak tesis yang dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk ijazah Master Sains

**FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PERKHIDMATAN
KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI, KOPERASI DAN
KEPENGUNAAN WILAYAH PERSEKUTUAN PUTRAJAYA DAN
KUALA LUMPUR, MALAYSIA**

Oleh

ZULFAMY BIN MAT UDI

Jun 2018

Pengerusi : Profesor Madya Mohamad Fazli bin Sabri, PhD
Fakulti : Ekologi Manusia

Kepuasan pelanggan merupakan satu aspek penting yang perlu diberikan perhatian oleh para penyedia perkhidmatan di semua sektor termasuklah di sektor perkhidmatan awam. Rata-rata pelanggan jika ditanya berkaitan keinginan mereka terhadap sesuatu perkhidmatan jawapan mereka adalah sama iaitu inginkan perkhidmatan yang berkualiti sesuai dengan jangkaan dan kehendak mereka. Perkhidmatan yang berkualiti memberi impak yang besar ke atas nama baik sesebuah organisasi kerana ianya akan dinilai oleh pelanggan. Kajian ini tertumpu kepada kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan di sektor awam iaitu di Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) dan lokasi kajian yang dipilih adalah di Wilayah Persekutuan Putrajaya dan Kuala Lumpur.

Kajian ini merupakan kajian tinjauan berbentuk deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif menerusi kaedah pensampelan sistematik. Pengumpulan data kajian dilakukan menerusi pengedaran borang soal selidik kepada 250 responden iaitu 50% lelaki dan 50% perempuan yang merupakan pelanggan di kedua-dua pejabat KPDNKK tersebut. Julat kumpulan umur di antara 30-39 tahun dilihat paling tinggi iaitu 49.6% manakala etnik melayu merupakan responden paling tinggi iaitu 60%. Jika dilihat dari sudut pendidikan pula di dapati responden mempunyai pendidikan sehingga tahap Penilaian Menengah Rendah adalah yang tertinggi iaitu 64% berbanding dengan tahap pendidikan.

Soal selidik perkhidmatan berkualiti yang dinilai oleh responden adalah diadaptasikan daripada Model SERVQUAL iaitu Lima Dimensi Kualiti Perkhidmatan yang terdiri dari Dimensi Kebolehpercayaan, Dimensi Jaminan, Dimensi Penampilan, Dimensi Empati dan Dimensi Tindak Balas. Pembentukan kerangka kajian adalah berasaskan kepada model ini dan Teori *Expectancy Disconfirmation* (EDT). Penganalisan data melibatkan analisis deskriptif dan inferensi seperti Ujian Pekali Korelasi Pearson, ujian-t, ujian ANOVA dan ujian Regresi Pelbagai.

Dapatan kajian menunjukkan bahawa responden lelaki dan etnik Cina mempunyai tahap kepuasan yang tinggi terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh pihak KPDNKK. Manakala jika dilihat dari sudut kualiti perkhidmatan didapati jika sebelum pelanggan mendapatkan perkhidmatan purata tertinggi adalah Dimensi Penampilan dan Dimensi Jaminan manakala selepas mendapatkan perkhidmatan didapati Dimensi Jaminan dan Dimensi Tindak Balas dan jurang purata pula mendapati bahawa Dimensi Tindak Balas dan Dimensi Kebolehpercayaan adalah yang tertinggi.

Hasil kajian ini diharap dapat membantu pihak KPDNKK untuk terus meningkatkan mutu perkhidmatan serta menaik taraf sistem penyampaian sepertimana kehendak rakyat sebagai pelanggan dan ianya boleh digunapakai dan oleh semua agensi kerajaan. Selain itu sektor swasta turut dapat menjadikan kajian ini sebagai rujukan.

Abstract of thesis presented to the Senate of Universiti Putra Malaysia in fulfilment of the requirement for the degree of Master of Science

**PREDICTORS OF CUSTOMER SATISFACTION
TOWARDS SERVICES OFFERED BY THE MINISTRY OF DOMESTIC
TRADE, COOPERATIVES AND CONSUMERISM FEDERAL TERRITORY
OF PUTRAJAYA AND KUALA LUMPUR, MALAYSIA.**

By

ZULFAMY BIN MAT UDI

June 2018

Chairman : Associate Professor Mohamad Fazli bin Sabri, PhD
Faculty : Human Ecology

Customer satisfaction is one of the important aspects that should be focused by service providers in all sectors including civil service sector. In general, if customers were asked about their desire for a service, their answer will be the same, which they want a good quality service that is in line with their expectations and wants. Good quality service has a great impact on the reputation of an organization because it will be evaluated by the customers. This study aims to investigate customer satisfaction towards the services offered by the Ministry of Domestic Trade, Co-operatives and Consumerism (KPDNKK) in the Federal Territory of Putrajaya and Kuala Lumpur.

This is a descriptive study that use quantitative approach and systematic sampling methodology. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires to 250 respondents which were equally distributed among female (50%) and male (50%) who were customers at both *KPDNKK* offices. Majority of the respondents aged from 30 to 39 years old with 49.6% and Malay ethnicity with 60%. *Penilaian Menengah Rendah* education level was recorded as the highest compare to others education level with 64%.

These questionnaire was adopted from the previous research and adapted based on the SERVQUAL Model which represents five dimensions of service quality i.e. Trust, Assurance, Appearance, Empathy and Feedback. The formation of this study framework was based on Expectancy Disconfirmation Theory (EDT). Data analysis was comprised of descriptive and inference analysis such as Pearson Correlation Coefficient test, T-test, ANOVA test and Multiple Regression test.

The findings showed that men and Chinese respondents have high level of satisfaction towards the services offered by the *KPDNKK*. Results found that Dimensions of Appearance and Assurance have a highest mean before customer received the services. Whereas, Dimensions of Assurance and Feedback were found to be the highest mean after services been received.

The findings of this study are expected to assist *KPDNKK* in improving service quality as well as upgrading delivering system as required by the citizens as customers and it can be use by all government agencies. Besides that, private sector also can take this study as a refrence.



PENGHARGAAN

Alhamdulillah, syukur ke hadrat Allah S.W.T. kerana dengan limpah rahmat, keberkatan yang dianugerahkan akhirnya tesis ini berjaya disiapkan seperti mana yang telah diamanahkan. Kalungan jutaan terima kasih buat Prof Madya Dr. Mohamad Fazli Sabri selaku Pengerusi Jawatankuasa Penyeliaan yang telah banyak mencurahkan ilmu, memberi bimbingan dan galakan serta tunjuk ajar dengan penuh ikhlas dalam menyiapkan tesis ini. Tidak ketinggalan terima kasih tidak terhingga buat Prof Dr. Ahmad Hariza bin Hashim selaku Ahli Jawatankuasa Penyeliaan yang telah banyak memberi galakan, panduan dan semangat untuk menyiapkan tesis ini.

Seterusnya kepada semua pensyarah dan kakitangan di Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia (UPM) yang turut memberi bantuan kelancaran penulisan tesis. Kepada Bonda Wan Mariah Wan Yahya yang turut memberikan aura dan semangat serta iringan doa untuk melihat sekali lagi anaknda di majlis graduasi. Buat isteri tersayang Nurul Aini Binti Muhammad serta anak-anak Intan Nur Adriana, Muhammad Zaquan Syahmy, Intan Nur Afriena, Intan Nur Areana, Intan Nur Airiena, Intan Nur Addeena dan Muhammad Zafran Syahmy yang banyak memberi ruang dan masa untuk tugas ini. Jutaan terima kasih juga buat YBhg Dato Mohd. Roslan bin Mahayuddin, Pengarah Penguatkuasa KPDNKK W.P Putrajaya dan Puan Ummi Nasrah binti Othman, Pengarah Pejabat PDNKK W.P Kuala Lumpur kerana memberi peluang kajian ini dilakukan. Rakan-rakan seperjuangan baik di fakulti atau di tempat kerja yang turut memberi semangat untuk membuat penulisan yang terbaik. Terima kasih semua, semoga Allah S.W.T. memberi balasan “Jannah” buat semua.

Tesis ini telah dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia dan telah diterima sebagai memenuhi syarat keperluan untuk Ijazah Master Sains. Ahli-ahli Jawatankuasa Penyeliaan adalah seperti berikut:

Mohamad Fazli bin Sabri, PhD
Profesor Madya
Fakulti Pengajian Pendidikan
Universiti Putra Malaysia
(Pengerusi)

Ahmad Hariza bin Hashim, PhD
Profesor
Institut Pengajian Sains Sosial
Universiti Putra Malaysia
(Ahli)

ROBIAH BINTI YUNUS, PhD
Profesor dan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh:

Perakuan pelajar siswazah

Saya memperakui bahawa

- tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- setiap petikan, kutipan dan ilustrasi telah dinyatakan sumbernya dengan jelas;
- tesis ini tidak pernah dimajukan sebelum ini dan tidak dimajukan serentak dengan ini, untuk ijazah lain sama ada di Universiti Putra Malaysia atau institusi lain;
- hak milik intelek dan hakcipta tesis ini adalah hak milik mutlak Universiti Putra Malaysia, mengikut Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- kebenaran bertulis daripada penyelia dan pejabat Timbalan Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) hendaklah diperolehi sebelum tesis ini diterbitkan (dalam bentuk bertulis, cetakan atau elektronik) termasuk buku, jurnal, modul, prosiding, tulisan popular, kertas seminar, manuskrip, poster, laporan, nota kuliah, modul pembelajaran atau material lain seperti yang dinyatakan dalam Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- tiada plagiat atau pemalsuan/fabrikasi data dalam tesis ini, dan integriti ilmiah telah dipatuhi mengikut Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) dan Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012. Tesis ini telah diimbaskan dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: _____

Tarikh: _____

Nama dan No. Matrik: Zulfamy Bin Mat Udi, GS 40498

Perakuan Ahli Jawatankuasa Penyelidikan

Dengan ini diperakukan bahawa:

- penyelidikan dan penulisan tesis ini adalah di bawah selian kami;
- tanggungjawab penyelian sebagaimana yang dinyatakan dalam Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) telah dipatuhi.

