



**TAHAP KEPUASAN PELANGGAN SATU KAJIAN PERKHIDMATAN
KLINIK VETERINAR DI JABATAN PERKHIDMATAN HAIWAN NEGERI
KEDAH DARUL AMAN**

DISEDIAKAN OLEH

**AHMAD SHABUDIN BIN ARIFFIN
83433
SARJANA SAINS PENGURUSAN**

**FAKULTI PENGURUSAN PERNIAGAAN
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
SINTOK, KEDAH**

OKTOBER 2004

PENGAKUAN

Saya dengan ini mengaku bahawa kandungan yang terdapat dalam kajian ini adalah bagi kursus PZ6996 yang merupakan kerja individu saya kecuali keatas penyataan-penyataan yang telah saya nyatakan sumbernya dan karya yang telah saya berikan penghargaan.

Ahmad Shabudin bin Ariffin

Oktober 2004

**TAHAP KEPUASAN PELANGGAN SATU KAJIAN PERKHIDMATAN
KLINIK VETERINAR DI JABATAN PERKHIDMATAN HAIWAN
NEGERI KEDAH DARUL AMAN**

Kertas Projek di serahkan kepada Fakulti Pengurusan Perniagaan
bagi memenuhi syarat pengijazahan Sarjana Sains Pengurusan

Oleh

Ahmad Shabudin bin Ariffin



Fakulti Pengurusan Perniagaan
(Faculty of Business Management)
Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA KERTAS PROJEK
(Certification of Project Paper)

Saya, yang bertandatangan, memperakuan bahawa
(I, the undersigned, certify that)

AHMAD SHABUDIN BIN ARIFFIN

calon untuk Ijazah
(candidate for the degree of)

SARJANA SAJINS (PENGURUSAN)

telah mengemukakan kertas projek yang bertajuk
(has presented his/her project paper of the following title)

TAHAP KEPUASAN PELANGGAN SATU KAJIAN PERKHIDMATAN KLINIK

VETERINAR DI JABATAN PERKHIDMATAN HAIWAN NEGERI KEDAH DARUL AMAN

Seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit kertas projek
(as it appears on the title page and front cover of project paper)

bahawa kertas projek tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan
meliputi bidang ilmu dengan memuaskan.
(that the project paper acceptable in form and content and that a satisfactory
knowledge of the field is covered by the project paper).

Nama Penyelia
(Name of Supervisor)

: **PROF. MADYA ABDUL AZIZ B. AB. LATIFF**

Tandatangan
(Signature)

Tarikh
(Date)

26/10/2004

Teristimewa untuk,

Mahanisom,
Nurul Shafina, Nurul Shaima, Nurul
Shazwani, Nurul Syahira & Nurul Syafiqah

PENGHARGAAN

Alhamdulillah, bersyukur saya kehadrat Allah S.W.T kerana dengan petunjuk serta keizinan dan limpah kurniaNya telah memberikan dorongan untuk saya melengkapkan kajian ini. Dalam kesempatan ini juga saya turut merakamkan ucapan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih khususnya buat Profesor Madya Ab. Aziz bin Latiff selaku penyelia dalam projek ini yang akhirnya dapat disiapkan dalam tempoh yang ditetapkan. Seterusnya kepada Encik Shahimi bin Mohtar, calon ijazah kedoktoran (DBA), South Australia University yang telah memberi kebenaran untuk saya mengadaptasikan sebahagian daripada instrumen kajian.

Tidak lupa kepada Dr Quaza Nizamuddin bin Hassan Nizam, Pengarah Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah kerana kebenaran yang telah diberikannya untuk saya menjalankan kajian di Jabatan yang di terajui beliau. Akhir sekali tidak lupa saya hadiahkan penghargaan saya ini untuk keluarga tersayang, terima kasih atas segala pengorbanan dan sokongan yang diberikan sepanjang tempoh kajian ini dijalankan. Tanpa sokongan semua tidak mungkin kajian ini dapat disiapkan.

Saya berdoa semoga **Allah S.W.T** melimpahi segala rahmat dan mengasihani kalian semua. Segala jasa-jasa yang dicurahkan akan dikenang sehingga keakhir hayat.

Terima Kasih

Ahmad Shabudin bin Ariffin
Fakulti Pengurusan Perniagaan
Universiti Utara Malaysia
Oktober 2004

ABSTRAK

Kajian mengenai tahap kepuasan pelanggan terhadap sesutu organisasi telah lama dilakukan dinegara maju terutamanya berorientasikan perkhidmatan namun tidak banyak dilakukan di Malaysia. Memandangkan kepada kajian-kajian empirikal tentang perkhidmatan kualiti yang ada pada masa tersebut masih tidak berupaya menyediakan suatu asas konseptual, satu kajian tinjauan telah dilakukan oleh Parasuraman untuk menyiasat kualiti perkhidmatan ini.

Hasil perubahan evolusi kualiti perkhidmatan di atas, pengukuran SERVQUAL telah digunakan sebagai alat bagi mengetahui tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan. Namun begitu kritikan terhadap SERVQUAL ini adalah berdasarkan logik terhadap apa yang diperlukan disebalik pengukuran yang dikehendaki. Kesahan (*validity*) dan kebolehpercayaan (*reliability*) yang terdapat pada SERVQUAL mempunyai perbezaan formulasi skor (*difference-score formulation*) dan demensinya melangkaui kepelbagaian.

Akhirnya G.S. Sureshchandar telah mengesyorkan bahawa kualiti perkhidmatan memerlukan lima dimensi yang dikenali sebagai, Teras perkhidmatan atau perkhidmatan produk (*core service or service product*), Elemen manusia atau perkhidmatan (*human elemen or service delivery*), Elemen bukan manusia (*non-human element*), Perkhidmatan yang nyata (*tangibles of services*) dan Tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

Dengan menggunakan asas SERQUAL dan dibuat penambahan instrumen berdasarkan kritikan G.S. Sureshchandar, adalah terbukti sememangnya peningkatan kepuasan pelanggan adalah bergantung kepada peningkatan dalam kualiti perkhidmatan.

ABSTRACT

Research of customer satisfaction level especially in a service oriented organization has long been carried out in advanced countries, but not so in Malaysia. In view of the empirical research done some time back, there is still no basic conceptual service quality in place, so a research survey was carried out by Parasuraman to investigate quality service.

From the above fruitful service quality evolution changes, SERVQUAL measurement has been used as a tool to know the level of customer satisfaction in regard to services given. However SERVQUAL critics are based on logically what is necessary in spite of the required measurement. To SERVQUAL validity and reliability has difference-score formulation and is beyond its variable dimension.

Finally G.S Sureshchander recommend that service quality needs five dimensions namely core service or service product, human element, tangibles of services and social responsibility.

With the aid of the SERVQUAL basic and instrumental addition based on G.S Sureshchandar's critics, it has been solely proven that the increase in customer satisfaction is based on the increase in service quality.

KANDUNGAN

MUKASUARAT

PENGAKUAN	i
TAJUK KAJIAN	ii
APENDIKS A	iii
DIDIKASI	v
PENGHARGAAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KANDUNGAN	ix – xi
SENARAI JADUAL	xii
SENARAI RAJAH	xiii
DAFTAR KATA SINGKATAN	xiv

BAB 1 – PENGENALAN	1
1.0 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG LOKASI KAJIAN	5
1.2 KEPENTINGAN KAJIAN	7
1.2.1 Perspektif Pengkaji	10
1.2.2 Perspektif Organisasi	10
1.3 PENYATAAN MASALAH.....	11
1.4 OBJEKTIF KAJIAN	12
1.5 PERSOALAN KAJIAN	12

1.6	HIPOTESIS KAJIAN	13
1.7	KEKANGAN KAJIAN	13
BAB 2 - SOROTAN KARYA		14
2.0	PENDAHULUAN	14
2.1	KONSEP DAN PERKEMBANGAN TEORI KUALITI PERKHIDMATAN ..	14
2.1.1	Teori Kualiti Perkhidmatan	14
2.2	KERANGKA KAJIAN	29
BAB 3 - REKABENTUK DAN METODOLOGI KAJIAN		30
3.0	PENGENALAN	30
3.1	METODOLOGI KAJIAN	30
3.2	SUMBER DATA	30
3.2.1	Populasi kajian	31
3.2.2	Sampel kajian.....	31
3.3	TEKNIK-TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	32
3.3.1	Instrumen	34
3.3.2	Kesahihan (validity) dan kebolehpercayaan (realibility).....	36
3.4	TEKNIK-TEKNIK ANALISA DATA.....	36
3.4.1	Ujian Pilot	37
BAB 4 - HASIL DAN INTERPRETASI KAJIAN.....		38
4.0	PENGENALAN	38
4.1	ANALISIS PROFIL RESPONDEN	38
4.1.1	Analisis berkaitan dengan jantina responden.....	38
4.1.2	Analisis berkaitan dengan umur responden	39
4.1.3	Analisis berkaitan dengan tahap pendidikan responden	39
4.1.4	Analisis berkaitan dengan pekerjaan responden	40

4.1.5	Analisis berkaitan dengan pengalaman responden	41
4.1.6	Analisis berkaitan dengan jenis ternakan dimiliki responden	41
4.2	ANALISIS HIPOTESIS-HIPOTESIS KAJIAN KAJIAN	43
4.2.1	Pengujian Hipotesis	48
BAB 5 – RINGKASAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN		55
5.0	RINGKASAN	55
5.1	KESIMPULAN	57
5.1	CADANGAN.....	58

RUJUKAN

LAMPIRAN

SENARAI JADUAL

No. Jadual	Halaman
3.1 Taburan Responden Mengikut Status Jantina	31
3.2 Senarai item yang diubahsuai	34
3.3 Senarai item yang ditambah	35
3.4 Senarai item baru yang diubahsuai	35
3.5 Senarai item yang dimansuhkan	35
3.6 Nilai Alpha bagi setiap dimensi	37
4.1 Taburan Responden Mengikut Jantina	38
4.2 Taburan Responden Mengikut Umur	39
4.3 Taburan Responden Mengikut Tahap Pendidikan	39
4.4 Taburan Responden Mengikut Pekerjaan	40
4.5 Taburan Responden Mengikut Pengalaman Menternak	41
4.6 Taburan Responden Mengikut Jenis Ternakan Dimiliki	41
4.7 Taburan Responden Mengikut Bangsa	42
4.8 Taburan Responden Mengikut Taraf Pendidikan	42
4.9 Hubungan Semua Dimensi Terhadap Skor Pelanggan	44
4.10 Hubungan Antara Semua Dimensi Kualiti Perkhidmatan	48
4.11 Pengaruh Kualiti Perkhidmatan Terhadap Kepuasan Pelanggan	50
4.12 Tahap Kepuasan Pelanggan Mengikut Umur, Pendidikan dan Pengalaman	51

SENARAI RAJAH

No. Rajah	Halaman
2.1 Model Kualiti Perkhidmatan	16
2.2 Model Kesinambungan bagi Kualiti Perkhidmatan	20
2.3 Kepuasan Pelanggan Terhadap Perkhidmatan Klinik Veterinar (KV) Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah (JPHNK)	29
4.1 Model Karangka Kajian – Hubungan Di Antara Semua Dimensi Dalam Kualiti Perkhidmatan.	49

DAFTAR KATA SINGKATAN

KV	: Klinik Veterinar
JPH	: Jabatan Perkhidmatan Haiwan
JPHNK	: Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah
TQS	: Total Quality Services
VEINS	: Veterinary Information System

BAB 1 – PENGENALAN

1.0 PENDAHULUAN

Apakah yang dimaksudkan dengan kualiti? Terdapat banyak takrifan yang diberikan terhadap kualiti. Namun begitu tidak terdapat satu pun takrif yang dapat dijadikan piawai dan definisinya dibuat mengikut disiplin masing-masing. Kadangkala ia menimbulkan perselisihan pendapat dan mengelirukan terutamanya bagi sektor perkhidmatan. Walaubagaimana pun ramai para sarjana kualiti melihat kualiti dari perspektif kepuasan pengguna walaupun kepuasan pengguna itu sendiri menjadi bahan perdebatan (Galloway, 1998). Juran (1980) memberi definisi kualiti sebagai “kepadanan untuk penggunaan” (*fitness for use*). Manakala Crosby (1979) mendefinisikan kualiti sebagai “kepatuhan kepada keperluan” (*conformance to requirements*). Secara umumnya dapat diringkaskan bahawa kualiti produk atau perkhidmatan mesti memenuhi kehendak, keperluan dan jangkaan yang diharapkan oleh pelanggan atau pengguna. Antara lain berpendapat “kualiti hendaklah dikaitkan dengan keluaran dan perkhidmatan yang dapat memuaskan hati orang ramai yang menjadi pelanggan kepada agensi-agensi kerajaan. Kehendak orang ramai ini sangat perlu diutamakan kerana mereka jugalah yang merupakan *stakeholders* kepada agensi-agensi kerajaan memandangkan mereka lah yang memilih kerajaan yang memerintah”, (Ahmad, 1990). Berbagai definisi yang diberikan oleh penulis dan pengkaji mengenai kualiti perkhidmatan. Antaranya ialah;

“Quality is a standard, a goal or a set of requirements. Quality is a measurable goal, not a vague sense of a goodness. It is a continual effort

to improve rather than a set degree of excellence. It is a result. We cannot posses quality, we can only practice it. Quality is a perfection standard by which we decide whether we did what we set out do when and how we said we would do it, in a way that meets our customer's needs. Were our customers happy with the way provided our service or made our widgets? If so, we can say we meet out quality goals"

(D Bone and R Griggs, 1989)

Definisi kualiti tidak boleh dibuat secara khusus tetapi kebanyakan pengkaji dan penulis telah bersetuju bahawa ianya boleh didefinisikan mengikut kesesuaian sesebuah organisasi dengan melihat siapakah pelanggan dalam dan luarnya (Banardin & Rusell, 1993).

Daripada penerangan di atas menunjukan bahawa dalam kualiti barang dan kualiti perkhidmatan, kepuasan dan pencapaian keperluan pelanggan adalah diutamakan. Keperluan mungkin mencakupi kebolehpercayaan, responsive, kepastian, 'tangibles' dan empati, adalah antara ciri- ciri yang boleh disebutkan. Perkara yang utama di sini ialah mencari apakah keperluan-keperluan yang disebutkan di atas. Dalam konteks JPHNK, pelanggan yang difokuskan adalah pemilik ternakan kesayangan (*pets animal*) yang mendapat perkhidmatan daripada Klinik Veterinar. Peningkatan kualiti perkhidmatan di JPHNK boleh diukur dengan mengkaji tanggapan pelanggan terhadap perkhidmatan sebenar yang diterima oleh mereka.

Secara konsensus, para sarjana kualiti maupun kepuasan (*satisfaction*) melihat kualiti dan kepuasan pelanggan adalah dua perkara yang berbeza.

Penilaian ini berasaskan kepada sebab dan musabab (*cause*) dan hasil (*outcome*). Walaupun terdapat persamaan tetapi kepuasan pelanggan mempunyai skop yang lebih luas berbandingkan dengan konsep kualiti. Sebagai contohnya persepsi kualiti perkhidmatan adalah merupakan salah satu komponen kepada kepuasan pelanggan (Zeithaml & Bitner, 2000). Seterusnya apakah pula penakrifan yang dapat dibuat terhadap perkhidmatan? Menurut Zeithaml & Bitner (2000), perkhidmatan adalah perbuatan (*deed*), proses (*process*), dan pelaksanaan (*implementation*).

Justeru itu, suatu hakikat yang tidak dapat dinafikan bahawa pengukuran kualiti perkhidmatan adalah tidak sama dengan pengukuran yang dibuat terhadap kualiti produk atau barang. Dengan kata lain kualiti produk atau barang boleh diukur secara objektif di mana terdapat beberapa elemen tertentu seperti keupayaan daya tahan (*durability*) dan bilangan kecacatan (*defect*) (Crosby, 1979). Manakala kualiti perkhidmatan adalah sesuatu yang abstrak (*abstract*) dan binaan yang mempunyai sifat elusif (*elusive construct*). Keadaan ini adalah disebabkan oleh wujudnya ciri-ciri yang “tidak kelihatan” (*invisible*), “tidak boleh dipegang” (*intangibility*), heterogen (*heterogeneity*) dan tidak boleh terpisah (*inseparability*) daripada produktiviti (*production*) dan penggunaan (*consumption*) yang menjadikan ianya unik (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985). Lantaran itu timbul pelbagai kritikan terhadap kaedah pengukuran kualiti perkhidmatan ekoran daripada tidak wujudnya elemen pengukuran objektif.