Tandatangan: _____

Nama Pengerusi

Jawatankuasa

Penyeliaan: Profesor Madya Dr. Mohamad Fazli bin Sabri

Tandatangan: _____

Nama Ahli

Jawatankuasa

Penyeliaan: Profesor Dr. Ahmad Hariza bin Hashim

JADUAL KANDUNGAN

Muka surat

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
PENGHARGAAN	v
PENGESAHAN	viii
PERAKUAN	xiv
SENARAI JADUAL	xiii
SENARAI RAJAH	xiv
SENARAI SINGKATAN	xv

BAB

1	PENDAHULUAN	1
	1.1 Pengenalan	1
	1.2 Latar Belakang	1
	1.3 Pernyataan Masalah	3
	1.4 Persoalan Kajian	6
	1.5 Objektif Kajian	6
	1.5.1 Objektif Umum Kajian	6
	1.5.2 Objektif Khusus Kajian	7
	1.6 Hipotesis Kajian	7
	1.7 Skop Kajian	8
	1.8 Limitasi Kajian	10
	1.9 Kepentingan Kajian	10
	1.9.1 Penyelidik	10
	1.9.2 Organisasi	10
	1.9.3 Pelanggan	11
	1.10 Definisi Istilah	11
2	SOROTAN LITERATUR	14
	2.1 Pengenalan	14
	2.2 Kepuasan Pelanggan	14
	2.3 Kualiti Perkhidmatan	15
	2.4 Kualiti Perkhidmatan Dalam Perkhidmatan Awam	16
	2.5 Faktor Sosio Demografi	21
	2.6 Pembentukan Kerangka Kerja	22
	2.6.1 Teori <i>Expectancy Disconfirmation</i> (EDT)	22
	2.6.2 Model Kualiti Perkhidmatan (SERVQUAL)	24
	2.6.2.1 Perkembangan SERVQUAL	26
	2.7 Kerangka Konseptual Kajian	29
3	METODOLOGI KAJIAN	32
	3.1 Pengenalan	32
	3.2 Deskriptif Kajian	32
	3.3 Populasi dan Kaedah Persampelan	32

3.4	Saiz Sampel dan Pengiraan Saiz Sampel	34
3.5	Pengumpulan Data	35
3.6	Pembinaan Instrumen	36
3.6.1	Sosio Demografi	37
3.6.2	Kualiti Perkhidmatan	37
3.6.3	Kepuasan Pelanggan	38
3.7	Ringkasan Pengukuran Pemboleh Ubah	38
3.8	Kesahan Borang Soal Selidik (<i>Validity</i>)	40
3.9	Pra Uji	40
3.10	Ujian Kebolehpercayaan (<i>Reliability</i>)	40
3.11	Analisis Data Eksploratori (EDA)	41
3.11.1	Ujian Kenormalan	41
3.11.2	Andaian Equality of Variance	42
3.11.3	Ujian Multikolineariti	42
3.12	Analisis Data	43
3.12.1	Analisis Deskriptif	43
3.12.2	Analisi Pekali Korelasi	43
3.12.3	Analisis Ujian-t	43
3.12.4	<i>Analysis of Variance</i> (ANOVA)	44
3.12.5	Analisis Regrasi Pelbagai	44
3.13	Analisis Faktor	44
3.13.1	Kualiti Perkhidmatan	44
3.13.2	Kepuasan Pelanggan.	46
4	HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN	47
4.1	Pengenalan	47
4.2	Profil Demografi Responden	47
4.3	Pola Perkhidmatan di KPDNKK	49
4.4	Kualiti Perkhidmatan	51
4.5	Kepuasan Pelanggan	57
4.5.1	Purata Skor Tahap Kepuasan Pelanggan	59
4.6	Pengujian Hipotesis	59
4.6.1	Perbezaan Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Faktor Sosio-Demografi Terpilih	60
4.6.2	Perkaitan antara Lima Dimensi Kualiti Perkhidmatan Dengan Kepuasan Pengguna	62
4.6.3	Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan	66
5	KESIMPULAN DAN CADANGAN	71
5.1	Pengenalan	71
5.2	Ringkasan Kajian	71
5.3	Kesimpulan	74
5.4	Implikasi Kajian	74
5.5	Cadangan Kajian Datang	75
	RUJUKAN	76
	LAMPIRAN	86



SENARAI JADUAL

Jadual	Muka surat
1.1 Statistik Jenis Aduan Bagi Tahun 2017	4
2.1 Ringkasan Kajian Yang menggunakan SERVQUAL	29
3.1 Pembahagian Borang Soal Selidik Mengikut Jantina dan Etnik	33
3.2 Penentuan Saiz Sampel	35
3.3 Kadar Maklum Balas Borang Soal Selidik	36
3.4 Ringkasan Setiap Pemboleh Ubah dan Pengukuran	39
3.5 Ujian Kebolehpercayaan (<i>Reliability Test</i>)	41
3.6 Nilai <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i>	42
3.7 Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i>	43
3.8 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Kualiti Perkhidmatan	45
3.9 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Kepuasan Pelanggan	46
4.1 Profil Demografi (n=250)	48
4.2 Pola Perkhidmatan di KPDNKK	50
4.3 Skor Kualiti Perkhidmatan	52
4.4 Jurang Purata Dimensi Kualiti Perkhidmatan	56
4.5 Skor Subskala Kepuasan Pelanggan	57
4.6 Kepuasan Pelanggan	59
4.7 Perbezaan Kepuasan Pelanggan mengikut Umur	60
4.8 Perbezaan Kepuasan Pelanggan mengikut Jantina	60
4.9 Perbezaan Kepuasan Pelanggan mengikut Etnik	61
4.10 Perbezaan Kepuasan Pelanggan mengikut Tahap Pendidikan	62
4.11 Pekali Korelasi antara Lima Dimensi Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan	66
4.12 Faktor Peramal Kepuasan Pelanggan	67
4.13 Jurang Faktor Peramal Kepuasan Pelanggan	68
4.14 Ringkasan Pengujian Hipotesis	69

SENARAI RAJAH

Rajah	Muka surat
2.1 Teori <i>Expectancy Disconfirmation</i> (Oliver, 1980)	23
2.2 Model Jurang Kualiti Perkhidmatan	26
2.3 Model SERVQUAL	27
2.4 Kerangka Kajian	30



SENARAI SINGKATAN

MAMPU	Unit Pemodenan Tadbiran dan Perancangan Pengurusan Malaysia
RMK-11	Rancangan Malaysia ke-11
KPDNKK -	Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan
W.P	Wilayah Persekutuan
KUIS	Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
UTC	<i>Urban Transformation Centre</i> (Pusat Trasformasi Bandar)
OCS	<i>One Stop Center</i>
SERVQUAL	<i>Service Quality</i>
EDT	<i>Expectancy Disconfirmation Theory</i>
JKE	Jawatankuasa Etika
UPM	Universiti Putra Malaysia
VIF	<i>Variance Inflation Factor</i>
ANOVA	<i>Analysis of Variance</i>
IV	<i>Independent Variable</i>
DV	<i>Dependent Variable</i>
STPM	Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia
SPM	Sijil Pelajaran Malaysia
PhD	<i>Doctor of Philosophy</i>
KMO	<i>Kaise-Mayer-Olkin</i>

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Bab ini mengandungi latar belakang kajian dan permasalahan kajian disusuli dengan penjelasan mengenai objektif kajian, hipotesis kajian, skop kajian, kepentingan kajian dan definisi istilah bagi pemboleh ubah kajian. Bab pertama ini juga memberi gambaran secara menyeluruh mengenai penulisan kajian ini.

1.2 Latar Belakang

Perkhidmatan dianggap sebagai tunjang utama kepada organisasi dalam pelbagai bidang seperti sektor perbankan, kesihatan, perhotelan, telekomunikasi dan lain-lain. Ini adalah kerana perkhidmatan yang berkualiti mampu mencerminkan kekuatan sesebuah organisasi. Oleh yang demikian, sektor perkhidmatan awam juga tidak terkecuali dalam menyediakan perkhidmatan yang berkualiti sekaligus dapat mencerminkan kejayaan kerajaan dalam menyediakan perkhidmatan yang menyeluruh kepada masyarakat. Lantaran itu, kerajaan dalam Rancangan Malaysia ke-11, memperkenalkan beberapa pembaharuan dalam penyampaian perkhidmatan awam yang sepadan dengan teknologi terkini, norma dan kehendak masyarakat agar objektif kerajaan dapat dicapai.