Perkhidmatan yang disediakan oleh Klinik Veterinar (KV), Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah (JPHNK) merupakan produk yang tidak boleh disentuh (*intangibles*) dan tidak kelihatan (*invisible*), sebaliknya berbentuk budaya kerja, proses dan pelaksanaan. Bagi melengkapkan perbincangan tentang permasalahan perkhidmatan terdapat satu elemen yang tidak dapat dipisahkan adalah perkhidmatan pelanggan. Dalam hal ini apakah perbezaan yang terdapat di antara perkhidmatan (*service*) dengan perkhidmatan pelanggan (*customer service*)? Adalah amat penting bagi kita supaya dapat membuat perbezaan antara perkhidmatan dan perkhidmatan pelanggan. Perkhidmatan adalah disediakan oleh semua jenis orientasi organisasi manakala perkhidmatan pelanggan disediakan bagi menyokong teras produk yang dikeluarkan oleh sesebuah firma atau organisasi. Dalam hal ini kepentingan perkhidmatan pelanggan kepada organisasi adalah sebagai jaminan hubungan di antara organisasi dan pelanggan. (Zeithaml & Bitner, 2000).

Bagi menerangkan perkaitan perkhidmatan di JPHNK yang boleh dikategorikan sebagai perkhidmatan pelanggan adalah aktiviti-aktiviti yang dijalankan di klinik veterinar. Peranan utama klinik veterinar adalah memberi bimbingan serta khidmat nasihat penjagaan haiwan dan juga menjalankan pemeriksaan dan rawatan haiwan kesayangan (*pets animal*). Selain dari itu suntikan pelalian (*vaccination*) juga disediakan mengikut jadual yang ditetapkan bagi memastikan haiwan kesayangan (*pets*) tidak dijangkiti penyakit berjangkit.

1.1 LATAR BELAKANG LOKASI KAJIAN

Kajian ini dilakukan di Klinik Veterinar, Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah. Klinik Veterinar ditubuhkan adalah selaras dengan peranan Jabatan Perkhidmatan Haiwan Malaysia yang bertanggungjawab dalam mengawal, mengenalpasti penyakit berjangkit serta menjaga kesejahteraan haiwan (*animal welfare*). Perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar adalah termasuk khidmat nasihat penjagaan haiwan kesayangan (*pets animal*), membuat pemeriksaan fizikal dan menjalankan rawatan kepada ternakan yang sakit. Klinik Veterinar terletak di bangunan Ibu Pejabat Pejabat Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah.

Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah (JPHNK) terletak lebih kurang tiga kilometer dari pusat bandar Alor Star dan lebih kurang 3.2 kilometer dari Plaza Tol Alor Star Utara. Alamat JPHNK adalah seperti berikut:

Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah,

Jalan Datuk Kumbar,

05300 Alor Star,

Kedah Darul Aman.

Telefon: 04-7205200, Fax: 04-7344673, e-mail: jphnk@po.jaring.my

Klinik Veterinar mula berfungsi sejak JPHNK ditubuhkan pada tahun 1907. Kedah merupakan negeri yang pertama mempunyai pertama mempunyai perkhidmatan Haiwan dibandingkan dengan negeri-negeri “*Non Federated Malay State*”. Sistem pentadbiran Jabatan ini adalah terdiri daripada sebuah Ibu Pejabat, tujuh buah Pusat Haiwan, dua belas daerah, tiga buah ladang penempatan ternakan, lima buah Pusat Perkhidmatan Industri Tenusu,

sebuah ladang bebiri, sebuah Pusat Kerantina (*Quarantine Station*) dan sebuah Klinik Veterinar. Pada keseluruhannya fungsi Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah adalah seperti berikut:

1. Menjaga kebajikan ternakan dan Haiwan kesayangan (*pets animal*) bagi mewujudkan masyarakat penyayang.
2. Meningkatkan populasi ternakan di Negeri Kedah bagi meningkatkan produk makanan berasaskan ternakan.
3. Mewujudkan peluang-peluang pekerjaan dan meningkatkan ekonomi penduduk dalam sektor penternakan dan makanan ternakan.
4. Mencegah dan mengawal penyakit ternakan.
5. Menggalakkan pertumbuhan industri sektor penternakan yang akan menghasilkan makanan bermutu tinggi dan bersih, sesuai untuk makanan manusia.
6. Melatih pegawai dan penternak bagi menyokong industri penternakan dan pemindahan teknologi (*technology transfer*) terkini.

Komponen pelanggan Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah adalah terdiri daripada:

1. Penternak, pengusaha dan pemilik haiwan/ternakan.
2. Pengusaha industri haiwan dan industri yang berkaitan dengannya.
3. Pengimport dan pengeksport Haiwan dan bahan Haiwan.
4. Agensi kerajaan dan swasta.

Walaubagaimana pun populasi dalam kajian ini hanya memberi tumpuan kepada pemilik haiwan kesayangan (*pets animal*) yang mendapat perkhidmatan dari Klinik Veterinar.

1.2 KEPENTINGAN KAJIAN

Kajian seumpama ini adalah penting untuk memperbaiki tahap kualiti perkhidmatan di Klinik Veterinar setelah mengetahui pembolehubah-pembolehubah yang berkesan dalam menentukan tahapnya. Selanjutnya dengan adanya kualiti perkhidmatan yang baik dalam organisasi maka matlamat organisasi juga akan dapat dicapai. Disamping itu, kajian seperti ini juga penting untuk perancangan dan pengurusan organisasi Jabatan Perkhidmatan Haiwan yang terlibat secara langsung dalam menjaga serta mengawal penyakit yang berjangkit samada dari haiwan ke haiwan yang lain mahu pun dari haiwan ke manusia. Adalah diharapkan kajian ini mampu memberi sumbangan samada kepada pengkaji atau pun organisasi yang terlibat.

Manakala dilihat dari sudut yang lain keberkesanan sistem penyampaian perkhidmatan yang berkualiti adalah menjadi satu agenda berterusan kerajaan Malaysia. Hakikat ini terkandung dalam arahan Ketua Setiausaha Negara mengikut surat Bil. UPTM 159/476/3 bertarikh 21 April 2004. Arahan ini meliputi semua Kementerian, Jabatan Persekutuan, Badan Berkanun Persekutuan, Kerajaan Negeri dan Pihak Berkuasa Tempatan. Antara usaha-usaha meningkatkan keberkesanan sistem penyampaian perkhidmatan kerajaan adalah termasuk Perkhidmatan Kaunter. Semua jabatan Kerajaan, terutamanya yang banyak berurusan dengan orang ramai,

hendaklah meningkatkan penyampaian perkhidmatan kaunter masing-masing selaras dengan Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam Bil. 10 Tahun 1991: Panduan mengenai Peningkatan Kualiti Perkhidmatan Kaunter serta melaksanakan langkah-langkah berikut;

- a. menyediakan jumlah kaunter yang mencukupi berasaskan bilangan pelanggan yang berkunjung supaya orang ramai tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan perkhidmatan;
- b. Menyediakan kaunter khas dan kaunter kecemasan untuk memberi perkhidmatan kepada warga tua, ibu-ibu mengandung dan yang membawa anak-anak kecil serta kes-kes kecemasan;
- c. menyediakan pelbagai perkhidmatan di setiap kaunter (*multi-service counter*), termasuk terimaan bayaran;
- d. memusatkan semua perkhidmatan kaunter di satu lokasi bagi menyenangkan orang ramai mendapat perkhidmatan tanpa perlu ke kaunter yang ditempatkan di beberapa lokasi mengikut bahagian atau jabatan;
- e. menyediakan nombor giliran dan melayan semua pelanggan yang dating dalam masa pejabat sehingga urusan permohonan selesai. Dalam hal ini, Jabatan Kerajaan adalah digalakkan menggunakan system pengurusan giliran.
- f. memastikan pegawai dan kakitangan yang bertugas dikaunter sentiasa mesra dan berbudi bahasa semasa berurus dengan orang ramai, termasuk memberi senyuman. Jika perlu, mereka hendaklah diberi latihan sewajarnya;

- g. memastikan setiap pegawai dan kakitangan yang bertugas di kaunter memakai tanda nama (*name tag*) dan juga mempamerkan plat nama (*name plate*) di atas kaunter.
- h. melantik Penyelia Kaunter bagi memastikan kelincinan urusan perkhidmatan kaunter setiap hari dan memantau pelaksanaan langkah-langkah yang digariskan di atas; dan
- i. Ketua Jabatan hendaklah membuat lawatan secara kerap bagi meninjau dan memastikan tahap perkhidmatan kaunter yang diberikan kepada orang ramai adalah cekap dan berkesan.

Selain daripada perkhidmatan kaunter, kerajaan juga berusaha untuk meningkatkan kualiti layanan perkhidmatan telefon, kaedah pungutan hasil serta memperkuuhkan mekanisma kerjasama antara sektor awam dan sektor swasta.

Kepentingan penyampaian perkhidmatan (*service delivery*) ini juga pernah disuarakan oleh Yang Berhormat Dato' Seri Mohd. Najib Tun Haji Abdul Razak, Timbalan Perdana Menteri Malaysia dalam ucapannya di Persidangan Perkhidmatan Awam Antarabangsa (*International Service Conference*) 2004 yang diadakan di INTAN, Bukit Kiara pada 24 Jun 2004. Penegasan beliau selain daripada mengadaptasi budaya kerja yang mengutamakan indikasi utama prestasi (*Key Performance Indicators*) sebagaimana telah diamalkan di negara maju seperti United Kingdom (UK), sektor awam juga hendaklah membuat ukuran (*measurement*) terhadap perkhidmatan yang diberikan. Dari sudut kepentingan kajian ini, secara khususnya dapat dikelaskan kepada dua perspektif iaitu:

1.2.1 Perspektif Pengkaji

Dari perspektif pengkaji, ia dapat menerangkan kepentingan ilmu yang berkaitan kualiti perkhidmatan itu sendiri. Sememangnya ia memberi sumbangan yang besar kepada pengkaji terutamanya dalam penghayatan dan pemahaman bagaimana evolusi SERVQUAL, di mana gagasan awalnya pada tahun 1985 telah mengalami perubahan dari masa kesemasa. Pengkaji berpendapat teori yang telah dikemukakan oleh Parasuraman, Berry dan Zeitmal (1988) adalah merupakan satu teori yang dinamik. Walaubagaimana pun keupayaan pengasas SERVQUAL menerima kritikan yang berterusan dari masa kesemasa.

1.2.2 Perspektif Organisasi

Dari sudut perspektif organisasi terdapat beberapa kebaikan yang dapat disumbangkan oleh kajian ini kepada Jabatan Perkhidmatan Haiwan adalah seperti berikut:

- i. Dapat memperbaiki kelemahan yang wujud. Jabatan Perkhidmatan Haiwan dapat mengenalpasti setiap item dalam usaha menentukan kualiti perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar.
- ii. Mengenalpasti keperluan-keperluan utama dalam bidang latihan serta pembangunan kepada kakitangan dalam organisasi. Jabatan Perkhidmatan Haiwan dapat mengenalpasti keperluan yang sepatutnya diutamakan berdasarkan kepada pandangan pelanggan dalam usaha meningkatkan kualiti perkhidmatan.

iii. Memperkuatkan serta memperbaiki faktor-faktor yang dapat merangsangkan kepada kekerapan bagi pelanggan mendapatkan perkhidmatan daripada Jabatan Perkhidmatan Haiwan. Hasil kajian ini adalah berasaskan kepada kekuatan hubungan di antara dimensi kualiti perkhidmatan yang ditawarkan oleh organisasi dengan kepuasan yang diterima oleh pelanggan (*pets animal owner*).

1.3 PENYATAAN MASALAH

Semenjak Jabatan Perkhidmatan Haiwan ditubuhkan iaitu pada tahun 1907 perkhidmatan pemeriksaan dan rawatan ternakan telah dilakukan, namun masih belum ada kajian secara empirikal dibuat bagi mengukur tahap kepuasan pelanggan (*customers satisfaction*) terhadap perkhidmatan yang diberikan. Oleh itu satu kerangka kajian (*theoretical framework*) yang jelas dan jitu serta teruji mestilah dilakukan bagi tujuan memantau dan memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada. Berdasarkan pada penyataan masalah dalam kajian ini, maka satu kajian ilmiah adalah perlu untuk mengetahui kualiti perkhidmatan dan pencapaian matlamat dalam organisasi. Satu kajian yang objektif memerlukan alat (*instrument*) yang berupaya mengenalpasti masalah dan juga alat tersebut mampu untuk mengenalpasti keutamaan pembelajaran yang perlu dilakukan. Salah satu keutamaan kerajaan dalam menguruskan organisasinya adalah memperbaiki dan memperkemaskan pengurusan penyampaian perkhidmatan yang mementingkan kualiti. Kualiti adalah merupakan prasyarat utama dalam menentukan kecemerlangan sesebuah organisasi.

1.4 OBJEKTIF KAJIAN

Di antara objektif kajian ini adalah:

- i. Mengenalpasti tanggapan pelanggan terhadap prestasi sebenar perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar.
- ii. Mengenalpasti skor tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diterima dari Klinik Veterinar.
- iii. Mengenalpasti kelemahan yang wujud semasa perkhidmatan diberikan di Klinik Veterinar.
- iv. Mengenalpasti kecenderungan keutamaan dimensi kualiti perkhidmatan dari perspektif pelanggan (*customer*).

1.5 PERSOALAN KAJIAN

Fokus utama kajian ini adalah bagi menentukan sejauh mana kualiti perkhidmatan yang ditawarkan oleh Klinik Veterinar, Jabatan Perkhidmatan Haiwan berbanding dengan jangkaan pelanggan. Ianya juga mengarahkan kepada perkaitan antara kepuasan (*satisfaction*) dengan perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar. Oleh yang demikian itu data-data yang dikumpul seharusnya mampu bagi menjawab beberapa persoalan pokok terhadap kualiti perkhidmatan yang diberikan. Di antara persoalan yang perlu dijawab adalah seperti berikut:

- i. Apakah dimensi kualiti perkhidmatan yang dapat menerangkan kualiti perkhidmatan yang diberikan Klinik Veterinar?
- ii. Apakah tahap prestasi sebenar kualiti perkhidmatan Klinik Veterinar?

- iii. Bagaimanakah kualiti perkhidmatan Klinik Veterinar dapat ditingkatkan?
- iv. Apakah dimensi yang dapat dikira paling penting daripada perspektif pelanggan?
- v. Apakah dimensi yang paling efektif serta dapat menerangkan tingkah laku pelanggan?
- vi. Apakah dimensi yang paling efektif serta dapat menerangkan sikap pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan Klinik Veterinar?

1.6 HIPOTESIS KAJIAN

Hipotesis kajian ialah:

- i. H_1 : Kualiti perkhidmatan yang terdiri daripada Teras perkhidmatan, elemen manusia, elemen bukan manusia, perkhidmatan dan tanggung jawab sosial mempunyai korelasi antara satu sama lain.
- ii. H_2 : Peningkatan kepuasan pelanggan adalah bergantung kepada peningkatan kualiti perkhidmatan.
- iii. H_3 : Tahap kepuasan pelanggan adalah berbeza mengikut kumpulan umur, tahap pendidikan dan pengalaman pelanggan.

1.7 KEKANGAN KAJIAN

Terdapat beberapa kekangan dalam melakukan kajian ini. Di antaranya ialah:

- i. Responden dalam skop kajian hanyalah meliputi pelanggan (*pets animal*) yang menerima perkhidmatan di Klinik Veterinar Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah sahaja.

- ii. Responden sukar memberi kerjasama. Keadaan ini wujud kerana item-item dalam dimensi kajian agak banyak menyebabkan respondan mengalami kesukaran untuk memahaminya.

BAB 2 - SOROTAN KARYA

2.0 PENDAHULUAN

Bab ini adalah bagi membincangkan rangka konseptual (*theoretical framework*) dan sorotan karya berkenaan dengan kajian kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan di Klinik Veterinar, Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah. Ia akan menjurus kepada konsep dan perkembangan teori kualiti perkhidmatan dan kepuasan yang diterima oleh pelanggan.

2.1 KONSEP DAN PERKEMBANGAN TEORI KUALITI PERKHIDMATAN

2.1.1 Teori Kualiti Perkhidmatan

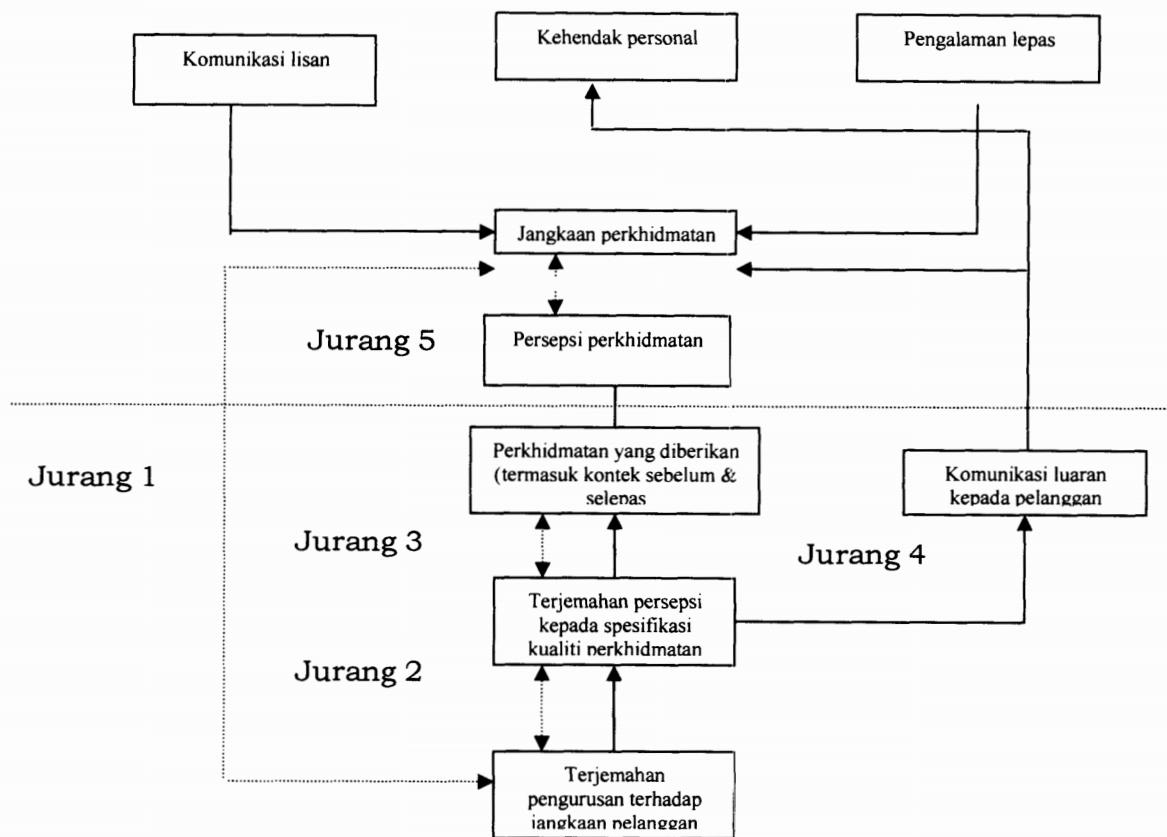
Pada peringkat awal pengetahuan tentang kualiti perkhidmatan amat berkurangan. Penyelidikan yang dikakukan dalam bidang ini boleh didapati daripada penulis-penulis seperti Gronroos (1982); Lehtinen (1982); Lewis & Booms (1983); Saaser, Olsen & Wyckoff (1978). Para pengkaji seperti tersebut telah mencadangkan tiga tema berkenaan dengan perkhidmatan. Di antaranya ialah:

- i. kualiti perkhidmatan adalah lebih sukar untuk dinilai oleh pelanggan berbanding dengan kualiti barang.
- ii. tanggapan kualiti perkhidmatan adalah hasil daripada perbandingan tentang jangkaan pelanggan dengan prestasi perkhidmatan yang sebenarnya.

- iii. penilaian kualiti tidak dibuat hanya berdasarkan hasil dari perkhidmatan tetapi juga melibatkan penilaian tentang proses perkhidmatan yang diberikan.

Memandangkan kepada kajian-kajian empirikal tentang perkhidmatan kualiti yang ada pada masa tersebut masih tidak berupaya menyediakan suatu asas konseptual, satu kajian tinjauan telah dilakukan oleh Parasuraman et. al. (1985) untuk menyiasat kualiti perkhidmatan ini. Dalam kajian tersebut mereka telah menjalankan temuduga dengan kumpulan fokus pelanggan dan juga empat temuduga terhadap sekumpulan pegawai eksekutif. Hasil daripada kajian tersebut satu “model kualiti perkhidmatan” telah dibentuk seperti dalam gambarajah 2.1.

GAMBARAJAH 2.1 : MODEL KUALITI PERKHIDMATAN (1985)



Sumber: Parasuraman *Journal of Marketing*, bil 49, m.s.44

Daripada gambarajah di atas menerangkan empat jurang yang wujud berkaitan dengan persepsi berkaitan dengan persepsi eksekutif tentang kualiti perkhidmatan dan juga tugas yang berkaitan dengan perkhidmatan yang diberikan kepada pelanggan serta jurang yang wujud berkaitan dengan temuduga dengan kumpulan fokus.

Jurang pertama menerangkan harapan pelanggan dan persepsi pengurusan. Dalam lompong jurang ini, kebanyakan persepsi eksekutif

terhadap jangkaan pelanggan dalam kualiti perkhidmatan adalah sama dengan jangkaan pelanggan yang terdapat didalam kumpulan fokus.

Jurang kedua adalah di antara persepsi pengurusan dan spesifikasi kualiti perkhidmatan. Dalam menerangkan keputusan temuduga yang dijalankan dalam kajian ini, eksekutif menyatakan bahawa adalah sangat sukar untuk memuaskan kehendak pelanggan. Mereka telah menjelaskan terdapat beberapa faktor penghalang seperti sumber yang terhad dan juga pengurusan yang bersikap sambil lewa.

Jurang ketiga menjelaskan antara spesifikasi kualiti perkhidmatan dan perkhidmatan yang diberikan. Dalam lompong ini telah dikenalpasti bahawa walaupun terdapat garis panduan untuk menjalankan perkhidmatan dengan baik serta melayan pelanggan dengan betul namun prestasi kualiti yang tinggi adalah tidak terkawal.

Keempat, adalah jurang di antara perkhidmatan yang diberikan dan komunikasi luaran. Di sini faktor luaran seperti aktiviti pengiklanan serta media lain boleh mempengaruhi kesan jangkaan pelanggan.

Jurang kelima adalah berkaitan dengan temuduga yang dilakukan terhadap kumpulan fokus di mana jurang yang didapati adalah adalah di antara jangkaan perkhidmatan dan persepsi perkhidmatan yang diharapkan. Kumpulan fokus telah menyatakan bahawa bagi memastikan kualiti

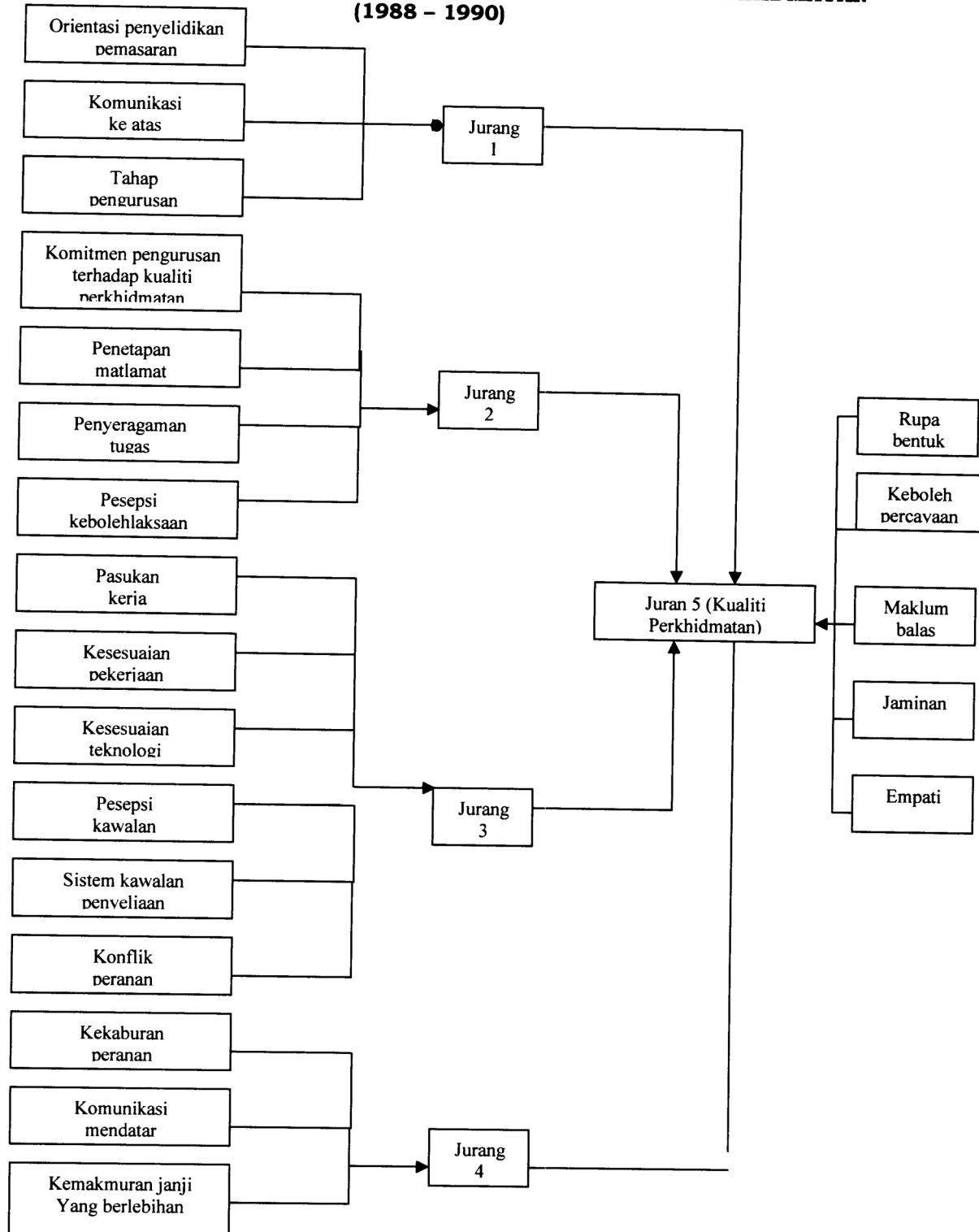
perkhidmatan yang baik adalah dengan memberi perkhidmatan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Kajian yang dilakukan ini mendedahkan sepuluh dimensi yang digunakan oleh pelanggan dalam membentuk jangkaan dan harapan tentang perkhidmatan. Di antara dimensi yang dimaksudkan adalah:

- i. Kebolehpercayaan (*reliability*) – mengekalkan prestasi yang konsisten.
- ii. Maklumbalas (*feed back*) – memerlukan kesediaan kakitangan memberikan perkhidmatan.
- iii. Kemampuan (*ability*) – berkaitan dengan kemahiran dan kemahiran yang diperlukan bagi memberikan perkhidmatan tersebut.
- iv. Kesopanan (*politeness*) – budi bahasa dan sifat peramah yang perlu ada pada pekerja.
- v. Capaian (*accessibility*) – mudah dihubungi serta senang didekati.
- vi. Komunikasi (*communication*) – kemudahan penyaluran maklumat kepada pelanggan.
- vii. Kredibiliti (*credibility*) - berkaitan dengan kepercayaan serta kejujuran terhadap pelanggan.
- viii. Keselamatan (*security*) – tidak menimbulkan curiga dan merbahaya kepada pihak lain.
- xi. Memahami (*understanding*) – berkaitan dengan usaha memenuhi kehendak pelanggan.
- x. Rupa bentuk (*design*) – bukti terhadap perkhidmatan seperti adanya pekerja dan kemudahan fizikal.

Berdasarkan model “Kualiti Perkhidmatan” di atas, Parasuraman et al. (1988) telah menghasilkan suatu kesinambungan. Lanjutan daripada itu mereka telah mengenalpasti berbagai faktor dalaman organisasi itu sendiri boleh memberi kesan terhadap kualiti perkhidmatan yang disediakan kepada pelanggan. Berikut adalah gambarajahh 2.2 yang boleh menjelaskan kesinambungan yang telah dilakukan.

**GAMBARAJAH 2.2 : MODEL KESINAMBUNGAN BAGI KUALITI PERKHIDMATAN
(1988 – 1990)**



Sumber : Parasuraman, *Marketing Research*, Winter 1998 / Spring 1999, m.s. 8

Daripada gambarajah model di atas, Parasuraman et. al (1988) telah menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi jurang-jurang yang terlibat. Faktor-faktor yang mempengaruhi jurang tersebut ialah penyelidikan pemasaran, komunikasi ke atas dan tahap-tahap pengurusan. Penyelidikan pemasaran adalah berfungsi sebagai satu medium di mana kumpulan pengurusan belajar tentang jangkaan pelanggan. Komunikasi ke atas pula menerangkan pelanggan terhadap pengurusan atasan dan memberi kesan kepada jurang satu. Antara lain yang dijelaskan oleh Parasuraman et. al tentang komunikasi ke atas adalah komunikasi bersemuka adalah lebih berkesan berbanding dengan komunikasi bertulis.

Seterusnya jurang dua pula menjelaskan komitmen pengurusan kepada kualiti perkhidmatan, penetapan matlamat, penyeragaman tugas dan juga persepsi keboleh laksana. Sekiranya pengurusan tidak komited kepada kualiti perkhidmatan, jurang dua akan mengalami keadaan tidak menentu. Matlamat amat perlu dikenalpasti terlebih dahulu kerana ianya telah terbukti dengan kejayaan yang telah dicapai oleh syarikat-syarikat besar seperti American Express, Mc Donalds dan Delta Airlines dalam memberikan kualiti perkhidmatan yang tinggi. Keseluruhanjurang dua menunjukkan sejauh mana pengurusan percaya tentang kepentingan bagi mengutamakan jangkaan pelanggan.

Berikut adalah jurang tiga yang dikenali juga sebagai jurang prestasi perkhidmatan. Di antara faktor penyumbang kepada berlakunya jurang ini adalah pertama, pasukan kerja iaitu tahap di mana pekerja merasakan

penglibatan secara personal dan komitmen di dalam organisasi. Kedua, kesesuaian antara pekerja dan perkerjaan iaitu keupayaan pekerja untuk melakukan pekerjaan tersebut. Ketiga, kesesuaian teknologi dan pekerjaan iaitu mempunyai alat dan mesin yang sesuai untuk Menjalankan tugas. Keempat, persepsi kawalan iaitu tahap di mana pekerja percaya bahawa mereka mempunyai kawalan terhadap pekerjaan mereka. Selanjutnya kelima sistem kawalan penyeliaan iaitu tahap di mana pekerja dinilai mengikut apa yang dilakukan oleh mereka. Keenam, konflik peranan iaitu persepsi konflik di antara jangkaan pelanggan dan jangkaan oleh organisasi (misalan pekerjaan yang terlalu meminta) dan terakhir ialah kekaburan peranan iaitu persepsi kejelasan matlamat dan jangkaan (misalan pekerja tidak mempunyai matlamat yang diperlukan untuk Menjalankan tugas mereka). Komunikasi mendatar dan kemakmuran pada janji yang lebih pula boleh memberi kesan kepada jurang yang keempat. Komunikasi mendatar merujuk kepada komunikasi dalam dan di antara jabatan dalam organisasi.

Menjelang awal tahun 1990-an, Parasuraman et al. (1991) telah meneruskan lagi evolusi model konseptual mereka. Usaha mereka mendatangkan hasil pada tahun 1993 dengan terbitnya artikel yang disiarkan dalam *Journal of Academy of Marketing Science* yang bertajuk *The Nature and Determinants of Customer Expectations of Services*. Sumbangan yang amat besar pembangunan model seterusnya adalah berkaitan dengan wujudnya zon toleransi (*zone of tolerance*). Secara konsepnya, zon ini adalah kawasan di antara tahap perkhidmatan yang memadai (*adequate*) bagi pelanggan

berbanding dengan tahap perkhidmatan yang dikehendaki (*desired*) oleh mereka.