Sektor perkhidmatan awam mempunyai pelbagai kategori pelanggan yang merangkumi rakyat, komuniti peniaga dan pengusaha, pegawai sektor awam atau swasta (Zamil & Shammot, 2011). Disebabkan pelanggan yang terdiri daripada pelbagai peringkat kepentingan, penyampaian perkhidmatan awam harus dimantapkan terutamanya dari aspek kepantasan perkhidmatan, kecekapan dan juga integriti. Oleh yang demikian, penyampaian perkhidmatan yang diberikan oleh sektor awam perlu diberi tumpuan agar dapat memberi kepuasan kepada pelanggan yang berkepentingan seterusnya dapat membawa kepada peningkatan dalam kedudukan (*ranking*) kerajaan dalam indeks-indeks persaingan global antaranya adalah Indeks Pembangunan Kerajaan Elektronik (Rancangan Malaysia ke-11, 2017). Oleh sebab itu kualiti dianggap sebagai satu strategi untuk membangunkan sesuatu perkhidmatan untuk terus bersaing (Ali, 2013).

Kepuasan pelanggan dan kualiti perkhidmatan mempunyai perkaitan dimana ianya telah mendapat perhatian para pengkaji sejak kebelakangan ini (Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman, 2002). Banyak kajian telah dijalankan dan dapatan kajian menunjukkan hubungan positif antara kualiti perkhidmatan dengan tahap kepuasan pelanggan (Kouthouris & Alexandris, 2005).

Maka bertitik tolak dari itu, kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan terus menerus diberi penekanan oleh kerajaan menerusi agensi-agensi yang berkaitan agar perkhidmatan yang berkualiti dapat diberikan oleh organisasi sekaligus dapat mencapai jangkaan atau harapan pelanggan. Oleh itu, kebanyakan syarikat atau agensi dan penyedia perkhidmatan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai kayu ukur terhadap kejayaan mereka (Mohammad, 2012).

Kegagalan dalam menyediakan perkhidmatan seperti yang diharapkan menyebabkan ketidakpuasan hati dalam kalangan pelanggan dan mengakibatkan peralihan pelanggan kepada organisasi lain yang menawarkan perkhidmatan yang sama (Nasir, Azizan & Boon 2011), namun sesetengah perkhidmatan sebagai contohnya perkhidmatan pendaftaran dan imgresen hanya boleh dilakukan di organisasi tertentu sahaja maka pelanggan tidak mempunyai pilihan selain menggunakan perkhidmatan yang telah disediakan. Maka adalah perlu bagi perkhidmatan awam menaikkan mutu perkhidmatan agar pelanggan dapat menikmati kualiti perkhidmatan sepenuhnya.

Bagi memastikan kepuasan pelanggan, perkhidmatan awam haruslah mengambil kira keperluan dan reaksi pelanggan (Zeng, Yang, Li & Fam, 2010). Namun, kerana birokrasi sehingga menyebabkan perjalanan sesuatu dokumen tidak dapat dicepatkan merupakan salah satu masalah utama dalam perkhidmatan awam. Dalam hal ini, MAMPU menerusi RMK-11 memperkenalkan beberapa inisiatif bagi mengurangkan kadar kerana birokrasi dan hierarki dan kurangnya pemusatan kerja agar perkhidmatan yang lebih cepat, cekap dan berkesan dapat diberikan kepada masyarakat.

Untuk memastikan penyampaian perkhidmatan yang ditawarkan sampai dan memberi kepuasan kepada masyarakat maka salah satu saluran terkini adalah melalui penubuhan laman sesawang bagi setiap perkhidmatan awam. Ini dilakukan agar keberkesanan sistem penyampaian perkhidmatan kerajaan yang berpaksikan rakyat (*citizen-centric*) dapat tercapai. Selain itu, ia juga dapat memberikan kemudahan kepada rakyat dengan memberi akses kepada maklumat dengan cepat dan mudah, memberi penjimatan kos dan masa kepada masyarakat. Kemudahan yang disediakan ini akan menyebabkan pelanggan menjangkakan perkhidmatan yang lebih pantas dan efisien berbanding urusan di kaunter. Namun, disebabkan oleh kurangnya kemahiran dalam pegawai yang menguruskan laman sesawang kerana kemahiran yang ada tidak dikekalkan dalam organisasi akibat pertukaran atau kenaikan pangkat menyebabkan objektif penyampaian perkhidmatan kepada masyarakat adalah tidak seperti yang diharapkan (RMK-11, 2017).

Hal ini menurut Zamil dan Shammot (2011), adalah menjadi tanggungjawab kerajaan melalui agensi-agensinya menyediakan maklumat serta perkhidmatan untuk setiap kelompok pelanggannya terutama rakyat pada peringkat bawah. Penyampaian perkhidmatan ini akan dinilai oleh pihak pelanggan setiap kali mereka berurusan. Penilaian oleh pelanggan amat diperlukan bagi sesebuah organisasi mengesan kelemahan-kelemahan yang boleh diperbaiki di dalam memberikan perkhidmatan

yang berkualiti memenuhi kehendak pelanggan. Penilaian yang diberikan oleh pelanggan merupakan satu cara untuk menentukan keberkesanan organisasi dalam menawarkan perkhidmatan yang berkualiti (Haliyana & Atiyah, 2014). Pelanggan mengharapkan perkhidmatan yang tertentu daripada organisasi dan organisasi mempunyai tanggungjawab untuk memenuhi harapan pelanggan. Sekiranya pelanggan mendapat kepuasan daripada perkhidmatan yang diberikan maka organisasi tersebut telah mencapai keberkesanan dalam menawarkan perkhidmatan mereka terhadap pelanggan. Maka kajian dan pengukuran kepada tahap kepuasan pelanggan merupakan sebahagian langkah untuk memperbaiki kualiti barangan atau perkhidmatan yang akhirnya menjadikan organisasi tersebut sebagai sebuah organisasi yang kompetitif (Anuar & Suzyanty, 2009).

1.3 Pernyataan Masalah

Sektor perkhidmatan awam merupakan medium perantaraan dari kerajaan kepada masyarakat yang membantu keberkesanan pentadbiran awam negara. Ianya berperanan membantu pelbagai pihak berkepentingan atau pelanggan berkepentingan seperti pembekal, peniaga, ahli politik, agen-agen kerajaan, orang awam dan sebagainya menyebabkan penekanan yang berbeza diberikan oleh setiap organisasi tersebut. Oleh kerana kepelbagaian peranan yang terpaksa dihadapi kakitangan awam ini, maka prestasi organisasi kadang-kala berada di tapak lama (Ilhaamie, Sharifah & Siti, 2013).

Prestasi yang tidak memberangsangkan oleh kakitangan awam mengakibatkan kualiti perkhidmatan sektor awam tidak dapat menandingi sektor swasta terutamanya dari aspek kepuasan pelanggan. Walau bagaimanapun beberapa pengkaji lepas tidak sependapat membandingkan sektor awam dengan sektor swasta kerana sektor swasta lebih bermatlamatkan keuntungan berbanding sektor awam yang lebih memfokuskan kepada penyediaan perkhidmatan yang berkualiti kepada pelanggan (Ilhaamie et al., 2013; Harel & Tzafrir, 1999). Namun langkah sektor awam untuk meningkatkan mutu perkhidmatan dapat dilihat dengan menyediakan peti aduan kerana menurut Black (2001), kualiti perkhidmatan dapat dikenalpasti berdasarkan aduan.

Jadual 1.1 : Statistik Jenis Aduan Bagi Tahun 2017

Jenis Aduan	Jumlah	%
Perkhidmatan yang tidak memuaskan termasuk kaunter dan telefon	767	23.3
Tindakan yang tidak tepati kehendak pelanggan	548	16.6
Kegagalan ikut prosedur yang ditetapkan	522	15.9
Kegagalan penguatkuasaan	452	13.7
Tindakan tidak adil	343	10.4
Salah laku anggota awam	174	5.3
Salah guna kuasa/penyelewengan	169	5.1
Kekurangan kemudahan awam	160	4.9
Kepincangan pelaksanaan dasar dan kelemahan undang-undang	91	2.8
Lain-lain	66	2.0
JUMLAH	3,292	100

Jadual 1.1 menunjukkan statistik aduan pelanggan berdasarkan Biro Pengaduan Awam (2017) dan didapati jumlah keseluruhan pengaduan mengenai perkhidmatan awam adalah sebanyak 3,292 berbanding 4,086 aduan pada tahun 2016. Sebanyak 767 aduan pelanggan tidak berpuas hati dengan perkhidmatan kaunter dan telefon, diikuti dengan aduan terhadap tindakan yang tidak tepati kehendak pelanggan sebanyak 548 aduan dan 522 aduan berkaitan kegagalan ikut prosedur yang ditetapkan. Selain itu turut diterima aduan-aduan yang berkaitan dengan kegagalan penguatkuasaan, tindakan tidak adil, salah laku anggota awam, salah guna kuasa atau penyelewengan, kekurangan kemudahan awam, kepincangan pelaksanaan dasar dan kelemahan undang-undang dan lain-lain. Kesemua aduan-aduan ini berkait rapat dengan lima dimensi kualiti perkhidmatan iaitu kebolehpercayaan, jaminan, penampilan, empati dan tindak balas.