Walaupun Parasuraman et al. (1991) telah melangsungkan pembangunan model kualiti perkhidmatan yang semakin mantap tetapi mereka menerima kritikan yang berterusan daripada pengkaji-pengkaji lain. Di antara kritikan yang dimaksudkan adalah seperti *Customer perceptions of service quality: A Critique* yang ditulis oleh G.S Sureshchandar, Chandrasekharan Rajendran & T.J. Kamalanabhan (2001) yang menjadi fokus kepada kajian ini.

Hasil perubahan evolusi kualiti perkhidmatan di atas, pengukuran SERVQUAL telah digunakan sebagai alat bagi mengetahui tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan. Namun begitu kritikan terhadap SERVQUAL ini adalah berdasarkan logik terhadap apa yang diperlukan disebalik pengukuran yang dikehendaki (Cronin & Taylor, 1992, 1994). Kesahan (*validity*) dan kebolehpercayaan (*reliability*) yang terdapat pada SERVQUAL mempunyai perbezaan formulasi skor (*difference-score formulation*) (Babakus & Boller, 1992; Brown et al, 1993) dan demensinya melangkaui kepelbagaian suasana (Carman, 1990; Finn & Lamb, 1991).

Perdebatan yang berterusan berasaskan kepada perbincangan yang komprehensif terhadap 22 item yang dicadangkan oleh Parasuraman et. al. (1988) yang mencadangkan dimensi kritikal dalam kualiti perkhidmatan. Intipati kualiti perkhidmatan yang dibuat pengukuran adalah memberi fokus yang terlalu meluas dalam aspek manusia terhadap pemberian perkhidmatan

(*human aspects of service delivery*). Manakala aspek lain termasuk perkhidmatan yang nyata (*tangibles of service*) termasuk kesan persekitaran sekeliling (*effect of atmospherics*), elemen rekabentuk dan hiasan (*design and décor elements*), penampilan peralatan (*apperearence of equipment*), pakaian pekerja (*employee dress*) dan sebagainya.

Adalah amat nyata elemen capurtangan manusia (*human intervention*) dalam pemberian perkhidmatan telah dipersetujui tanpa ragu-ragu serta diberi penekanan oleh beberapa pengkaji lain (contoh. Harber et. al., Mills & Morris, 1996; Norman, 1991; Scneider & Bowen, 1985, 1992, 1993, 1995; Schneider et. al., Stebbing, 1993). Di antara dimensi yang dibincangkan adalah terdiri daripada empat bahagian yang dikenali sebagai kebolehpercayaan (*reliability*), bertanggung jawab (*responsiveness*), kepastian (*assurance*) dan empati (*empathy*).

Dimensi-dimensi yang terdapat dalam kajian ini telah diubahsuai di mana dapat dijelaskan seperti berikut:

i. Elemen bukan manusia (*non-human element*)

Pemberian perkhidmatan menerangkan bagaimana perkhidmatan tersebut disampaikan kepada pelanggan. Ianya dapat dibahagikan kepada dua iaitu:

- a) Elemen manusia dalam pemberian perkhidmatan adalah amat berkesan ditunjukkan dalam SERVQUAL.
- b) Proses, prosedur, sistem dan teknologi akan menjadikan perkhidmatan yang disampaikan lebih berkesan.

Zemke dan Scaaf (1990) menyebut satu kajian dibuat terhadap 1500 pelanggan oleh Cambridge, firma di Massachusetts mendapati 44 % daripada responden merasakan selesa bekerja di syarikat yang mempunyai asas kewangan yang kukuh. Milakovich (1995) menyatakan bahawa proses penambahbaikan menjadi fokus utama dalam revolusi kualiti perkhidmatan. Menurut pemerhatiannya adalah menjadi kunci utama bagi "Kualiti Pengurusan Menyeluruh" (*Total Quality Management*) serta kebergantungannya terhadap pemahaman proses, pemindahan pengetahuan dan maklumbalas terhadap pelanggan mestilah lebih cepat dari pesaing (*competitors*). Ahire et al. (1995) telah menjelaskan bahawa secara keseluruhannya kualiti perkhidmatan dan juga barang mestilah melalui peningkatan proses samada secara langsung atau tidak langsung. Spendley (1994) menyatakan bahawa asas proses menjalankan perniagaan adalah memerlukan usaha meningkatkan kualiti perkhidmatan atau pun produk bagi sesebuah organisasi. Antara asas keperluan adalah termasuk pengembangan teknologi seperti perkomputeran, rangkaian operasi (*e.g. computerization, networking of operations*) dan sebagainya.

ii. Tanggung jawab social (*social responsibility*)

Tanggung jawab sosial adalah merupakan isyarat kepada setiap organisasi dalam menilai perilaku dan tindakan yang beretika dalam

melaksanakan urusan perniagaan dengan mengambil kira kepentingan masyarakat. Faktor yang kritikal ini jarang dijumpai dalam kebanyakan kajian pengurusan kualiti walau pun menjadi asas yang ditekankan dalam anugerah Malcom Baldrige National Quality Award Criteria (Malcom Baldrige Awards Guidelines, 1988). Satu kajian telah dibuat oleh ‘Consumer Report’ ke atas pelanggan kewangan bukan bank (*non-banking financials*) mendapati pelanggan amat menitik beratkan layanan yang sama rata terhadap semua pelanggan, tidak mengira latarbelakang dan saiz syarikat yang menjalankan urusniaga (Zemke & Schaaf, 1990).

G.S. Sureshchandar et. al. (2001) telah mengesyorkan bahawa kualiti perkhidmatan memerlukan lima dimensi (sila rujuk kerangka kajian) yang dikenali sebagai:

- i. Teras perkhidmatan atau perkhidmatan produk (*core service or service product*)
- ii. Elemen manusia atau perkhidmatan (*human elemen or service delivery*)
- iii. Elemen bukan manusia (*non-human element*)
- iv. Perkhidmatan yang nyata (*tangibles of services*)
- v. Tanggungjawab sosial (*social responsibility*)

Dalam kajian ini pemerhatian dibuat terhadap 41 item yang kesemuanya meliputi lima dimensi seperti yang dijelaskan. Seterusnya dijelaskan elemen-elemen yang dimasukkan kedalam setiap demensi.

- i. Teras perkhidmatan atau perkhidmatan produk (*core service or service product*)
 - a) Kepelbagai perkhidmatan (*diversity and range of services*)
 - b) Perkhidmatan sokongan dan opsyen (*offering more number of service options*)
 - c) Inovasi perkhidmatan (*service innovation*)
 - d) Penyediaan perkhidmatan dicawangan (*availability of more service operations in most branches*)
 - e) Masa perkhidmatan (*operating hours*)
- ii. Elemen manusia atau perkhidmatan (*human elemen or service delivery*)
 - a) Memberikan perkhidmatan seperti yang dijanjikan
 - b) Mempunyai kemahiran dan kebolehan menyelesaikan masalah
 - c) Dapat menyelesaikan masalah dengan segera serta memuaskan pelanggan.
 - d) Perkhidmatan tepat pada waktunya
 - e) Perkhidmatan mengikut jadual yang ditetapkan
 - f) Pelanggan memahami tentang jenis perkhidmatan yang ditawarkan
 - g) Perkhidmatan yang cepat kepada pelanggan
 - h) Kesediaan membantu serta memenuhi kehendak pelanggan
 - g) Menggunakan maklum balas pelanggan untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan.

- h) Memberitahu pelanggan tentang pencapaian kualiti perkhidmatan
- i) Kelakuan pekerja yang meyakinkan pelanggan
- j) Keselamatan pelanggan terjamin apabila berurusan dengan organisasi
- k) Sifat pekerja yang mesra dan sopan
- l) Mempunyai pengetahuan dan kopetansi yang tinggi dalam menyelesaikan masalah pelanggan
- m) Mengatasi kesulitan tentang prosedur dan proses yang dihadapi pelanggan
- n) Melayani pelanggan secara individu dan dapat memuaskan kehendak hati pelanggan
- o) Memahami kehendak pelanggan

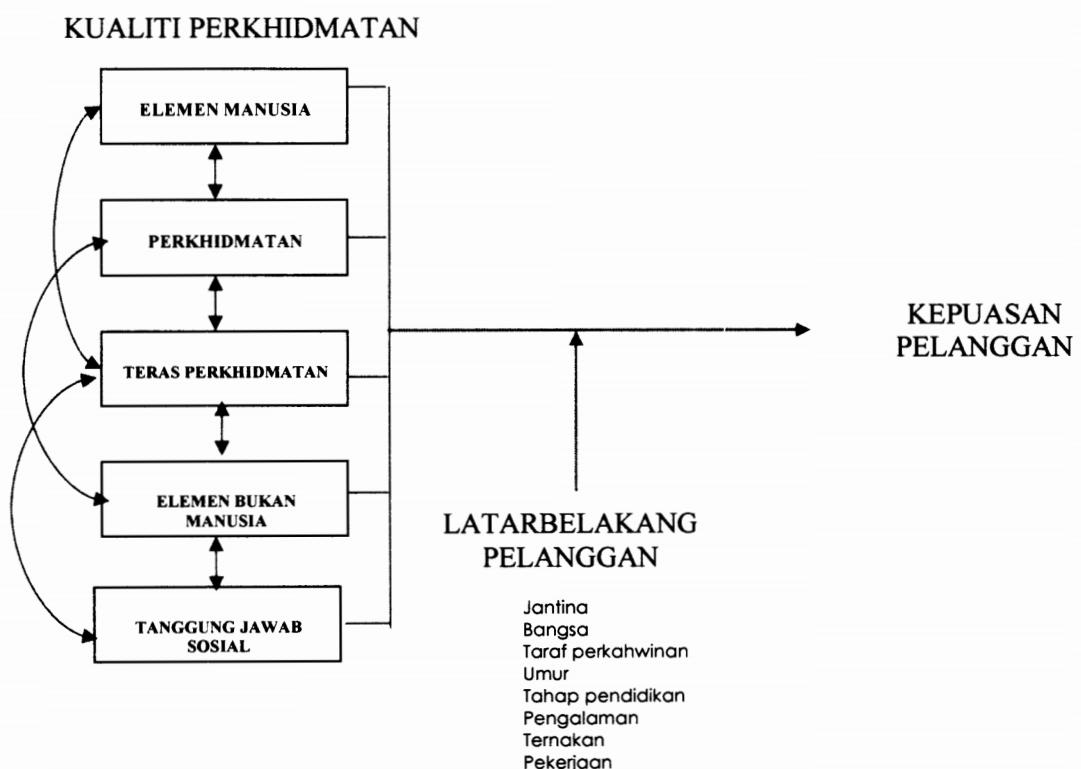
- iii. Elemen bukan manusia (*non-human element*)
 - a) Proses dan birokrasi dalam penyampaian perkhidmatan
 - b) Struktur proses penyampaian perkhidmatan yang ringkas
 - c) Penggunaan dan keupayaan teknologi untuk memberi perkhidmatan yang berkesan
 - d) Tahap dan proses prosedur perkhidmatan yang baik
 - e) Mempunyai kakitangan yang mencukupi
 - f) Mempunyai kemudahan yang mencukupi
- iv. Perkhidmatan yang nyata (*tangibles of services*)
 - a) Persekutaran kerja yang selesa

- b) Kelengkapan pejabat dan susunatur perabut yang memberi keselesaan kepada pelanggan
- c) Kebersihan dan kekemasan organisasi
- d) Maklumat lokasi, tanda arah serta maklumat perkhidmatan yang memuaskan
- e) Kemudahan dan peralatan untuk pelanggan disediakan

2.2 KERANGKA KAJIAN

Model di bawah menunjukkan secara gambaran kerangka kajian (*theoretical frame work*) yang dilakukan.

GAMBARAJAH 2.3 - KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PERKHIDMATAN KLINIK VETERINAR (KV) JABATAN PERKHIDMATAN HAIWAN NEGERI KEDAH (JPHNK)



BAB 3 - REKABENTUK DAN METODOLOGI KAJIAN

3.0 PENGENALAN

Intipati dalam bab tiga ini ialah jenis kajian, sumberdata, teknik pengumpulan data dan penganalisisan data. Secara umumnya bab ini membincangkan jenis kajian dan populasi – sampel, ciri-ciri instrumen, pentadbiran data dan kaedah-kaedah pelaksanaan kajian.

3.1 METODOLOGI KAJIAN

Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini ialah deskriptif dan berbentuk kajian berdasarkan tinjauan (*survey research*) di mana kajian ini melibatkan pengumpulan data berkaitan dengan tanggapan dan jangkaan pelanggan bagi menjelaskan tahap kepuasan pelanggan yang menerima perkhidmatan di Klinik Veterinar, JPHNK. Antara data-data lain yang dikumpul termasuklah pembolehubah latarbelakang seperti jantina, bangsa, taraf perkahwinan, umur, tahap pendidikan, pengalaman menternak, jenis ternakan dan pekerjaan.

3.2 SUMBER DATA

Data-data yang didapati adalah merupakan data primer (*primary data*). Data tersebut diperolehi dari responden yang diklasifikasikan sebagai pelanggan kepada Klinik Veterinar, JPHNK. Pelanggan-pelanggan ini adalah pemilik ternakan yang berdaftar dengan sistem pengkalan data (*database*) di Klinik Veterinar, dikenali dengan nama VEINS. VEINS adalah singkatan kepada *Veterinary Information System*.

Dalam penganalisisan data, kajian ini hanya mempertimbangkan responden yang berdaftar dengan VEINS yang diklasifikasikan sebagai pelanggan kepada Klinik Veterinar, manakala pelanggan biasa yang tidak berdaftar dianggap tidak relevan.

3.2.1 Populasi kajian

Keseluruhan populasi kajian adalah sebanyak 900 orang yang dijadikan sebagai *sampling frame*. Populasi kajian adalah meliputi pelanggan Klinik Veterinar mengikut penakrifan di atas iaitu individu yang berdaftar dalam VEINS di Klinik Veterinar.

3.2.2 Sampel kajian

Saiz sampel adalah seanyak 80 orang yang dipilih secara rawak. Taburan sampel kajian berdasarkan jantina responden dapat ditunjukkan seperti jadual di bawah.

Jadual 3.1 : Taburan Responden Mengikut Status Jantina

Jantina	Jumlah
Lelaki	51
Perempuan	29
Jumlah	80

Teknik persampelan rawak mudah digunakan untuk pengedaran soal selidik kepada responden. Teknik ini digunakan kerana kebarangkalian mendapat responden dalam populasi adalah sama

dan bebas (Gay dan Dichi, 1992). Kaedah kajian dibuat dengan mengisi borang soal selidik yang diedarkan kepada responden. Kaedah pengisian borang soal selidik dibuat mengikut tatacara seperti berikut:

- i. Responden yang datang ke Klinik Veterinar akan diberitahu tujuan kajian serta menjelaskan isi kandungan borang soal selidik.
- ii. Penerangan dibuat secara bersemuka bagi mengelakan kekeliruan kehendak soalan.
- iii. Memberi peluang kepada responden untuk mengemukakan soalan sekiranya terdapat perkara-perkara yang sukar difahami.
- iv. Semua responden mengisi borang soal selidik.
- v. Borang soal selidik diserahkan kepada pengkaji.

Kaedah bersemuka dilakukan supaya semua responden mengisi borang soal selidik serta dapat dikumpul dengan jumlah yang mencukupi.

3.3 TEKNIK-TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam sub bab ini, ia merangkumi perincian perihal skala yang digunakan dan kod kepada pembolehubah (*variables*) bagi tujuan memproses data. Kesemua data yang diambil merupakan sumber primer melalui borang soal selidik yang terdiri daripada empat bahagian seperti berikut :

- a) Bahagian 1 : Latarbekang pelanggan

- b) Bahagian 2 : Persepsi pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan
- c) Bahagian 3 : Kepuasan pelanggan

Bahagian 1 meliputi pembolehubah latarbelakang pelanggan yang terdiri dari jantina, bangsa, taraf perkahwinan, umur, tahap pendidikan, pengalaman, ternakan dan pekerjaan.