Daripada jumlah tersebut Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) menerima sebanyak 82 aduan pada tahun 2017 berbanding 150 aduan di tahun 2016, menunjukkan berlakunya penurunan yang ketara. Begitu juga jika dilihat penurunan aduan di kementerian lain seperti Kementerian Dalam Negeri pada tahun 2016 sebanyak 719 aduan namun di tahun 2017 turun kepada 547 aduan dan Kementerian Kesihatan menerima aduan sebanyak 354 pada tahun 2017 menurun berbanding 2016 sebanyak 445 aduan. Penurunan ini menunjukkan sektor awam semakin memperbaiki mutu perkhidmatan namun masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki untuk memastikan kepuasan pelanggan dapat dikekalkan dan dipenuhi dengan sebaiknya. Justeru, jika isu-isu seperti kualiti perkhidmatan, ketepatan masa, layanan, keberkesanan perkhidmatan diberi perhatian yang serius oleh pihak pemberi perkhidmatan maka jumlah pengaduan oleh pelanggan akan berkurangan.

Di KPDNKK bahagian yang paling tinggi menerima aduan adalah Bahagian Kepenggunaan sebanyak 1,450, diikuti Bahagian Penguatkuasa sebanyak 317, Bahagian Pembangunan Perniagaan 80 dan Bahagian Perdagangan Dalam Negeri 52. Perkhidmatan kaunter khidmat pengguna turut disediakan oleh KPDNKK untuk pengunjung mendapatkan khidmat nasihat, selain memberikan maklum balas, cadangan dan mengemukakan aduan. (Bernama, 24 Februari 2015).

Menurut Hassan, Silong dan Muslim (2009), tingkah laku, sikap dan etika kerja yang masih berada di kelas ketiga menyebabkan integriti perkhidmatan awam sentiasa dipertikaikan sebagai contoh pelanggan terpaksa menunggu lama untuk menyelesaikan dokumen kerana terpaksa menerima pengesahan daripada pihak yang lain. Ini adalah disebabkan oleh konsep saling bergantung tugas dalam sektor kerajaan di mana sesuatu tugas tidak dapat diselesaikan hanya melalui satu pihak tetapi memerlukan pelbagai peringkat pengesahan sebelum dokumen tersebut dapat diluluskan (Nadiah, Jalaluddin & Choy, 2015). Maka perkhidmatan agensi yang berkualiti adalah yang memenuhi harapan dan memuaskan hati pelanggan yang dilakukan secara cepat, tiada kesilapan, mudah diperolehi, tidak membebankan dan disertai layanan yang mesra dan sopan sepertimana yang disebut di dalam Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam, 1991.

Menurut Alin (2010), terdapat juga keadaan di mana pelanggan mengharapkan pegawai perkhidmatan menyambut atau menyapa pelanggan dengan sopan seperti yang diwar-warkan dalam media namun, terdapat pegawai yang tidak menyambut kedatangan pelanggan di organisasi tertentu dengan senyuman dan menyapa pelanggan dengan panggilan yang sesuai dan tidak memberi perhatian kepada pelanggan secara individu dan melakukan tugas yang lain ketika melayan pelanggan. Ini akan menyebabkan pelanggan berasa tidak dihargai dan menjadikan urusan lebih sukar kerana tidak mendapat kerjasama daripada kedua-dua pihak. Pegawai yang tidak mesra pelanggan terutamanya yang menguruskan pengurusan kaunter turut dilihat memberi layanan yang tidak memuaskan kepada pelanggan sekaligus menyebabkan gambaran pelanggan terhadap keseluruhan agensi berubah. Ini adalah kerana kaunter perkhidmatan merupakan pengurusan baris hadapan yang akan dituju oleh pelanggan terutamanya dalam mendapatkan informasi berkenaan agensi.

Selain itu, komponen seperti infrastruktur dan utiliti, rekabentuk, imej dan landskap, pengangkutan dan perhubungan yang senang diakses merupakan nilai tambah dalam kepuasan perkhidmatan (Nadiah, Jalaluddin & Choy, 2015). Namun, menurut Nadiah, Jalaluddin dan Choy (2015), menerusi kajiannya terhadap kepuasan pelanggan di Pusat Transformasi Bandar (UTC) Kuala Lumpur mendapati bahawa terdapat 10% responden tidak berpuas hati dengan kemudahan tempat menunggu yang tidak mencukupi sedangkan agensi dan jabatan berkenaan sering menjadi tumpuan pengujung berbanding agensi dan jabatan yang lain. Begitu juga keselesaan dan kemudahan ruang tempat menunggu di Jabatan Akauntan Negara Malaysia yang

menunjukkan penurunan sebanyak 0.56% pada tahun 2013 berbanding tahun sebelumnya.

Kepuasan pelanggan bukan hanya bergantung kepada kualiti perkhidmatan di sesuatu agensi semata-mata, tetapi turut melibatkan faktor demografi seperti umur, jantina, pendapatan, perkahwinan dan pekerjaan (Anitha, 2016). Faktor jantina contohnya mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kajian yang dibuat oleh Butler, Oswald dan Turner (1996) yang mendapati kaum wanita memberi penilaian yang lebih tinggi berbanding lelaki berkaitan dengan kualiti perkhidmatan hospital. Berdasarkan Biro Pengaduan Awam (2017), seramai 24.3% pelanggan lelaki membuat aduan mengenai ketidakpuasan hati pelanggan. Penilaian pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan turut berbeza jika dilihat dari aspek tahap pendidikan dan tahap pendapatan seperti menurut kajian oleh Jamal dan Naser (2003) yang dilakukan ke atas sektor perbankan dan perkara ini juga boleh dilihat ke atas sektor perkhidmatan awam.

1.4 Persoalan Kajian

Kajian ini ingin mengkaji faktor-faktor penentu kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan. Persoalan kajian adalah seperti berikut:

- 1) Adakah terdapat perbezaan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK mengikut faktor sosio demografi?
- 2) Sejauh manakah hubungan di antara lima dimensi kualiti perkhidmatan dengan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK?
- 3) Apakah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan mengenai perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK?

1.5 Objektif Kajian

1.5.1 Objektif Umum Kajian

Objektif umum kajian ini adalah mengukur tahap kepuasan pelanggan yang menggunakan perkhidmatan yang di tawarkan di KPDNKK W.P Putrajaya dan di KPDNKK W.P Kuala Lumpur.

1.5.2 Objektif Khusus Kajian

Manakala objektif khusus kajian ini adalah untuk;

- 1) Mengenal pasti perbezaan kepuasan pelanggan berdasarkan faktor sosio demografi terpilih (umur, jantina, etnik dan tahap pendidikan).
- 2) Mengkaji perkaitan di antara lima dimensi kualiti perkhidmatan (dimensi kebolehpercayaan, dimensi jaminan, dimensi penampilan, dimensi empati dan dimensi tindakbalas) dengan kepuasan pelanggan terhadap jangkaan perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK.
- 3) Menentukan samada faktor sosio demografi dan kualiti perkhidmatan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK.

1.6 Hipotesis Kajian

Terdapat enam hipotesis yang dibina selari dengan objektif kajian seperti berikut:

H1: Terdapat perbezaan yang signifikan dari segi kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK mengikut umur.

H2: Terdapat perbezaan yang signifikan dari segi kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK mengikut jantina.

H3: Terdapat perbezaan yang signifikan dari segi kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK mengikut etnik.

H4: Terdapat perbezaan yang signifikan dari segi kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK mengikut tahap pendidikan.

H5: Terdapat perkaitan yang signifikan di antara kualiti perkhidmatan dengan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK.

- i) Terdapat perkaitan yang signifikan di antara dimensi kebolehpercayaan dengan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK.
- ii) Terdapat perkaitan yang signifikan di antara dimensi jaminan dengan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK.
- iii) Terdapat perkaitan yang signifikan di antara dimensi penampilan dengan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK.
- iv) Terdapat perkaitan yang signifikan di antara dimensi empati dengan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK.
- v) Terdapat perkaitan yang signifikan di antara dimensi tindakbalas dengan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK.

H6: Faktor kualiti perkhidmatan (kebolehpercayaan, jaminan, penampilan, empati, dan tindak balas) merupakan faktor peramal kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh KPDNKK.

1.7 Skop Kajian

Kajian hanya meliputi hubungan antara kepuasan pelanggan sebagai pemboleh ubah bersandar dan kualiti perkhidmatan yang diukur melalui lima dimensi yang dinilai oleh pelanggan iaitu kebolehpercayaan, jaminan, penampilan, empati dan tindak balas dan faktor sosio demografi sebagai angkuabah tidak bersandar. Asas kajian ini dibuat ke atas sektor perkhidmatan awam dan daripada 25 kementerian di Malaysia Kementerian Perdagangan dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) telah dipilih sebagai lokasi kajian memandangkan kementerian ini lebih berhubung secara langsung dengan pelanggan yang terdiri daripada pelbagai latar belakang.

Terdapat 11 bahagian yang terdapat di bawah KPDNKK iaitu:-

- 1) Bahagian Perdagangan Dalam Negeri (BPDN) merupakan bahagian yang berperanan untuk mengawal selia penyertaan asing dalam sektor perdagangan pengedaran. Selain itu, antara fungsi lain yang dimainkan oleh bahagian ini ialah; menggalakkan perkembangan dan pembangunan industri petroleum di peringkat hiliran; menggalakkan pembangunan dan kemajuan industri cakra optik; meningkatkan tahap keselamatan industri petroleum; meningkatkan pematuhan aktiviti timbang dan sukat; menggalakkan penggunaan kaedah E-dagang dalam sektor perdagangan dan pengedaran; mengurus pengeluaran lesen jualan langsung selaras dengan peruntukan di bawah Akta Jualan Langsung 1993; mengawal selia harga barang-barang perlu selaras dengan peruntukan di bawah Akta Kawalan Harga 1946; dan mengawal selia bekalan barang-barang kawalan selaras dengan peruntukan di bawah Akta Kawalan Bekalan 1961,
- 2) Bahagian Penguatkuasa (BPGK), ditubuhkan untuk menjalankan fungsinya sebagai penguatkuasa undang-undang perdagangan dalam negeri dan melindungi pengguna. Bahagian ini juga memberi perlindungan ke atas Hak Harta Intelek. Selain itu fungsi lain bahagian ini ialah menguatkuasakan dan membanteras penyelewengan barang-barang bersubsidi dan menguatkuasakan dan mengawal selia bekalan dan harga barang kawalan,
- 3) Bahagian Pembangunan Perniagaan, (BPP) berfungsi untuk membantu mempromosikan barangan PKS sama ada di peringkat domestik ataupun antarabangsa dan mewujudkan amalan perniagaan yang beretika. Selain daripada itu, bahagian ini juga memberikan anugerah dan pengiktirafan kepada para peniaga yang terlibat di dalam sektor perdagangan pengedaran,
- 4) Bahagian Pengurusan Maklumat (BPM) berperanan untuk merancang, membangun dan menyenggara sistem aplikasi, multimedia dan portal KPDNKK berlandaskan Pelan Strategik Pengurusan Maklumat; menyediakan kemudahan infrastruktur yang boleh dipercayai dan selamat; melaksanakan program latihan dan pembudayaan ICT; dan menyediakan khidmat nasihat dalam bidang ICT,

- 5) Bahagian Pengurusan Sumber Manusia (BPSM), bertanggungjawab dari segi perancangan dan pembangunan sumber manusia, pembangunan organisasi serta pengurusan perkhidmatan anggota kementerian. Pembangunan modal insan menjadi keutamaan bahagian ini dalam melahirkan warga kerja yang berkemahiran tinggi dan berpengetahuan luas serta memiliki etika kerja yang positif. Ianya akan dapat dicapai melalui latihan dan pembelajaran berterusan,
- 6) Bahagian Dasar dan Perancangan (BD&P), memastikan pembangunan perdagangan dalam negeri dan program perlindungan pengguna adalah selaras dengan keperluan semasa dan dilaksanakan selari dengan dasar yang telah dirancang dan digubal,
- 7) Bahagian Khidmat Pengurusan dan Kewangan (BKPK), menentukan pengurusan pentadbiran pejabat berjalan dengan cekap, teratur dan berintegriti dalam aspek pentadbiran, kewangan, perolehan, penyelenggaraan, keurusetiaan dan keselamatan selaras dengan objektif kementerian,
- 8) Bahagian Audit Dalam (BAD), bertanggungjawab bagi menjalankan pengauditan pengurusan kewangan dan pengauditan prestasi. Audit Pengurusan Kewangan adalah untuk menentukan sama ada pengurusan kewangan dilaksanakan mengikut undang-undang dan peraturan kewangan yang berkaitan. Pengauditan Prestasi pula adalah untuk menentukan sama ada sesuatu aktiviti dilaksanakan dengan cekap, berhemat dan mencapai objektif yang ditetapkan,
- 9) Bahagian Undang-undang (BUU) berperanan dalam memberi nasihat perundangan secara bertulis atau lisan kepada KPDNKK sesuai dengan peruntukan Perlembagaan Persekutuan dan undang-undang lain di bawah bidang kuasa KPDNKK. Bahagian ini juga menggubal dan menyemak Rang Undang-Undang atau peraturan subsidiari di bawah bidang kuasa KPDNKK. Selain itu, fungsi tambahan BUU adalah mengendalikan kes-kes pendakwaan bagi harta intelek selaras dengan keputusan Kerajaan untuk menubuhkan Mahkamah Harta INTELEK di Malaysia.,
- 10) Bahagian Kepenggunaan (BK) adalah bahagian teras di kementerian yang bertanggungjawab menyalurkan maklumat dan melaksanakan aktiviti kesedaran kepenggunaan kepada setiap lapisan masyarakat, dan
- 11) Tribunal Tuntutan Pengguna Malaysia (TTPM) adalah sebuah badan bebas untuk mendengar dan mengadili tuntutan-tuntutan pengguna yang dibuat di bawah Akta dan tertakluk kepada peruntukan Akta Pelindungan Pengguna 1999. Tribunal Tuntutan Pengguna Malaysia ditubuhkan bagi menyediakan satu saluran atau kemudahan alternatif kepada seorang pengguna untuk menuntut ganti rugi dan pampasan daripada seorang pembekal atau pengilang dengan cara mudah, murah dan cepat.

Kajian ini juga hanya terbatas kepada pelanggan yang menerima perkhidmatan di KPDNKK sahaja. Selain itu, skop kajian ini hanya meliputi cawangan KPDNKK di Wilayah Persekutuan Putrajaya dan Kuala Lumpur disebabkan peratusan yang menggunakan perkhidmatan di kedua-dua cawangan ini tinggi.

1.8 Limitasi Kajian

Terdapat batasan kajian dalam usaha pengkaji menjalankan kajian ini. Kajian ini tidak melibatkan semua pejabat KPDNKK negeri dan cawangan, tetapi hanya dua sahaja yang dipilih untuk kajian iaitu KPDNKK W.P Putrajaya dan KPDNKK W.P Kuala Lumpur. Dapatan yang diperoleh mungkin berbeza memandangkan responden kajian adalah pelanggan KPDNKK daripada hanya dua cawangan KPDNKK sahaja. Ketepatan analisis dan data adalah bergantung sepenuhnya kepada kejujuran jawapan yang diberikan oleh responden dan kesediaan responden mendedahkan maklumat sebenar yang mempengaruhi dapatan akhir kajian.

1.9 Kepentingan Kajian

1.9.1 Penyelidik

Kajian ini adalah memberi makna yang besar kepada penyelidik dalam mengaplikasikan teori yang dibaca dan diteliti dari kajian-kajian terdahulu secara praktikal. Ini adalah kerana, penyelidikan mengenai kepuasan pelanggan sering dibicarakan dari semasa ke semasa. Namun, permasalahan ini masih belum dapat diselesaikan sepenuhnya. Kajian ini memberi penekanan kepada aspek kepuasan pelanggan yang menerima layanan perkhidmatan daripada pihak KPDNKK. Justeru, kajian ini mampu merangkumi keseluruhan aspek seperti perkhidmatan berkualiti dan kepuasan pelanggan.

1.9.2 Organisasi

Kajian ini penting kepada organisasi kerana dapatan dari hasil kajian memainkan peranan penting dalam memantapkan lagi mutu perkhidmatan dan peluang untuk penambahbaikan dalam pengurusan. Pegawai yang bermasalah di tempat kerja samada tidak berkemahiran dan tidak mahu meningkatkan keupayaan diri perlu diberi perhatian oleh pihak pengurusan dengan memberi latihan atau memberi ganjaran untuk pegawai yang berkemahiran agar ianya dapat memberi motivasi kepada pegawai yang lain. Masalah lambakan kerja dan saling kebergantungan kerja yang sering dilakukan oleh kebanyakan organisasi perlu diselesaikan agar pegawai dapat memberi perhatian dengan kerja yang sedia ada. Kerjasama yang wujud di antara pihak pengurusan dan sesama pegawai perlu ada agar tugas dapat diselesaikan secepat mungkin dan kelewatan dalam memenuhi hasrat pelanggan dapat dielakkan.

Pegawai yang tidak dapat mempertingkatkan produktiviti organisasi disebabkan masalah peribadi yang dibawa ke pejabat perlu dibantu dengan memberikan kaunseling agar perkhidmatan yang berkualiti dapat diberikan dengan sebaiknya. Selain daripada itu, organisasi boleh mengetahui tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan kepada organisasi dan jenis aduan yang perlu diperbaiki oleh organisasi. Ini adalah kerana organisasi terutamanya KPDNKK hanya berpandukan statistik daripada Biro Pengaduan Awam bagi mengetahui statistik semasa aduan yang diadu oleh pelanggan. Tambahan pula, Biro Pengaduan Awam hanya mengeluarkan statistik bagi keseluruhan KPDNKK dan bukannya statistik daripada cawangan yang bermasalah. Oleh yang demikian, adalah mustahil bagi KPDNKK mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan sekaligus memperbaiki mutu perkhidmatan dan kepuasan pelanggan mereka.