Seterusnya dalam Bahagian 2 (persepsi pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan), data yang diperolehi adalah seperti berikut:

Empat puluh satu (41) item dalam set kualiti perkhidmatan yang terdiri lima (5) dimensi. Dimensi-dimensi tersebut adalah seperti:

- a) Teras perkhidmatan atau perkhidmatan produk (*core service or service product*), lima (5) item.
- b) Elemen manusia dalam memberi perkhidmatan, tujuh belas (17) item.
- c) Sistem memberi perkhidmatan: elemen bukan manusia, enam (6) item.
- d) Perkhidmatan yang nyata (*tangibles*), enam (6) item.
- e) Tanggungjawab sosial, tujuh (7) item.

Seterusnya Bahagian 3 (kepuasan pelanggan), semua item dan dimensi yang terdapat dalam Bahagian B (Persepsi pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan) diambil semula untuk tujuan membuat pengukuran antara jangkaan pelanggan dengan kepuasan yang diperolehi.

3.3.1 Instrumen

Mengikut G.S. Surechandar et al. (2001) ciri-ciri SERVQUAL masih dikekalkan tetapi memerlukan perubahan seperti ditunjukkan dalam Jadual 1 di bawah. Soalan-soalan dalam kualiti perkhidmatan dinyatakan dalam bentuk skala likert yang mempunyai julat satu hingga empat.

Jadual 3.2: Senarai item yang diubahsuai

Bil	Item dalam SERVQUAL	Item yang diubahsuai dalam kajian ini	Dimensi yang dicadangkan
1	Menyelesaikan masalah pelanggan	Prosedur dan proses yang berkesan	
2	Maklumat kepada pelanggan tentang perkhidmatan yang disediakan	Perkhidmatan mengikut jadual	
3	Kesediaan membantu pelanggan	Kesediaan membantu dan mendapatkan maklumbalas pelanggan	Elemen manusia dalam kualiti perkhidmatan
4	Pelanggan merasa yakin bila mendapatkan perkhidmatan	Pekerja mempunyai sikap yang sopan	
5	Pelanggan merasa selamat	Pelanggan merasa puas hati dan selamat	
6	Pekerja sentiasa bersikap peramah dan mesra	Pekerja mempunyai sikap yang sentiasa ingin membantu	
7	Pekerja mempunyai pengetahuan yang mencukupi	Pekerja mempunyai pengetahuan dan kompetansi yang tinggi	Elemen manusia dalam kualiti perkhidmatan
8	Melayani pelanggan secara individu	Melayani pelanggan supaya mendapatkan perkhidmatan terbaik	
9	Menyediakan perkhidmatan	Memberi perkhidmatan	

	mengikut masa ditetapkan	mengikut jadual yang dijanjikan	
10	Kemudahan peralatan bagi tujuan penyampaian perkhidmatan	Menunjukan/memberi tahu kemudahan yang ada kepada pelanggan bagi tujuan penyampaian perkhidmatan	Perkhidmatan yang meluas (<i>servicescapes</i>)

Jadual 3.3: Senarai item yang diubahsuai

Bil	Item yang ditambah	Dimensi yang dicadangkan
1	Mempunyai keupayaan dan kemahiran yang istimewa dalam menyelesaikan masalah	Elemen manusia dalam kualiti perkhidmatan
2	Meletakan organisasi dalam keadaan meyakinkan seperti sebelumnya sekiranya berlaku ketidakpuasan pelanggan	
3	Menggunakan maklumbalas pelanggan untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan	
4	Memberitahu pelanggan mengenai pencapaian kualiti sebenar organisasi	Elemen manusia dalam kualiti perkhidmatan
5	Menyediakan persekitaran organisasi yang baik	
6	Kekemasan susun atur perlatan dan perabut menjadi keutamaan	
7	Peralatan yang digunakan memudahkan pelanggan mendapat perkhidmatan	
8	Tanda arah, symbol serta maklumat berkenaan perkhidmatan disediakan dengan secukupnya	Perkhidmatan yang meluas (<i>servicescapes</i>)

Jadual 3.4 : Senarai item yang diubahsuai

Bil	Item yang diubahsuai	Dimensi yang dicadangkan
1	Menyediakan perkhidmatan seperti yang dijanjikan	Elemen manusia dalam kualiti perkhidmatan
2	Menyediakan perkhidmatan yang betul pada kali pertama	
3	Perkhidmatan yang cepat kepada pelanggan	
4	Pekerja memahami keperluan pelanggan	
5	Pekerja sentiasa kemas dan mengutamakan profesionalisma	Perkhidmatan yang meluas (<i>servicescapes</i>)

Jadual 3.5: Senarai item yang mansuhkan

Bil	Item yang mansuhkan
1	Mengekalkan rekod tiada kesilapan (error-free records)
2	Peralatan moden

3.3.2 Kesahihan (validity) dan kebolehpercayaan (reliability).

Sakaran (1992) menyatakan kesahihan ialah “... *how well an instrument that is developed to measure the particular concept it is supposed to measured*”. Satu pendapat yang dirasakan lebih konkret dibahaskan oleh Hayes (1997) mengenai kesahihan; “*validity refers to the degree to which evidence supports the inferences made from scores derived from measures, or the degree to which the scale measures what it is designed to measure*”

Hayes (1977) memberi definisi kebolehpercayaan sebagai “...*as the extent to which measurements are free from random-error variance*”. Variasi ralat rawak mengurangkan kebolehpercayaan sesuatu pengukuran. Manakala Nik Kamariah (1995) membuat tambahan “*fundamentally, reliability concerns the extent to which experiment, test or any measuring yields the same result on repeated trials*”.

3.4 TEKNIK-TEKNIK ANALISA DATA

3.4.1 Analisis kebolehpercayaan (*reliability test*)

Setiap dimensi dilakukan analisis kebolehpercayaan (*reliability test*) dengan menggunakan perisian (*software*) SPSS. Terdapat dua pandangan dalam menentukan nilai indeks Cronbach dalam menentukan kebolehpercayaan iaitu Helmstadler (1964) mencadangkan

nilai indeks alfa sekurang-kurangnya 0.50 dan Nunnaly (1978) menentukan nilai indeks alpha sekurang-kurangnya 0.70.

Mengikut kajian asal nilai Alpha 0.7050 hingga 0.9044 sementara ujian pilot yang dilakukan mendapati nilai Alpha adalah seperti berikut.

Jadual 3.6 : Nilai Alpha bagi setiap dimensi

Dimensi	Nilai Alpha Ujian Pilot	Nilai Alpha Kajian
Teras perkhidmatan keluaran (<i>core service</i>) atau perkhidmatan (<i>service project</i>)	0.7945	0.6871
Elemen manusia dalam memberi perkhidmatan	0.8336	0.7758
Sistem memberi perkhidmatan: elemen bukan manusia	0.8607	0.7183
Perkhidmatan yang nyata (<i>tangibles</i>)	0.7679	0.6905
Tanggong jawab sosial	0.8491	0.7364
Kepuasan pelanggan	0.8720	0.8915

3.4.1 Ujian Pilot

Berdasarkan ujian pilot yang dijalankan dan keputusan daripada ujian kebolehpercayaan yang dikakukan mendapati nilai indeks alpha yang paling kecil ialah 0.7679 bagi dimensi Perkhidmatan yang nyata (*tangibles*) dan nilai indeks alfa paling tinggi ialah 0.8720 bagi dimensi kepuasan pelanggan.

BAB 4 - HASIL DAN INTERPRETASI KAJIAN

4.0 PENGENALAN

Tujuan utama kajian ini adalah untuk menentukan sejauh mana kualiti perkhidmatan yang ditawarkan oleh Klinik Veterinar dari perspektif pelanggan. Bab ini akan membincangkan aspek-aspek yang penting untuk menjawab dan menyokong permasalahan kualiti perkhidmatan yang diutarakan dalam Bab 1. Antara aspek yang dibincangkan dalam bab ini ialah kualiti perkhidmatan JPHNK, hasil hipotesis dan faktor analisis serta keseluruhan hasil kajian.

4.1 ANALISIS PROFIL RESPONDEN

Dalam bahagian ini akan menerangkan tentang analisis profil responden yang terlibat dalam kajian iaitu yang berkaitan dengan frekuensi jantina, bangsa, taraf perkahwinan, umur, tahap pendidikan, pekerjaan, jenis ternakan, pengalaman menternak dan pekerjaan yang dirasakan penting untuk menerangkan hubungan dengan hasil kajian.

4.1.1 Analisis berkaitan dengan jantina responden

Analisis yang dilakukan adalah berdasarkan jadual-jadual di bawah:

Jadual 4.1: Taburan Responden Mengikut Jantina

Jantina	Frequensi	Peratus
Lelaki	51	63.8
Perempuan	29	36.2
Jumlah	80	100

Seperti yang dinyatakan sebelum ini, jumlah respondan adalah seramai 80 orang. Daripada bilangan tersebut seramai 51 orang atau 63.8% adalah respondan lelaki dan selebihnya 29 orang atau 36.2% adalah responden perempuan. (Sila rujuk lampiran A).

4.1.2 Analisis berkaitan dengan umur responden

Jadual 4.2 : Taburan Responden Mengikut Umur

Peringkat Umur	Frequensi	Peratus
Bawah 21 tahun	4	5.0
21 hingga 30 tahun	16	20.0
31 hingga 40 tahun	22	27.5
41 hingga 50 tahun	20	25.0
51 tahun ke atas	18	22.5
Jumlah	80	100

Terdapat 4 orang responden mewakili 5% berumur kurang dari 21 tahun, 16 orang responden (20.0%) berumur antara 21 hingga 30 tahun, 22 orang responden (27.5%) berumur antara 31 hingga 40 tahun, 20 orang responden (25.0%) berumur antara 41 hingga 50 tahun dan 18 orang responden (22.5%) berumur melebihi 50 tahun. Majoriti responden yang mendapat perkhidmatan di Klinik Veterinar adalah beumur antara 31 – 40 tahun. (Sila rujuk lampiran A).

4.1.3 Analisis berkaitan dengan tahap pendidikan responden

Jadual 4.3 : Taburan Responden Mengikut Tahap Pendidikan

Tahap Pendidikan	Frequensi	Peratus
Darjah 6	6	7.5

Sijil Rendah Pelajaran	7	8.8
Sijil Pelajaran Malaysia	24	30.0
Sijil Tinggi Persekolahan Malaysia	14	17.5
Diploma	21	26.3
Ijazah	8	10.0
Jumlah	80	100

Terdapat 6 orang responden (7.5%) mempunyai pendidikan sehingga Darjah 6, 7 orang responden (8.8%) memiliki Sijil Rendah Pelajaran (SRP), 24 orang responden (30.0%) memiliki Sijil Pelajaran Malaysia (SPM), 14 orang responden (17.5%) memiliki Sijil Tinggi Persekolahan Malaysia, 21 orang responden (26.3%) memiliki Diploma dan selebihnya 8 orang responden (10.0%) memiliki Ijazah. (Sila rujuk lampiran A).

4.1.4 Analisis berkaitan dengan pekerjaan responden

Jadual 4 .4: Taburan Reponden Mengikut Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frequensi	Peratus
Kakitangan Kerajaan	36	45.0
Kakitangan Swasta	19	23.8
Kerja Sendiri	15	18.8
Pesara	8	10.0
Peniaga	2	2.5
Jumlah	80	100

Taburan mengikut pekerjaan pula daripada jumlah responden 36 orang responden (45.0%) adalah kakitangan kerajaan, 19 orang responden (23.8%) kakitangan swasta, 15 orang responden (18.8%) kerja sendiri, 8 orang responden (10.0%) pesara dan 2 orang responden (2.5%) adalah terdiri daripada peniaga. (Sila rujuk lampiran A).

4.1.5 Analisis berkaitan dengan pengalaman responden

Jadual 4.5 : Taburan Responden Mengikut Pengalaman Menternak.

Tempoh Pengalaman	Frequensi	Peratus
Kurang dari 2 tahun	39	48.8
2 hingga 4 tahun	19	23.8
5 hingga 7 tahun	2	2.5
8 hingga 10 tahun	4	5.0
10 tahun ke atas	16	20.0
Jumlah	80	100

Berdasarkan jadual di atas 39 orang responden (48.8%) mempunyai pengalaman menternak kurang dari 2 tahun, 19 orang responden (23.8%) mempunyai pengalaman menternak antara 2 hingga 4 tahun, 2 orang responden (2.5%) mempunyai pengalaman menternak antara 5 hingga 7 tahun, 4 orang responden (5.0%) mempunyai pengalaman menternak antara 8 hingga 10 tahun dan 16 orang responden (20%) mempunyai pengalaman menternak melebihi 10 tahun. Majoriti responden adalah 39% di mana mempunyai pengalaman menternak kurang dari 2 tahun. (Sila rujuk lampiran A).

4.1.6 Analisis berkaitan dengan jenis ternakan dimiliki responden

Jadual 4.6 : Taburan Responden Mengikut Jenis Ternakan Dimiliki.

Jenis Ternakan dimiliki	Frequensi	Peratus
Kucing	44	55.0
Anjing	32	40.0
Unggas	4	5.0
Jumlah	80	100

Jadual di atas menunjukkan taburan ternakan yang dimiliki responden. Didapati sebanyak 44 orang responden mewakili 55% memiliki kucing, 32 orang responden (40%) memiliki anjing dan selebihnya 4 orang responden (5%) memiliki unggas. (Sila rujuk lampiran A).

4.1.7 Analisis berkaitan dengan bangsa responden

Jadual 4.7 : Taburan Responden Mengikut Bangsa.

Bangsa	Frequensi	Peratus
Melayu	46	57.5
Cina	28	35.0
India	6	7.5
Jumlah	80	100

Berdasarkan jadual di atas' 46 orang responden (57.5%) adalah bangsa Melayu, 28 orang responden (35%) bangsa Cina dan 6 orang responden (7.5%) adalah terdiri dari bangsa India. (Sila rujuk lampiran A).

4.1.8 Analisis berkaitan dengan taraf perkahwinan responden

Jadual 4.8: Taburan Responden Mengikut Taraf Perkahwinan.

Taraf Perkahwinan	Frequensi	Peratus
Belum kahwin	12	15
Kahwin	66	82.5
Duda	2	2.5
Jumlah	80	100

Berdasarkan jadual di atas, sebanyak 12 orang responden (15%) belum kahwin, 66 orang responden (82.5%) telah berkahwin dan

2 orang responden (2.5%) terdiri dari duda. (Sila rujuk lampiran A).

4.2 ANALISIS HIPOTESIS-HIPOTESIS KAJIAN KAJIAN

Analisis atau ujian terhadap hipotesis yang dibentuk dilakukan dengan menggunakan 2 cara iaitu kaedah Khi Kuasa Dua dan kaedah Korelasi mudah Pearson dengan menggunakan pakej SPSS.

Melalui ujian Khi Kua Dua, penyelidik akan melihat samada wujud saling bersandaran dan saling mempengaruhi di antara pembolehubah bersandar dan pembolehubah tidak bersandar. Dengan menetapkan selang keyakinan pada kadar 95% dengan nilai alfa 5% (0.05) maka nilai p yang diperolehi akan menentukan samada hipotesis nul diterima atau ditolak. Jika nilai p lebih kecil dari nilai alfa 0.05 maka hipotesis nul akan ditolak dan diterima hipotesis alternatif. Tetapi jika nilai p adalah lebih besar dari nilai alfa 0.05, maka hipotesis nul akan diterima dan tolak hipotesis alternatif. Tetapi jika nilai p adalah lebih besar dari nilai alfa 0.05 maka hipotesis nul akan diterima dan tolak hipotesis alternatif.

Bagi menjawab objektif kajian, penemuan-penemuan berikut adalah amat relevan. Untuk menerangkan skor pelanggan terhadap semua dimensi dalam kajian, ujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov mendapati dimensi-dimensi dalam kualiti perkhidmatan mempunyai nilai yang signifikan, sila rujuk jadual 4.9 di bawah.