1.9.3 Pelanggan

Melalui borang soal selidik yang diberikan, pelanggan dapat memberi cadangan dan komen mengenai mutu perkhidmatan yang diberikan oleh KPDNKK. Ini sekaligus memberikan peluang kepada pelanggan dan organisasi berinteraksi bagi memahami ketidakpuasan hati dalam perkhidmatan yang diberikan. Oleh yang demikian, objektif organisasi dalam menjaga hak pengguna dapat dicapai dan jangkaan pelanggan terhadap perkhidmatan yang disediakan dapat diberikan.

1.10 Definisi Istilah

a) Kualiti Perkhidmatan

Istilah Konseptual

Nitecki dan Hernon (2000), mendefinisikan terma kualiti perkhidmatan sebagai memenuhi atau melebihi jangkaan pelanggan, atau jurang antara persepsi dan jangkaan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diterima.

Istilah Operasional

Kualiti perkhidmatan dinilai berdasarkan lima dimensi utama kualiti perkhidmatan iaitu kebolehpercayaan, jaminan, penampilan, empati, dan tindakbalas yang diterima oleh pelanggan ketika mendapatkan perkhidmatan di kaunter-kaunter perkhidmatan KPDNKK.

b) Lima dimensi kualiti perkhidmatan

i) Dimensi Kebolehpercayaan

Istilah Konseptual

Keupayaan melakukan perkhidmatan dengan cekap dan tepat serta boleh dipercayai (Faiz & Foong, 2011)

Istilah Operasional

Kebolehpercayaan merangkumi kemampuan pegawai menepati masa, menyelesaikan masalah pada tempoh waktu dan tepat.

ii) Dimensi Jaminan

Istilah Konseptual

Merupakan keyakinan yang diberikan pembekal perkhidmatan dalam memenuhi keperluan, kehendak dan tanggapan pelanggan (Anitha, 2016).

Istilah Operasional

Jaminan aspek keyakinan pegawai berkaitan pemasalahan pelanggan, sopan dan mampu memberi keyakinan kepada pelanggan.

iii) Dimensi Penampilan

Istilah Konseptual

Keadaan kemudahan fizikal, peralatan, personaliti dan bahasa komunikasi yang diterima pelanggan yang ditawarkan oleh pembekal perkhidmatan (Faisal, 2014).

Istilah Operasional

Penampilan merupakan penilaian pelanggan berkaitan dengan kemudahan fizikal, peralatan yang moden, penampilan yang kemas dan bahan-bahan rujukan yang disediakan di agensi.

iv) Dimensi Empati

Istilah Konseptual

Keperihatinan pembekal perkhidmatan yang diberikan kepada pelanggan (Faiz & Foong, 2011)

Istilah Operasional

Pengukuran empati adalah dari aspek memahami keperluan pelanggan, memberi perkhidmatan menarik dan memberi perhatian pelanggan secara peribadi.

v) Dimensi Tindak balas

Istilah Konseptual

Kemampuan pembekal perkhidmatan membantu dan melayan pelanggan dalam masa yang sama memberikan perkhidmatan yang berkesan (Faisal, 2014)

Istilah Operasional

Pengukuran tindak balas dinilai berdasarkan kesediaan pekerja membantu pelanggan dan memberikan perkhidmatan yang cepat kepada pelanggan.

c) Kepuasan Pelanggan

Istilah Konseptual

Persepsi individu atau kumpulan terhadap kehendak, keperluan, dan jangkaan pelanggan yang perlu dicapai atau dipenuhi untuk mewujudkan kesetiaan pelanggan terhadap produk atau perkhidmatan yang ditawarkan (Kahar, 2008).

Istilah Operasional

Kepuasan pelanggan adalah merangkumi aspek cara layanan, kepakaran pegawai, kemudahan dan peralatan.

RUJUKAN

- Abu Bakar, H., Muhammad, H. & Hisham, S. (2005). Kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan dalam perbankan Islam. *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research (JMIFR)*, 2(1), 151-169.
- Ahmad, H.(2014). Panduan analisis data secara efisien: *Panduan lengkap berajah untuk menganalisis data*. Bandar Baru Bangi: Dubook Press.
- Ali, M.M. (2013) “*Healthcare service quality: towards a broad definition*”, International Journal of health care quality assurance, vol.26, no.3, pp. 203-19.
- Aliah H. M. S. & Tarmize A. A.R. (1998) *Jurang harapan- tanggapan pengguna: Suatu pengukuran kualiti perkhidmatan cukai pendapatan di Malaysia. Jurnal Pengurusan*, 17,69-92.
- Aliah H.M.S & Normini H.M.A (1995). Bridging the gap between customer expectations and management perceptions of those expectations of a bank’s service quality: The Malaysian case. *Proceeding of Pan-Pacific Conference XII* (pp.8-10). Pan-Pacific Business Association.
- Al-Tamimi, H.A.H. & Al-Amiri, A., (2003). Analysing service quality in the UAE banks. *Journal of Financial Services Marketing*, 8(2), 119.
- Amirreza, F., Mohammad, S. Z., & Gilani, M. H. N. (2013). Customer satisfaction in hospitality industry: Middle East tourists at 3star hotels in Malaysia. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 5(17), 4329-4335.
- Andaleeb, S.S. and Conway C. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: An examination of the transaction-specific model. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 3-11.
- Anderson, S., Pearo, L.K. & Widener S.K. (2008). Drivers of service satisfaction: Linking customer satisfaction to the service concept and customer characteristics. *Journal of Service Research*, 10(4), 365-381.
- Andrew, B. (2003).What Is Quality And How Can We Measure It?. Scottish Health Information Network, 43, 2-5.
- Anitha, R. (2016). Kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan perbankan Islam: *Kajian ke atas pelanggan bank-bank Islam di Kuching, Sarawak* (Doctoral dissertation), Akademi Pengajian Islam University of Malaya, Kuala Lumpur.
- Anuar, K. M. A., & Suzyanty, M. S. (2009). Pengukuran kepuasan pelanggan dalaman bagi Industri Hospitaliti: Kajian kes industri perhotelan di pantai timur Semenanjung Malaysia”. *Journal of Quality Measurement and Analysis (JQMA)*, 5(1), 93-101.

- Arawati, A., Baker, S., & Kandampully, J. (2007). An exploratory study of service quality in the Malaysian public service sector. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 24 (2), 177-190.
- Atilgan, E., Akinci, S. & Aksoy, S., (2003). Mapping service quality in the tourism industry. *Managing Service Quality*, 13(5), 415-422.
- Avkiran, N. (1999). Quality customer service demands human contact. *International Journal of Bank Marketing*, 17(2), 61-74.
- Azimaton, N.A, Salmiah, B. & Ahmad, J. (2012). Kajian keratan rentas perbandingan kepuasan pelanggan di antara klinik-klinik kesihatan primer luar bandar dan bandar di Daerah Hulu Langat dan faktor-faktor yang mempengaruhi. *Malaysian Journal of Public Health Medicine*, 12(2): 52-67.
- Azizan. K., Nur Azlinda, Abdul Nasir, Kamal, Boon & Yusuf. (2010). *Kepuasan Pelajar Fakulti Pendidikan UTM Terhadap Kualiti Perkhidmatan di Pusat Kesihatan UTM Skudai, Johor*. (Doctoral dissertation, Universiti Teknologi Malaysia)
- Baker, E. H. (2014). Socioeconomic status, definition. *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Health, Illness, Behavior, and Society*, 2210-2214
- Bellini, C.G.P., Lunardi, G.L. & Henrique, J.L. (2005). Service quality in banks: Insights from the Brazilian Experience. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 10(3).
- Berry, L.L., Zeithaml, V.A. and Parasuraman, A. (1985), Quality counts in services, too, *Business Horizons*, May-June, 44-52.
- Bernama. Februari 2015. Diambil daripada <http://www.bernama.com/en/>
- Biro Pengaduan Awam (2017). Statistik Pengaduan Awam. Diambil daripada <http://www.pcb.gov.my/bm>
- Black, S., Briggs, S. & Keogh, W., (2001). Service quality performance measurement in public/private sectors. *Managerial Auditing Journal*, 16(7), 400-405.
- Boyne G.A. (2002). Concepts and Indicators of Local Authority Performance: An Evaluation of the Statutory Frameworks in England and Wales. *Public Money & Management Journal* 22 (2), 17-24.
- Broderick, A.J. & Vachirapornpuk, S., (2002). Service quality in Internet banking: The importance of customer role. *Marketing Intelligence & Planning*, 20(6), 327-335.
- Brown, H. J.V. and Oplatka, I. (2007). Market orientation in HE institutions: development of a pilot instrument. The Academy of Marketing (SIG) Higher Education Marketing, Eötvös Loránd University in Hungary, Budapest.
- Bryant B.E. & Cha, J. (1996). Crossing the threshold. *Marketing Research*, 8(4), 20-28