Jadual 4.9: Hubungan Semua Dimensi Terhadap Skor Pelanggan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Teras Perkhidmatan	Elemen Manusia	Elemen Bukan Manusia	Perkhidmatan	Tanggung jawab sosial	Kepuasan Pelanggan
N		80	80	80	80	80	80
Normal Parameters	Mean	3.6088	3.5729	3.6308	3.6750	3.5940	3.5325
	Std. Deviation	.32147	.21934	.30448	.29158	.30860	.39866
Most Extreme Differences	Absolute	.237	.165	.209	.219	.164	.225
	Positive	.161	.092	.124	.133	.116	.153
	Negative	-.237	-.165	-.209	-.219	-.164	-.225
Kolmogorov-Smirnov Z		2.116	1.479	1.872	1.958	1.468	2.015
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.025	.002	.001	.027	.001

Sumber: data kajian

Daripada jadual 4.9, didapati semua dimensi iaitu Teras Perkhidmatan (*core service*) atau perkhidmatan (*service product*), Elemen manusia dalam memberi perkhidmatan, Sistem memberi perkhidmatan : elemen bukan manusia, Perkhidmatan yang nyata (*tangible*), Tanggung jawab sosial dan Kepuasan pelanggan memberi gambaran bahawa semua responden mempunyai kecenderungan bersetuju dengan penyataan dalam borang kaji selidik. Ini dapat dibuktikan dengan nilai mean 3.60 pada dimensi Teras Perkhidmatan dan signifikan pada nilai 0.000 melalui ujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Elemen manusia mempunyai nilai mean 3.57 dan signifikan pada 0.025. Seterusnya Elemen Bukan Manusia signifikan pada nilai 0.002 dengan nilai mean 3.63. Manakala dimensi Perkhidmatan menunjukkan nilai mean 3.67 dan signifikan pada nilai 0.01. Mean yang tinggi juga ditunjukkan pada dimensi Tanggung jawab sosial iaitu 3.59 dan signifikan pada nilai 0.027. Akhir sekali dimensi kepuasan pelanggan menunjukkan mean 3.53 dan signifikan pada nilai 0.001.

Objektif pertama kajian adalah bagi mengenalpasti tanggapan pelanggan terhadap prestasi sebenar perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar. Dimensi A adalah berkaitan Teras Perkhidmatan Keluaran (*core Service*) atau perkhidmatan (*service product*). Daripada soalan kaji selidik yang dibuat, 39.14% daripada responden bersetuju dan 60.92% sangat bersetuju dengan semua pernyataan yang diberikan. Dimensi B adalah merujuk kepada elemen manusia dalam memberi perkhidmatan. Didapati 0.15% daripada responden tidak bersetuju, 42% bersetuju dan 57.49% sangat bersetuju dengan semua pernyataan yang diberikan. Dimensi C adalah berkenaan dengan sistem memberi perkhidmatan; elemen bukan manusia dalam memberi perkhidmatan. Responden memberi maklum balas sebanyak 36.92% bersetuju dan 63.12% sangat bersetuju dengan semua pernyataan yang diberikan. Berkutnya dimensi D adalah berkenaan dengan perkhidmatan yang nyata (*tangible*), 32.65% bersetuju dan 67.43% sangat bersetuju dengan pernyataan yang diberikan. Seterusnya dimensi E mengenai tanggung jawab sosial, 0.19% tidak bersetuju, 40.40% bersetuju dan 59.47% sangat bersetuju pernyataan yang diberikan. Akhir sekali dimensi Kepuasan Pelanggan, 3.4% daripada responden tidak berpuas hati, 40.02% berpuashati dan 56.65 sangat berpushati terhadap perkhidmatan yang diberikan oleh

Objektif seterusnya adalah bagi mengenalpasti skor tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diterima dari Klinik Veterinar. Dimensi Kepuasan Pelanggan telah membuktikan bahawa 3.4% daripada responden tidak berpuas hati terhadap perkhidmatan yang

diberikan. Komponen yang memberi kesan secara langsung adalah terdiri daripada:

1. Komitmen staff Klinik Veterinar dalam menangani masalah ternakan/haiwan kesayangan.
2. Kesediaan staff Klinik Veterinar dalam membantu dalam penyelesaian masalah ternakan/haiwan kesayangan.
3. Ketepatan staff Klinik Veterinar dalam membuat keputusan bagi merawat ternakan/haiwan kesayangan.
4. Masa perkhidmatan yang disediakan di Klinik Veterinar.
5. Perkhidmatan nasihat teknikal bagi penjagaan ternakan/haiwan kesayangan.
6. Keselesaan berbincang tentang masalah ternakan/haiwan kesayangan dengan staff Klinik Veterinar dan,
7. Kesan secara umum setelah mendapat perkhidmatan dari Klinik Veterinar.

Walau bagaimana pun mean purata skor tahap kepuasan pelanggan adalah 3.53. Ini bermakna secara keseluruhannya pelanggan berpuas hati terhadap perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar berasaskan kepada ujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov $P<0.05$.

Penemuan dalam kajian boleh mengenalpasti kelemahan yang wujud semasa perkhidmatan diberikan di Klinik Veterinar. Di antara kelemahan-kelemahan yang boleh dikenalpasti adalah seperti komitmen staff, kesediaan staff dalam membantu penyelesaian masalah, ketepatan

diagnosa dan rawatan ternakan, masa perkhidmatan, khidmat teknikal dan kesiadaan staff berbincang dengan pelanggan.

Bagi menjawab objektif terakhir iaitu mengenalpasti kecenderungan keutamaan dimensi kualiti perkhidmatan dari perspektif pelanggan (customer);

- a) Pelanggan lebih memberi keutamaan kepada dimensi perkhidmatan yang nyata (*tangible*) di mana 67.43% sangat bersetuju dan 32.65% bersetuju dengan penyataan dalam kaji selidik.
- b) Keutamaan kedua adalah pada dimensi sistem memberi perkhidmatan; elemen bukan manusia di mana 63.12% sangat bersetuju dan 36.92% bersetuju dengan penyataan dalam kaji selidik.
- c) Keutamaan ketiga adalah pada dimensi teras perkhidmatan keluaran (*core service*) atau perkhidmatan (*service product*). Ini ditunjukkan dengan 60.92% sangat bersetuju dan 31.14% bersetuju dengan penyataan dalam kaji selidik.
- d) Ketumaan keempat adalah berkaitan dengan dimensi tanggung jawab sosial yang mana menunjukkan 59.47% sangat bersetuju, 40.40% bersetuju dan 0.19% tidak bersetuju dengan penyataan dalam kaji selidik.
- e) Keutamaan terakhir adalah terhadap dimensi elemen manusia dalam memberi perkhidmatan. Sebanyak 57.49% sangat bersetuju, 42% bersetuju dan 0.15% tidak bersetuju dengan penyataan dalam kaji selidik.

Skor keutamaan di atas adalah merujuk kepada persepsi pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar. Bagi mendapatkan perbandingan semua dimensi yang dijelaskan di atas sila rujuk lampiran.

4.2.1 Pengujian Hipotesis

Bagi membuktikan semua hipotesis dalam kajian, 3 ujian dilakukan.

Ujian tersebut ialah korelasi (*correlations*), regresi (*regression*) dan *One Way Anova*. Ujian korelasi dilakukan bagi melihat hubungan yang wujud diantara dimensi kualiti perkhidmatan. Manakala ujian regresi dilakukan bagi melihat pengaruh dimensi kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan pelanggan. Seterusnya ujian Anova sehala (*One Way Anova*) adalah bagi membuktikan samada terdapat perbezaan tahap kepuasan pelanggan mengikut kumpulan umur, tahap pendidikan dan pengalaman pelanggan.

- i. H_1 : Kualiti perkhidmatan yang terdiri daripada Teras perkhidmatan, elemen manusia, elemen bukan manusia, perkhidmatan dan tanggung jawab sosial mempunyai korelasi antara satu sama lain.

Secara keseluruhannya terdapat bukti yang signifikan kelima-lima dimensi tersebut mempunyai hubungan serta saling mempengaruhi di antara satu sama lain.

Jadual 4.10 – Hubungan Antara Semua Dimensi Kualiti Perkhidmatan

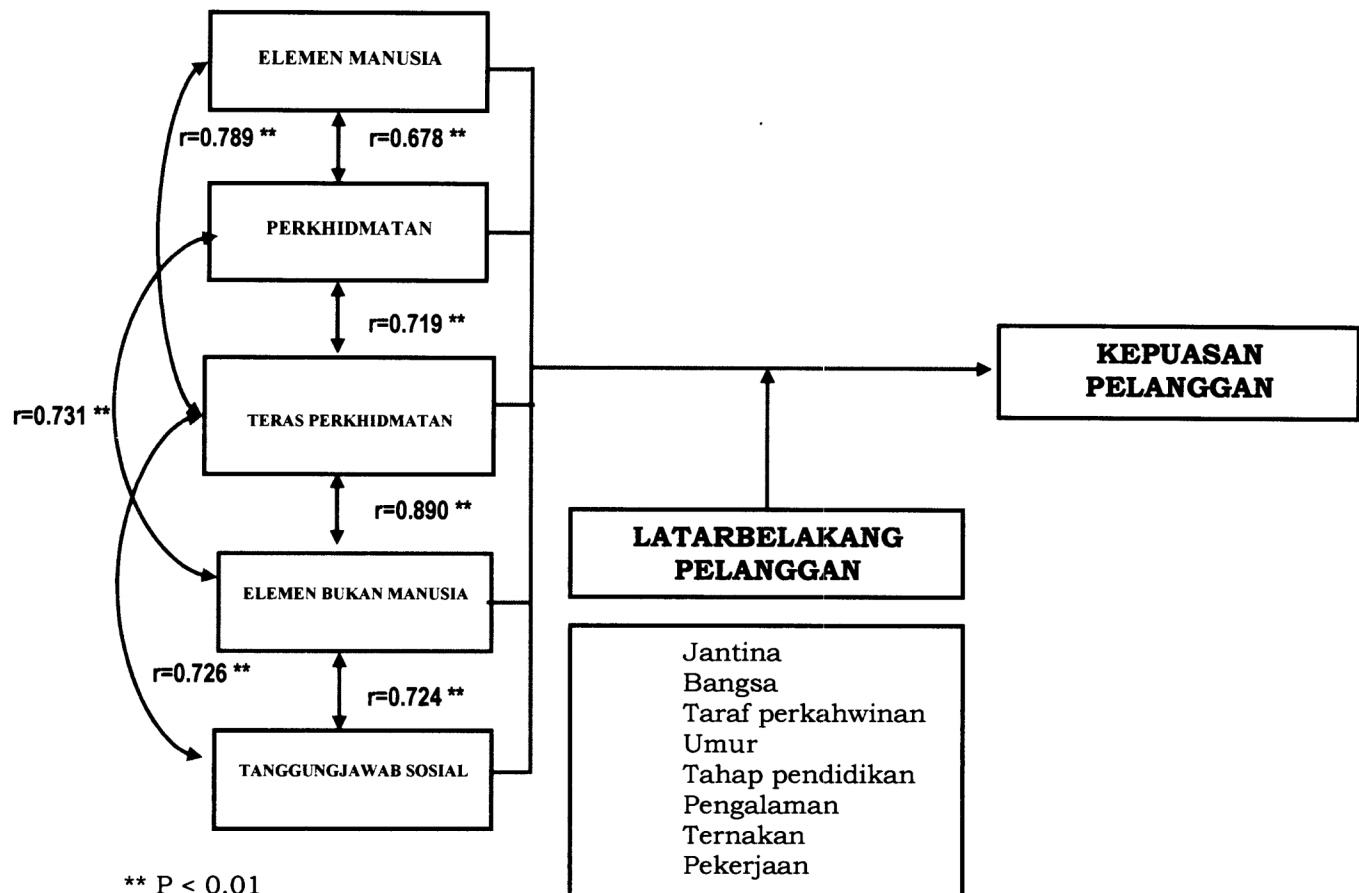
Correlations

		Teras Perkhidmatan	Elemen Manusia	Elemen Bukan Manusia	Perkhidmatan	Tanggung jawab sosial
Teras Perkhidmatan	Pearson Correlation	1				
	Sig. (2-tailed)	.				
	N	80				
Elemen Manusia	Pearson Correlation	.789**	1			
	Sig. (2-tailed)	.000	.			
	N	80	80			
Elemen Bukan Manusia	Pearson Correlation	.890**	.788**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.		
	N	80	80	80		
Perkhidmatan	Pearson Correlation	.719**	.678**	.731**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	
	N	80	80	80	80	
Tanggung jawab sosial	Pearson Correlation	.726**	.649**	.724**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	80	80	80	80	80

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

GAMBARAJAH 4.1: MODEL KARANGKA KAJIAN – HUBUNGAN DI ANTARA SEMUA DIMENSI DALAM KUALITI PERKHIDMATAN.

KUALITI PERKHIDMATAN



- ii. H_2 : Peningkatan kepuasan pelanggan adalah bergantung kepada peningkatan kualiti perkhidmatan.

Jadual 4.11 – Pengaruh Kualiti Perkhidmatan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 ^a	.408	.368	.31681

a. Predictors: (Constant), Tanggung jawab sosial, Elemen Manusia, Perkhidmatan, Teras Perkhidmatan, Elemen Bukan Manusia

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5.128	5	1.026	10.219	.000 ^a
Residual	7.427	74	.100		
Total	12.556	79			

a. Predictors: (Constant), Tanggung jawab sosial, Elemen Manusia, Perkhidmatan, Teras Perkhidmatan, Elemen Bukan Manusia

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^c

Model	Standardized Coefficients		t	Sig.
	Beta			
1 (Constant)	401		.664	.508
Teras Perkhidmatan	.555		2.624	0.011*
Elemen Manusia	.201		1.291	.201
Elemen Bukan Manusia	.046		.216	.830
Perkhidmatan	.019		.115	.909
Tanggung jawab sosial	-.209		-1.276	.206

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

* P<0.05

Menurut kajian yang dijalankan oleh G.S. Sureshchandar, Chandrasekaran Rejendran & R.N. Anantharaman (2002) melalui ujian regresi terhadap Teras Perkhidmatan telah menunjukkan signifikan terhadap 5 dimensi TQS (*Total*

Quality Services). Di antara dimensi yang signifikan pada Teras Perkhidmatan (*core service*) adalah tanggung jawab social (*social responsibility*) pada nilai 0.00, Pengurusan Sumber Manusia (0.02), Budaya Perkhidmatan (0.00), Fokus Terhadap Pelanggan (0.02) dan Kepuasan Pelanggan (0.04). Daripada jadual 4.11 didapati dimensi teras perkhidmatan menunjukkan singnifikan pada 0.011 yang mana nilai t adalah 2.624. Manakala R adalah 0.368. Oleh itu keputusan ujian di atas amat jelas bahawa elemen-elemen dalam teras perkhidmatan seperti pemeriksaan serta rawatan ternakan, khidmat sokongan teknikal penjagaan haiwan, penyediaan maklumat penjagaan haiwan dan khidmat sokongan yang lain mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan. Ini bermaksud semakin tinggi kualiti perkhidmatan diberikan akan meningkatkan tahap kepuasan pelanggan.

- iii. H_3 : Tahap kepuasan pelanggan adalah berbeza mengikut kumpulan umur, tahap pendidikan dan pengalaman pelanggan.

Jadual 4.12 – Tahap Kepuasan Pelanggan Mengikut Umur, Pendidikan dan Pengalaman

ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.770	4	.442	3.076	.021
Within Groups	10.786	75	.144		
Total	12.556	79			

Kepuasan Pelanggan

Duncan a,b

umur	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
51thn keatas	18	3.2778	
31-40thn	22	3.5318	3.5318
41-50thn	20	3.6050	3.6050
21-30thn	16		3.6875
<21thn	4		3.7000
Sig.		.061	.356

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 10.787.
- b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.861	5	.172	1.090	.373
Within Groups	11.694	74	.158		
Total	12.555	79			

Kepuasan Pelanggan

Duncan a,b

tahap pendidikan	N	Subset for alpha = .05	
		1	
SRP	7	3.3286	
Djh6	6	3.3667	
Ijazah	8	3.5125	
Diploma	21	3.5238	
SPM	24	3.5500	
STPM	14	3.7000	
Sig.		.069	

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 10.080.
- b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.937	4	.734	5.726	.000
Within Groups	9.618	75	.128		
Total	12.555	79			

Kepuasan Pelanggan

Duncan^{a,b}

pengalaman menternak	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
8-10thn	4	2.8500	
5-7thn	2	2.9000	
<2thn	39		3.5641
>10thn	16		3.5875
2-4thn	19		3.6316
Sig.		.816	.769

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 5.613.
- b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Daripada jadual 4.12, didapati ujian Anova sehala (*One Way Anova*) membuktikan perbezaan kumpulan umur mempunyai pengaruh yang kuat terhadap tahap kepuasan pelanggan. Kumpulan umur signifikan pada nilai 0.021 dan seterusnya ujian *post hoc* dilakukan bagi mengenalpasti kumpulan umur mana yang mempunyai pengaruh yang besar. Kumpulan umur < 21 tahun mewakili mean 3.70, diikuti kumpulan umur 21 hingga 30 tahun mewakili mean 3.68 seterusnya kumpulan umur yang lebih tua. Ini menunjukkan pelanggan dalam kumpulan umur muda lebih berpuashati terhadap perkhidmatan di Klinik Veterinar.

Seterusnya jadual di atas juga melihat perbezaan tahap pendidikan pelanggan terhadap kepuasan. Keputusan ujian Anova sehala (*One Way Anova*) menunjukkan nilai 0.373 (tidak signifikan). Ujian *post hoc* juga menunjukkan nilai mean tidak ketara perbezaannya. Keadaan ini menjelaskan bahawa

perbezaan tahap pendidikan pelanggan tidak memberi kesan kepada tahap kepuasan.

Berikut adalah ujian Anova sehala (*One Way Anova*) terhadap pengalaman pelanggan. Didapati perbezaan pengalaman sememangkan memberi kesan di mana signifikan pada nilai 0.000. Seterusnya ujian *post hoc* mendapatkan pelanggan dalam kumpulan pengalaman 2 hingga 4 tahun mewakili mean 3.63 diikuti dengan kumpulan pengalaman > 10 tahun. Keadaan ini menjelaskan bahawa pelanggan yang mempunyai pengalaman menternak 2 hingga 4 tahun serta kumpulan yang mempunyai pengalaman melebihi 10 tahun lebih berpuashati dengan perkhidmatan yang diberikan.

BAB 5 – RINGKASAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.0 RINGKASAN

Objektif utama kajian ini dilakukan adalah dapat dibahagikan kepada beberapa aspek. Pertama bagi mengenalpasti tanggapan pelanggan terhadap prestasi sebenar perkhidmatan yang diberi kepada pelanggan oleh Klinik Veterinar. Kedua adalah bagi mengenalpasti skor tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diterima dari Klinik Veterinar. Ketiga adalah bagi mengenalpasti kelemahan yang wujud semasa perkhidmatan diberi oleh kakitangan Klinik Veterinar. Akhir sekali bagi mengenalpasti kecenderungan keutamaan dimensi kualiti perkhidmatan dari perspektif pelanggan (customer).

Melalui ujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov didapati semua dimensi iaitu teras perkhidmatan, elemen manusia, elemen bukan manusia,

perkhidmatan, tanggung jawab sosial dan kepuasan pelanggan saling mempengaruhi antara satu sama lain.

Pengujian hipotesis pertama keputusan ujian korelasi menunjukkan hubungan yang signifikan (*significant*) antara semua dimensi dalam kualiti perkhidmatan.

Pengujian hipotesis kedua melalui ujian regresi (*regression*) menunjukkan elemen teras perkhidmatan mempunyai nilai yang signifikan (*significant*) terhadap kepuasan pelanggan.

Akhir sekali Pengujian hipotesis keempat melalui ujian *Oneway Anova* dan *post hoc* menunjukkan latarbelakang pelanggan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan. Bagi peringkat umur ujian membuktikan pelanggan dalam kumpulan umur < 21 dan 21 hingga 30 tahun lebih berpuashati daripada pelanggan berumur tua. Perbezaan tahap pendidikan tidak mempunyai nilai yang signifikan (*significant*). Manakala tahap pengalaman pelanggan memberi kesan kepada tahap kepuasan. Ujian mendapati pelanggan dalam kumpulan pengalaman 2 hingga 4 tahun dan melebihi 10 tahun lebih berpuashati.

Daripada ujian-ujian yang dijalankan adalah diharapkan pengurusan organisasi Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah dapat mengenalpasti apakah aspek yang perlu dibuat penambahbaikan terutamanya kualiti perkhidmatan agar dapat memenuhi kehendak pelanggan.

5.1 KESIMPULAN

Dari kajian ini didapati instrumen yang digunakan adalah terbukti praktikal, teruji dan bersifat objektif dalam membantu JPHNK bagi memperbaiki mutu perkhidmatannya.

Dari dapatan kajian ini menunjukkan bahawa kualiti perekhidmatan di Klinik Veterinar yang terdiri daripada Teras Perkhidmatan, Elemen Manusia, Elemen Bukan Manusia, Perkhidmatan dan Tanggung jawab sosial ternyata saling mempengaruhi antara satu sama lain. Ini membuktikan bahawa setiap dimensi dalam kualiti perkhidmatan tidak boleh dipisahkan dan ianya hendaklah ditawarkan dalam satu pakej supaya perkhidmatan yang diberikan akan memenuhi kehendak pelanggan.

Penemuan seterusnya adalah sememangnya telah terbukti peningkatan kepuasan pelanggan adalah bergantung kepada peningkatan dalam kualiti perkhidmatan. Keadaan ini amat jelas apabila dimensi Teras Perkhidmatan menunjukkan signifikan pada 0.011.

Selanjutnya ujian *Oneway Anova* yang dijalankan juga telah membuktikan latarbelakang pelanggan seperti umur, tahap pendidikan dan pengalaman pelanggan juga memberi kesan kepada tahap kepuasan yang berbeza.

5.1 CADANGAN

Pengkaji merasakan tiga komponen atau aspek sebagai asas untuk cadangan berikut dengan penemuan dalam kajian ini. Pertama aspek yang berkaitan dengan dimensi-dimensi yang terdapat dalam kualiti perkhidmatan. Jika dilihat kepada kajian terdahulu yang dijalankan G.S. Sureshchander et, al. (2001) kualiti perkhidmatan merangkumi 41 item yang kesemuanya meliputi semua dimensi. Oleh kerana penemuan dalam kajian ini yang mendapati kualiti perkhidmatan saling mempengaruhi antara satu sama lain, adalah dicadangkan semua elemen yang meliputi lima dimensi ini hendaklah dikekalkan dan ditawarkan sebagai satu pakej perkhidmatan.

Dari aspek yang lain ekoran daripada bukti yang menyatakan peningkatan kualiti perkhidmatan akan meningkatkan kepuasan pelanggan, maka JPHNK hendaklah memberi fokus kepada elemen-elemen yang terdapat dalam kualiti perkhidmatan. Perkara-perkara berikut juga akan membantu peningkatan tahap kepuasan pelanggan. Ini termasuklah:

1. Wujudkan satu proses memberi perkhidmatan yang ringkas dan dapat meminimumkan birokrasi.
2. Penstrukturkan bagi melicinkan aliran proses pemberian perkhidmatan.
3. Penyampaian perkhidmatan mestilah diintegrasikan dengan penggunaan teknologi terkini.
4. Prosedur dan proses memberi perkhidmatan pelanggan mesti mengambil kira tahap kepuasan yang terbaik.

5. Sediakan kakitangan yang mencukupi supaya perkhidmatan senang didapati pelanggan.
5. Kemudahan untuk penyampaian perkhidmatan mestilah mencukupi.

Seterusnya JPHNK hendaklah lebih sensetif dengan latarbelakang pelanggan dimana kepelbagaian peringkat umur, pendidikan dan juga pengalaman juga memberi kesan yang ketara dalam kajian ini di mana tahap kepuasan yang diterima adalah berbeza. Oleh itu dicadangkan supaya perhatian perlulah diberi kepada aspek ini supaya kehendak pelanggan dapat dipenuhi.

Selain daripada itu bagi memperbaiki kelemahan yang ada beberapa susulan dalam kajian ini perlu dilakukan:

- i. Bagi mendapatkan taburan sampel yang lebih menyeluruh skop kajian hendaklah diperluaskan lagi bukan hanya di Klinik Veterinar dalam negeri Kedah sahaja. Disebabkan oleh perkhidmatan Klinik Veterinar ini dilaksanakan oleh Jabatan Perkhidmatan Haiwan (JPH) di seluruh negeri-negeri di Malaysia, maka taburan sampel yang lebih meluaskan akan memberi keputusan yang lebih tepat.
- ii. Satu kajian lain perlu dijalankan bukan hanya terbatas kepada pelanggan yang hanya berurusan dengan Klinik Veterinar sahaja tetapi meliputi semua jenis program yang dilaksanakan oleh JPH.

RUJUKAN

- Ahire, L.S., Landeros, R & Golhar, D.Y. (1995) **Total Quality management: a literature review and an agenda for future research**, *Production and Operations Management*, 4, m.s.277-306.
- Babakus, E. & Boller, G.W. (1992). **An empirical assessment of the SERVQUAL scale**, *Journal of Business Research*, 24, m.s 253-268
- Bandura, Albert. (1984)."Recycling Misconceptions of Perceived Self-Efficacy". *Cognitive Theory and Research*, 8(3), 231-255.
- Chowdhury, Jhinuk. (1993). **"The Motivational Impact of Sales Quotas on Effort"**. *Jounal of Marketing Research*, 30, 28-41.
- Cronin J.J. dan S.A. Tailor (1992).**Measuring service quality: A reexamination and extension**, *Journal of Marketing Research*, 56, 55-68.
- Cronin J.J. dan S.A. Tailor (1994). **SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality**, *Journal of Marketing*, 58, 125-131.
- Crosby, P.B. (1979), *Quality is Free: The Art of Making Quality Certain*, New York, New American Library.
- Galloway, R.L. (1998), **Quality Perceptions of Internal and External Customers: A Case Study in Educational Administration**, *The TQM Magazine*, Vol.10, m.s.20-26
- Grongroos, C. (1982), Strategic Management and Marketing in the Service Sector, Helsingfors: Swedish School of Economic and Business Administration.
- Hayes, B.E. (1998), Measuring Customer Satisfaction: Survey Design, Use, and Statistical Analysis Method, Winconsin: ASQC Quality Press.
- James M. Carman, **Consumer Perceptions of Service Quality : An Assesment of the SERVQUAL Dimensions**, *Journal of Retailing*, Vol.66, 1990.
- Juran, J.M. (1980), Quality Planning and Analysis: From Product Development Through Use, New York: McGraw Hill, Inc.

Lehtinen, U. dan Lehtinen, J.R. (1982), **Service Quality: A Study of Quality Dimensions**, unpublished working paper, Helsinki: Service Management Institute, Finland.

Lewis, R.C. dan Booms, B.H. (1983), **The Marketing Aspects of Services of Service Quality**, In Emerging Perspectives on Service Marketing, Chicago: American Marketing, m.s.99-107

Milakovich, E.M. (1995) Improving Service Quality (Delray Beach, FL. St. Lucie Press).

Mills, P.K. & Morris, J.H. (1986) **Clients as partial employees of service organizations : role development in client participation**, *Academy of Management Review*, 11, m.s.726-735.

Nik Kamariah, N. (1995), **Determinant of Sales Performance in Insurance Industry: A Cross-Cultural Comparison Between the UK and Malaysia**, Tesis Phd, University of Aston, Birmingham.

Norman, R. (1991) *Service Management* (West Sussex, John Wiley).

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1985), **A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research**, *Journal of Marketing*, Vol.49.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1988), **SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality**, *Journal of Retailing*, Vol.64 No.1, m.s. 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1991), **Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale**, *Journal of Retailing*, Winter, m.s.420-450.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1991), **Understanding Customer Expectation of Service**, *Sloan Management Review*, Spring, m.s.38-48.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., dan Berry, L.L. (1993), **The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service**, *Journal of Academy Marketing Science*, Winter, m.s. 1-12

Sasser, W.E. Olsen, R.P. dan Wyekoff, D.D. (1998), *Management of Service Operations: Text and Cases*, Boston: Ally & Bacon.

- Schneider, B., Ashworth, S.D., Higgs, A.C. & Carr, L. (1996a) **Design, validity, and use of strategically focused employee attitude surveys**, *Personnel Psychology*, 49, m.s.695-705.
- Schneider, B. & Bowen, D.E, (1985) **Employee and customer perceptions of service in banks: replication and extension**, *Journal of Applied Psychology*, 70,m.s.423-433.
- Schneider, B. & Bowen, D.E, (1992) **Personnel/human resources management in the service sector**, *Research in Personnel and Human Resource Management*, 10, m.s. 1-30.
- Schneider, B. & Bowen, D.E, (1993) **The service organization: human resources management is crucial**, *Organizational Dynamics*, 21, m.s.39-52.
- Schneider, B. & Bowen, D.E, (1995) *Winning the Service Game* (Boston, MA, Harvard Business School Press).
- Zeithaml, V.A dan Bitner, M.J (2000), *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, Boston: McGraw-Hill.
- Zemke, R. & Schaaf, D. (1990) *The Service Edge* (USA, Penguin Books)

**LAMPIRAN A
BORANG SOAL SELIDIK
DAN ANALISIS RESPONDEN**



UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

Kepada sesiapa yang berkenaan

KAJISELIDIK

Saya Ahmad Shabudin bin Ariffin (No Matrik: 83433) sedang menuntut dalam pengajian Sarjana Sains Pengurusan (Master of Science Management) di Fakulti Pengurusan Perniagaan, Universiti Utara Malaysia. Pada masa ini saya sedang menyiapkan kajiselidik bertajuk **Tahap Kepuasan Pelanggan Satu Kajian Kes Perkhidmatan Klinik Veterinar Di Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah Darul Aman**, sebagai satu daripada syarat pengijazahan Sarjana Sains (Pengurusan).

Kajiselidik ini adalah untuk mendapatkan maklumat yang berguna mengenai perhubungan antara kepuasan pelanggan dan perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar dikalangan pemilik haiwan kesayangan (*pets animal owner*). Adalah diharapkan kajian ini juga akan membantu Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah bagi meningkatkan kualiti perkhidmatan di Klinik Veterinar supaya lebih cemerlang lagi.

Bagi menjayakan kajian ini, saya sangatlah menghargai dan berterima kasih kepada sumbangan Tuan/Puan/Saudara/Saudari untuk melengkapkan borang kajiselidik yang disertakan bersama-sama ini dan kembalikan kepada saya. Kerjasama Tuan/Puan/Saudara/Saudari untuk menjawab dengan teliti, tepat dengan hati yang ikhlas adalah penting bagi menggambarkan keadaan sebenar adalah sangat dialu-alukan. Kajiselidik ini akan dianalisa secara menyeluruh dan tidak menggambarkan secara individu.

Terima kasih.

AHMAD SHABUDIN BIN ARIFFIN

Sarjana Sains Pengurusan (M.Sc. Management)

Universiti Utara Malaysia

Tel : 04-7205209, H/P : 019-5467237

Tahniah diucapkan kerana anda telah dipilih sebagai respondan dalam kajian ini yang bertujuan untuk menentukan kepuasan pelanggan dan hubungannya dengan perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar, Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah.

Soalan-soalan terbahagi kepada **3 bahagian**. Sila menjawab semua soalan dan pilih jawapan yang paling sesuai. Kerjasama anda amat dihargai.

BAHAGIAN 1 : LATAR BELAKANG PELANGGAN

Sila tandakan **X** pada petak yang berkenaan.

Jantina : 1) Lelaki 2) Perempuan

Bangsa : 1) Melayu

2) Cina

3) India

4) Lain-lain _____

Taraf perkahwinan : 1) Belum kahwin 3) Duda

2) Berkahwin 4) Janda

Umur : 1) Bawah 20 tahun 2) 21 – 30 tahun 3) 31 – 40 th

4) 41 – 50 tahun 5) 51 th ke atas

Tahap Pendidikan : 1) Darjah 6 2) SRP 3) SPM 4) STPM

5) Diploma 6) Ijazah 7) Ph.D

Pengalaman menternak : 1) < 2 tahun 2) 2 - 4 tahun 3) 5-7 tahun

4) 8-10 tahun 5) >10 tahun

Ternakan: 1) Kucing 4) Unggas

2) Anjing

5) Lain-lain: _____

3) Ruminan

Pekerjaan : 1) Kakitangan Kerajaan 2) Kakitangan Swasta 3) Kerja Sendiri

4) Pesara 5) Peniaga

6) Lain-lain : _____

BAHAGIAN 2 : PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITI PERKHIDMATAN

Instrumen kualiti perkhidmatan ini akan menjelaskan persepsi responden terhadap tahap sebenar kualiti perkhidmatan yang diberikan oleh Klinik Veterinar (KV), Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah (JPHNK). Ianya dapat dijelaskan melalui skala Likert yang terdiri daripada 41 item seperti berikut.