- Bryceland, A. & Curry, A. (2001). Service improvements in public services using SERVQUAL. *Managing Service Quality*, 11(6), 389-401.
- Butler, D., Oswald, S.L. & Turner, D.E., (1996). The effects of demographics on determinants of perceived health-care service quality: The case of users and observers. *Journal of Management in Medicine*, 10(5), 8.
- Cacioppo, J.T., Berntson, G.G., Sheridan, J.F. & McClintock, M.K. (2000). Multi-level integrative analyses of human behaviour: The complementing nature of social and biological approaches. *Psychological Bulletin*, 126 829–843.
- Chai, B. K. (1997). An assessment of service quality from the perceptions of customers and the management: A case study on a private institute in Sarawak.
- Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307-319.
- Cohen, J.L. (2001). The necessity of privacy. *Social Research*, 318-327.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *The Journal of Marketing*, 125-131.
- Daniel, C. N., Berinyuy, L.P., & Isberg, S. (2010). *Using the SERVQUAL model to assess service quality and consumer satisfaction: An empirical study of grocery stores in Umea*. (Masters thesis), Umea School of Business
- DeHoog, R.H., Lowery, D. & Lyons, W.E., (1990). Citizen satisfaction with local governance: a test of individual, jurisdictional and city specific explanations. *Journal of Politics*, 52(3), 807-837.
- Dian, A. S. P. (2013). Kesan perantara kepuasan, kepercayaan dan komitmen pada hubungan Antara kualiti perkhidmatan dna kesetiaan pelanggan pada bank Islam. (Tesis Doktor Falsafah). Universiti Utara Malaysia.
- Donnelly, M., Wisniewski, M., Dalrymple, J.F. & Curry, A.C., (1995). Measuring local government service quality: the SERVQUAL approach. *International Journal of Public Sector Management*, 8(7), 14-19.
- Elkhani, N., & Bakri, (2012), A. Review on “Expectancy Disconfirmation Theory” (EDT) Model in B2C E-Commerce. *Journal of Research and Innovation in Information System*, 2.
- Eshghi, A., Roy, S. K., & Ganguli, S. (2008). Service quality and customer satisfaction: An empirical investigation in Indian mobile Telecommunications service, *Marketing Management Journal*, 18(2) 119-144.

- Fadilah, M. N., Safura, A. S. & Khairuddin, K. (2014). Tahap kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan pengangkutan awam di KUIS. *Selangor. Proceeding of the International Conference on Management and Muamalah. Kolej Universiti Islam Antarabangsa, Selangor.*
- Faisal, B. M. (2014). *Kepuasan pelajar terhadap kualiti perkhidmatan perbankan Islam di Malaysia.* (Masters thesis), University of Malaya.
- Faiz, M. M.N., & Foong, L.M. (2011). Kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan di Fakulti Pendidikan Teknikal dari aspek kemudahan dan fasiliti. *Seminar Pasca Ijazah dalam Pendidikan, Universiti Tun Hussien Onn, Malaysia.*
- Faiz, M. S. & Izzal, A. Z. (2017). *Kelestarian kualiti perkhidmatan ekopelancongan: aplikasi model analisa 'Gap' bagi memahami kepuasan pelancong zoo Malaysia. Jurnal Pengurusan, 49 (2017), 141-154.*
- Field (2005). Factor analysis using SPSS. Research Methods II, *Sage publications.*
- Firdaus, A. (2006). Measuring service quality in higher education: HEDPERF versus SERVPERF. *Marketing Intelligence & Planning, 24(1), 31-47.*
- Font, A. R. (2000). Mass tourism and the demand for protected natural areas: A travel cost approach. *Journal of Environmental Economics and Management, 39(1), 97-116.*
- Gaster, L., & Rutqvist, H. (2000). Changing the 'front line' to meet citizen needs. *Local Government Studies, 26(2), 53-70.*
- Geoge, D., & Mallery, P. (2003), SPSS for Windows step by step: *A simple guide and reference.* 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Gjonca, E. & Calderwood, L. (2004). Socio-demographic characteristic. *Health, Wealth and Lifestyles of the Older Population in England: The 2002 English Longitudinal Study of Ageing, 15-32.* [https://doi.org/10.1016/0020-7489\(70\)90025-8](https://doi.org/10.1016/0020-7489(70)90025-8).
- Gronroos, C. (2000). *Service management and marketing: A customer relationship approach.* chichester: John Wiley.
- Haliyana, T. & Atiyah, I. (2014). Penilaian kualiti perkhidmatan di One Stop Center (OSC) Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS). Satu kajian rintis. *E-proceeding of the Conference on Management and Muamalat (CoMM 2014).*
- Hamed, A. B., Hashim, M., & Sabri, H. (2005). Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan dalam Perbankan Islam. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research, 2(1), 151-170.*

- Harel, G.H. & Tzafir, S.S. (1999). The effect of HRM practices on the perceptions of organizational and market performance of the firm. *Human Resource Management*, 38(3), 185-200.
- Hassan, Z., Silong, A. D. & Muslim, N. (2009). *Kepimpinan beretika dan kecemerlangan organisasi dalam perkhidmatan awam. MALIM: Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara*, 10, 39-52.
- Hill, F.M., (1995). Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer. *Quality Assurance in Education*, 3(3)10-21.
- Hinkle, D. E., Wiersma, W., & Jurs, S. G. (2003). Applied statistics for the behavioral sciences. Diambil daripada <http://dx.doi.org/10.1108/09564230810869720>
- Ilhaamie, A.G.A. (2008). Amalan pengurusan sumber manusia berteraskan kompetensi dan kualiti perkhidmatan dalam organisasi awam di Malaysia: Kesaling bergantung tugas sebagai penyerderhana. (Doctoral dissertation), Universiti Sains Malaysia.
- Ilhaamie, A.G.A., Sharifah, H. S.I. & Siti, A. B. (2013). *Kualiti perkhidmatan awam di Malaysia menurut Islam*. University of Malaya Press. ISBN: 978-983-100-596-5.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2017). Anggaran penduduk semasa, Malaysia 2016-2017. Diambil daripada <https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/pdfPrev&id=VUdaQ2tV VjcwTEFUVWp5aTVQbjV1UT09>
- Jabnoun, N., & Khalifa, A. (2005). A customized measure of service quality in the UAE. *Managing Service Quality*, 15(4), 374-381.
- Jain, S. K., & Gupta, G. (2004). Measuring service quality: SERVQUAL vs. SERVPERF scales. *Vikalpa*, 29(2), 25-37.
- Jamal, A., & Naser, K. (2003). Factors influencing customer satisfaction in the retail banking sector in Pakistan. *International Journal of Commerce and Management* 13(2), 29-53.
- Johari, R. (2007). Identifying what services need to be improved by measuring the library performance. *Malaysian Journal of Library And Information Science*, 12, 35-53.
- Kahar, A.S.A. (2008). *Model Kepuasan Pelanggan Bagi Laman Web E-Runcit*. (Masters Thesis), Fakulti Sains Komputer Dan Sistem Maklumat, Universiti Teknologi, Malaysia.
- Kale, S. (2009). How Do You Spell Experience? Insights from the 2008 Demographic National Convention. *SSRN eLibrary*.
- Kasmad, A. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan pitalebar bergerak. *Buletin Pos dan Komunikasi*, 15(1), 27-42.

- Kayaman, R. & Arasli, H., (2007). Customer based brand equity: evidence from the hotel industry. *Managing Service Quality*, 17(1): 92-109.
- Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK). 2017. Di ambil daripada <https://www.kpdnkk.gov.my/kpdnkk/latar-belakang-tribunal/>
- Kent, T., & Omar, O. (2003). *Retailing*, Basingstoke: Palgrave Macmillan. Macmillan Education UK.
- Kerajaan Malaysia. (1996). Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam Bil. 3, Tahun 1993 (Semua Pindaan Hingga Disember, 1996) – *Panduan Mengenai Piagam Pelanggan*, MDC Penerbit Pencetak Sdn. Bhd., 478.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed). New Jersey: Pearson Education Inc, Upper Saddle River.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1991). *Marketing foundations*. Toronto: Pearson Prentice Hall.
- Kouthouris, C., & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport Tourism*, 10 (2), 101-111.
- Krejcie, R., & Morgan, D. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kumar, M., Kee, F. T. & Manshor, A. T. (2009). Determining the relative importance of critical factors in delivering service quality of banks. An application of dominance analysis in SERVQUAL model. *Managing Service Quality*, 19(2), 211-228.
- Kvist, A-K., J. & Klefsjo, B. (2006). Which service quality dimensions are important in inbound tourism? A case study in a peripheral location. *Managing Service Quality*, 16(5), 520-537.
- Lam, T.K.P. (2002). Making sense of SERVQUAL's dimensions to the Chinese customers in Macau. *Journal of Market-focused Management*, 5(10), 43-58.
- Leisen, B., & Vance, C. (2001). Cross-national assessment of service quality in the telecommunication industry: Evidence from the USA and Germany. *Managing Service Quality*, 11(5), 307-317.
- Levy, M. (2009) Customer experience management in retailing: An organizing framework, *Journal of retailing* 85(1), 1-14.
- Liong, C.Y., Zainol, M., Wan Norsiah, M. & Lee, P. W. (2007). Memahami kehendak pelanggan perkhidmatan bas awam menggunakan SERVQUAL dan Model KANO. *Jurnal Pengukuran Kualiti dan Analisis*, 3(1), 33-45.

- Macukow, B. (2000). Education quality in the warsaw university of technology. *European Journal of Engineering Education*, 25(1), 9.
- Malhotra N.K. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th ed.). Moorpark: CA: Cram 101.
- Mittal, V. and Kamakura, W.A. (2001), "Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior: investigating the moderating effect of customer characteristics", *Journal of Marketing Research*, 38(1), 131-142.
- Muhammad, S.T. (1996). Quality service in public sector management: the Malaysian experience. *International Conference on Quality Service in Public Sector Management*.
- Mohammad, S.A (2012). An application of the American customer satisfaction index (acsi) in the Jordanian mobile phone sector. *TQM Journal*, 24(6), 529-541.
- Na'asah, N. (2006). Penilaian elemen responsif terhadap kaunter pertanyaan: Kajian kes di FSPU, UiTM Shah Alam, Universiti Teknologi MARA.
- Nadiah, H. A. J., Jalaluddin, A. M., & Er, A. C. (2015). Pusat Transformasi Bandar (UTC) sebagai Pusat Hentian Setempat: Kajian kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan UTC Kuala Lumpur. *Geografi: Malaysian Journal of Society and Space*, 11 (1), 143-157. ISSN 2180-2491.
- Nasir, K. A., Azizan, N. A. K., & Boon, Y. (2010). *Kepuasan pelajar Fakulti Pendidikan UTM terhadap kualiti perkhidmatan di Pusat Kesihatan UTM* (Doctoral dissertation), Universiti Teknologi Malaysia).
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001) Corporate image and corporate reputation in consumers' retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8, 227–236.
- Nitecki D.A. & Hernon, P., (2000). Measuring service quality at yale university's libraries. *Journal of Academic Librarianship*, 26(4), 259-273.
- Noorfakhriah, Y. & Madzlan, N. (2011). Quality of Service and Passenger's Perception – A Review on Bus Service in Kota Bharu. *International Journal of Sivi & Environmental Engineering IJCEE-IJENS*, 11(5).
- Norlida, H.M.S., Redzuan, O., Kalsom, Z., & Tamat, S. (2011). Pengukuran kepuasan pelancong terhadap kualiti perkhidmatan di destinasi pelancongan Pulau Kapas: Pendekatan faktor analisis. *Malaysian Journal of Environmental Management*, 12(2), 23-32.
- Nurulhuda, H., Chai, S.F. & Fazli, I. (2009). Kajian kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan perpustakaan universiti awam di Malaysia. *Jurnal Pengurusan*, 28, 23-43.
- Oliver, R.L, (1980). *Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer*, McGraw- Hill, New York.

- Othman T. (2013). *Asas Penulisan Tesis Penyelidikan dan Statistik*. Serdang: UPM Press.
- Othman, A., & Owen, L. (2000). Adopting and measuring customer service quality (sq) in Islamic bank: A Case Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Service*, 3(1).
- Oyewole, P., (2001). Consumer's socio-demographic characteristics and satisfaction with services in the airline industry services. *Marketing Quarterly, Binghamton*, 23(2), 61.
- Palvia, P. C., & Palvia, S. C. (1999). An examination of the IT satisfaction of small-business users. *Information and Management*, 35(3), 127–137.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 26-43.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L., (1985). “A conceptual model of service quality and its implications for future research”, *Journal of Marketing*, (49)4, 41-50.
- Parasuraman, A. (1995). Measuring and monitoring service quality. *Understanding services management*, 143-177.
- Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (1991). Panduan mengenai peningkatan kualiti perkhidmatan kaunter. Jabatan Perdana Menteri, Malaysia.
- Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam, (1996). Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam Bil. 3, Tahun 1993 (Semua Pindaan Hingga Disember, 1996) – *Panduan Mengenai Piagam Pelanggan*, MDC Penerbit Pencetak Sdn. Bhd., 478.
- Rancangan Malaysia ke-11. (2017). Fahasat inisiatif MAMPU: Mentrasformasi perkhidmatan awam untuk produktiviti. Unit Permodenan Tadbiran dan Perancangan Pengurusan Malaysia (MAMPU).
- Rhoades, D.L. & Blaise Waguespack Jr., B. (2008). Twenty years of service quality performance in the US airline industry. *Managing Service Quality* 18(1): 20-33.
- Ritchie, L. (2002). Driving quality–clinical governance in the National Health Service. *Managing Service Quality* 12(2): 117-128.
- Rohaizat, B. (2003). Kepuasan pengguna selepas pengiktirafan ISO 9001: Kajian kes sebuah fakulti di Universiti Teknologi Malaysia. *Jurnal Teknologi Malaysia*, 38(E), 15-26.
- Roselena (2001). Kualiti pendidikan Kolej Profesional MARA daripada perspektif pelajar. Kolej Profesional MARA Beranang.

- Rust, R. T. and Oliver, R. L. (1994). Service quality: insights and managerial implications from the frontier in R. T. Rust and R. L. Oliver (eds.) *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*: 1-19. California: Sage.
- Sharifah, L., Mokhtar, & Arawati, A. (2000). On service improvement index: a case study of the public service sector. *Total Quality Management*, 11(4-6), 837-843.
- Sharifuddin, Z. (1999). Public sector service quality: an empirical study in the road transport department of Malaysia. *INTAN Management Journal*. 1998/1999,4 (1): 70-92.
- Siti Mariam, B. (2000). Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualiti Perkhidmatan Kaunter: Kajian Perbandingan di Jabatan Imigresen dan Jabatan Pendaftaran Negara. (Tesis Sarjana), Universiti Teknologi Malaysia.
- Sureshchandar, G.S., Rahendran, C., & Anantharaman, R.N. (2002). The relationship between service quality and customer satisfaction – A factor specific approach. *Journal of Service Marketing*, 16 (4), 363-379.
- Spathis, C., Petridou, E. & Glaveli, N. (2004). Managing quality service in banks: customers' gender effects. *Managing Service Quality*, 14(1): 90-102.
- Tahir, H., Waggett, C. and Hoffman, A. (2013) "Antecedents of Customer Satisfaction: An E-CRM Framework". *Journal of Bussiness and Behaviour Science*, 25(2), 112-120.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit ANDI OFFSET.
- Wan Ali, B. (1993). Piagam pelanggan menjamin kualiti. *Khidmat*. 10-12.
- Weaver, P.A., McCleary, K.W., Lepisto, L., Damonte, L.T. (1994), The relationship of destination selection attributes to psychological, behavioural and demographic variables. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 2(2), 93-109.
- Wisniewski, M. (2001a). Assessing customer satisfaction with local authority using SERVQUAL. *Total Quality Management*. 12 (7 & 8), 995-1002.
- Wisniewski, M., (2001b). Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services. *Managing Service Quality* 11(6), 380-388.
- Wong, A., & Sohal, A. (2002). Customers' perspectives on service quality and relationship quality in retail encounters. *Managing Service Quality*, 12(6), 424-433.
- Ying-Seng, F.W. K., Chi, M. D., & Wei, J. (2009). The relationships among service quality value, customer satisfaction and post – purchase intention in mobile value – added services. *Netherlands Comput. Human Behavior*. 25(4), 887-896.

- Yusof B. & Azlinda, K. A. K. A. N. (2011). Kepuasan pelajar fakulti pendidikan UTM terhadap kualiti perkhidmatan di pusat kesihatan UTM. *Journal of Educational Management*, 11(1): 103-120.
- Zaherawati, Z., Mohd Zool Hilmie, M.S., & Nazni, N. (2011). *Accidents in the Construction Site: Reason and Effect*. United Kingdom: LAP Lambert Academic Publishing AG & Co KG.
- Zamil, A.M. & Shammot, M.M. (2011). Role of Measuring Customer Satisfaction in Improving the Performance in the Public Sector Organization. *J. Bus. Stud. Quar.* 2011. 2 (3). 32-42.
- Zawawi, A.G., Hairulliza, M. J. & Hazura, M. (2016). Memahami keperluan pelajar penyeldidikan siswazah FTSM menggunakan SERVQUAL dan model KANO. *Journal of Quality Measurement and Analysis*, 12 (1-2), 37-51. ISSN 1823-5670
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm (4th ed.)*. New York, NY: McGraw - Hill/Irwin.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.O., and Gremler, D.E. (2009). *Services marketing: integrating customer focus across the firm*, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Zeng, F., Yang, Z. L.Y. & Fam, K. (2010). Small business industrial buyers' price sensitivity: Do service quality dimensions matter in business markets? *Indus. Marketing Managt.* Doi: 10.1016/j.indmarman.08.008.
- Zimmer, Z., Brayley, R., & Searle, M. S. (1995). Whether to go and where to go: Identification of important influences on seniors' decisions to travel. *Journal of Travel Research*, 33(3), 3-10.
- Zubir, A.R. (1990). Service quality in telecommunications: An assessment of mobile telephone services, (MBA Project), Faculty of Business Management, Universiti Kebangsaan Malaysia.