Sangat Tidak Bersetuju (SD)	Tidak Bersetuju (D)	Bersetuju (A)	Sangat Bersetuju (SA)
1	2	3	4

Bagi menjawab soalan, **sila bulatkan** pada nombor disetiap pernyataan yang sesuai dengan pendapat responden. Tiada jawapan yang betul atau salah, sila jawab dengan jujur. Sila semak supaya setiap pernyataan telah dijawab. Semua jawapan yang diberikan akan dirahsiakan dan hanya untuk kajian ini sahaja.

A.	Teras Perkhidmatan keluaran (Core service) atau perkhidmatan (service product)				
		Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
A1	Menyediakan berbagai perkhidmatan seperti program rawatan ternakan dan khidmat nasihat	1	2	3	4
A2	Menyediakan perkhidmatan sokongan seperti bimbingan teknikal penjagaan haiwan kesayangan.	1	2	3	4
A3	Menyediakan maklumat yang mencukupi seperti kaedah penjagaan haiwan, pemakanan & kesihatan haiwan	1	2	3	4
A4	Semua perkhidmatan yang tersebut di atas mudah diperolehi di klinik veterinar	1	2	3	4
A5	Perkhidmatan boleh didapati seperti yang dijanjikan	1	2	3	4

B	Elemen manusia dalam memberi perkhidmatan	Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
		1	2	3	4
B1	Memberi perkhidmatan seperti yang diharapkan	1	2	3	4
B2	Kemahiran dan kebolehan kakitangan Klinik Veterinar, JPHNK amatlah baik untuk menyelesaikan masalah yang timbul.	1	2	3	4
B3	Apabila timbul masalah, kakitangan Klinik Veterinar dapat menyelesaiannya dengan segera serta memuaskan hati pelanggan.	1	2	3	4
B4	Memberi perkhidmatan tepat pada masa yang diperlukan.	1	2	3	4
B5	Memberikan perkhidmatan seperti yang dijanjikan mengikut jadual.	1	2	3	4
B6	Menerangkan dengan jelas kepada pelanggan tentang apakah jenis perkhidmatmatan yang disediakan di Klinik Veterinar.	1	2	3	4
B7	Memberi perkhidmatan yang cepat kepada pelanggan.	1	2	3	4
B8	Bersedia untuk membantu pelanggan serta sanggup memenuhi permintaan pelanggan.	1	2	3	4
B9	Menjadikan maklum balas pelanggan untuk meningkatkan tahap perkhidmatan.	1	2	3	4
B10	Selalu memberi tahu pelanggan mengenai pencapaian kualiti perkhidmatan sepetimana yang dikehendaki oleh organisasi.	1	2	3	4
B11	Kakitangan Klinik Veterinar melayani pelanggan dengan penuh yakin serta mempunyai sikap yang baik.	1	2	3	4
B12	Pelanggan merasa selamat serta yakin apabila berurusan dengan kakitangan Klinik Veterinar.	1	2	3	4
B13	Kakitangan Klinik Veterinar selalu bersifat mesra serta sentiasa sopan.	1	2	3	4
B14	Kakitangan Klinik Veterinar mempunyai pengetahuan dan kompitansi yang tinggi dalam menjawab persoalan yang spesifik dari pelanggan.	1	2	3	4
B15	Kesulitan tentang prosedur dan proses yang dihadapi oleh pelanggan diselesaikan secara berkesan.	1	2	3	4
B16	Melayani pelanggan secara individu dan dapat memuaskan kehendak hati pelanggan.	1	2	3	4
B17	Kakitangan Klinik Veterinar amat memahami tentang kehendak pelanggan.	1	2	3	4

C	Sistem memberi perkhidmatan : elemen bukan manusia	Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
C1	Mempunyai proses memberi perkhidmatan secara ringkas serta dapat dilaksanakan tanpa sebarang halangan dan karenah birokrasi.	1	2	3	4
C2	Mempunyai struktur proses memberi perkhidmatan yang baik serta dapat melaksanakannya dengan sempurna.	1	2	3	4
C3	Keupayaan teknologi yang baik (contoh: komputer, peralatan dll) untuk memberi perkhidmatan kepada pelanggan.	1	2	3	4
C4	Tahap prosedur dan proses memberi perkhidmatan adalah memuaskan.	1	2	3	4
C5	Klinik Veterinar mempunyai kakitangan yang mencukupi untuk memberi perkhidmatan kepada pelanggan.	1	2	3	4
C6	Klinik Veterinar mempunyai kemudahan yang mencukupi untuk memberi perkhidmatan kepada pelanggan.	1	2	3	4

D	Perkhidmatan yang nyata (<i>tangible</i>)	Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
D1	Tidak wujud suasana panas, bising serta bau yang tidak menyenangkan terdapat disekitar pejabat.	1	2	3	4
D2	Mempunyai kelengkapan pejabat seperti peralatan dan perabut yang mencukupi bagi pelanggan berurusan dengan kakitangan.	1	2	3	4
D3	Kebersihan serta kekemasan dalaman pejabat menjadi keutamaan organisasi.	1	2	3	4
D4	Mempunyai papan kenyataan, tanda arah, risalah dan lain-lain maklumat di pejabat untuk kegunaan pelanggan.	1	2	3	4
D5	Kakitangan Klinik Veterinar sentiasa kelihatan kemas serta mengutamakan profesionalisma.	1	2	3	4
D6	Peralatan dan kemudahan yang disediakan adalah untuk kegunaan bagi perkhidmatan kepada pelanggan.	1	2	3	4

E	Tanggung jawab sosial	Sangat Tidak Bersetuju	Tidak Bersetuju	Bersetuju	Sangat Bersetuju
E1	Klinik Veterinar memberi layanan yang sama rata terhadap pelanggan tanpa mengira latarbelakang.	1	2	3	4
E2	Klinik Veterinar memberi perkhidmatan kepada pelanggan melebihi dari apa yang diharapkan.	1	2	3	4
E3	Klinik Veterinar berusaha untuk memberi perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan.	1	2	3	4
E4	Kedudukan Klinik Veterinar memudahkan pelanggan mendapat perkhidmatan.	1	2	3	4
E5	Sebagai tanggung jawab kepada masyarakat Klinik Veterinar berusaha untuk melayani setiap pelanggan bagi semua kesulitan yang timbul terutamanya rawatan ternakan.	1	2	3	4
E6	Sebagai tanggung jawab kepada masyarakat, kakitangan Klinik Veterinar selalu mengamalkan sikap amanah dan mesra kepada pelanggan.	1	2	3	4
E7	Sebagai sebuah agensi yang berteraskan perkhidmatan etika yang baik menjadi amalan Klinik Veterinar.	1	2	3	4

BAHAGIAN 3 : KEPUASAN PELANGGAN

Bagi menjawab bahagian ini, sila fikirkan tahap kepuasan terhadap perkhidmatan oleh Klinik Veterinar, Jabatan Perkhidmatan Haiwan Negeri Kedah. Ianya dapat dijelaskan melalui skala Likert yang terdiri daripada 6 item seperti berikut.

Sangat Tidak Setuju (VHD)	Tidak Setuju (HD)	Setuju (HS)	Sangat Setuju (VHS)
1	2	3	4

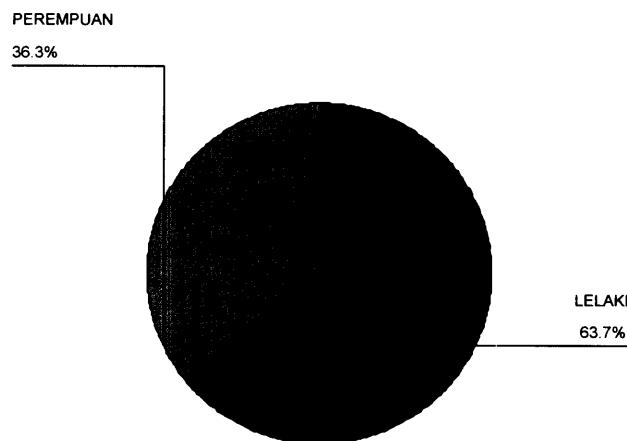
Bagi menjawab soalan, **sila bulatkan** pada nombor disetiap pernyataan yang sesuai dengan pendapat responden. Tiada jawapan yang betul atau salah, sila jawab dengan jujur. Sila semak supaya setiap pernyataan telah dijawab. Semua jawapan yang diberikan akan dirahsiakan dan hanya untuk kajian ini sahaja.

		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	Staff Klinik Veterinar menangani masalah ternakan/haiwan kesayangan saya dengan penuh komitmen.	1	2	3	4
2	Secara keseluruhan Klinik Veterinar telah membantu menyelesaikan masalah ternakan/haiwan kesayangan saya.	1	2	3	4
3	Saya mencadangkan Klinik Veterinar ini kepada kenalan/rakan saya jika ternakan/haiwan kesayangan mereka menghadapi masalah yang sama seperti saya.	1	2	3	4
4	Staff Klinik Veterinar sentiasa membantu saya.	1	2	3	4
5	Ternakan/haiwan kesayangan saya bertambah sihat selepas mendapat perkhidmatan dari Klinik Veterinar.	1	2	3	4
6	Perkhidmatan di Klinik Veterinar sentiasa diperolehi bila diperlukan oleh saya.	1	2	3	4
7	Apa yang diperlukan oleh saya berkaitan penjagaan ternakan/haiwan kesayangan didapati di Klinik Veterinar.	1	2	3	4
8	Staff Klinik Veterinar memberi khidmat rundingan penjagaan ternakan/haiwan kesayangan dengan jelas.	1	2	3	4
9	Saya rasa amat selesa berbincang tentang masalah ternakan/haiwan kesayangan saya dengan staff Klinik Veterinar.	1	2	3	4
10	Masalah saya berkurangan setelah keluar dari mendapatkan perkhidmatan Klinik Veterinar.	1	2	3	4

**Sila semak bagi memastikan semua soalan telah dijawab.
Terima kasih diatas kerjasama yang diberikan.**

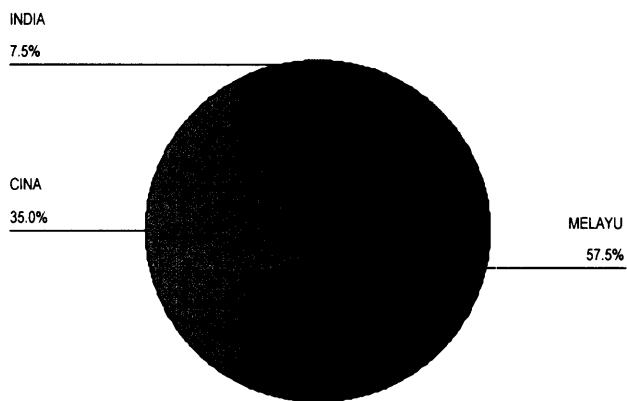
LAMPIRAN A

JANTINA



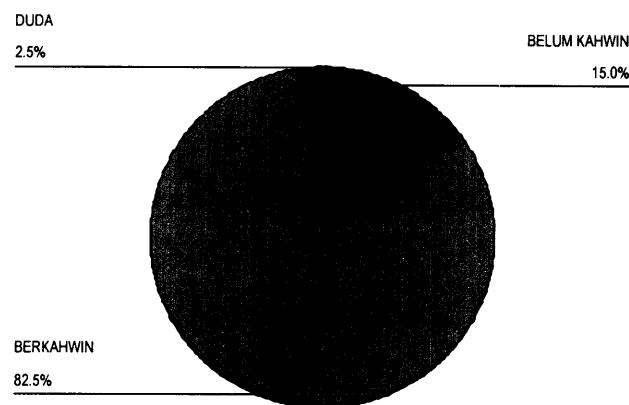
Jantina	Frequensi	Peratus
Lelaki	51	63.7
Perempuan	29	36.3
Jumlah	80	100

BANGSA

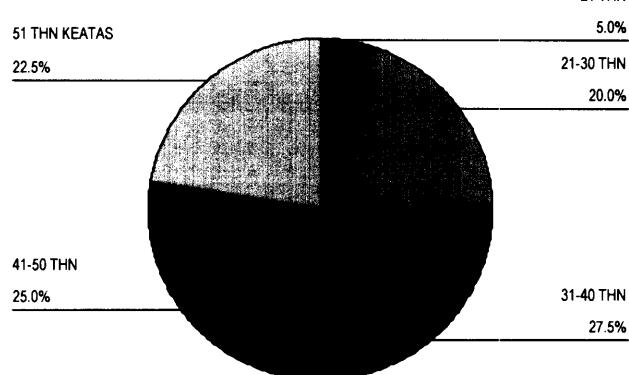


Bangsa	Frequensi	Peratus
Melayu	46	57.5
Cina	28	35.0
India	6	7.5
Jumlah	80	100

TARAF PERKAHWINAN

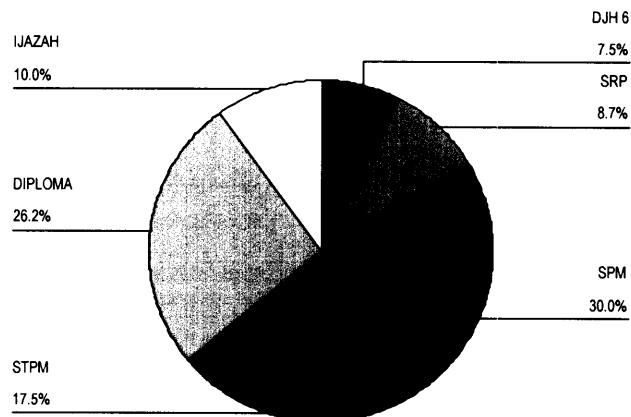


PERINGKAT UMUR



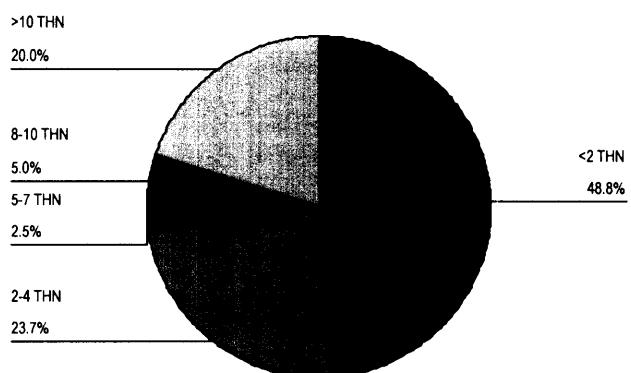
Peringkat Umur	Frequensi	Peratus
Bawah 21 tahun	4	5.0
21 hingga 30 tahun	16	20.0
31 hingga 40 tahun	22	27.5
41 hingga 50 tahun	20	25.0
51 tahun ke atas	18	22.5
Jumlah	80	100

TAHAP PENDIDIKAN



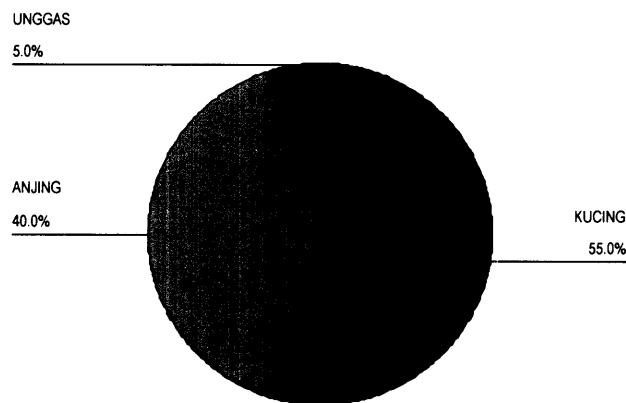
Tahap Pendidikan	Frequensi	Peratus
Darjah 6	6	7.5
Sijil Rendah Pelajaran	7	8.8
Sijil Pelajaran Malaysia	24	30.0
Sijil Tinggi Persekolah Malaysia	14	17.5
Diploma	21	26.3
Ijazah	8	10.0
Jumlah	80	100

PENGALAMAN MENTERNAK



Tempoh Pengalaman	Frequensi	Peratus
Kurang dari 2 tahun	39	48.8
2 hingga 4 tahun	19	23.8
5 hingga 7 tahun	2	2.5
8 hingga 10 tahun	4	5.0
10 tahun ke atas	16	20.0
Jumlah	80	100

TERNAKAN

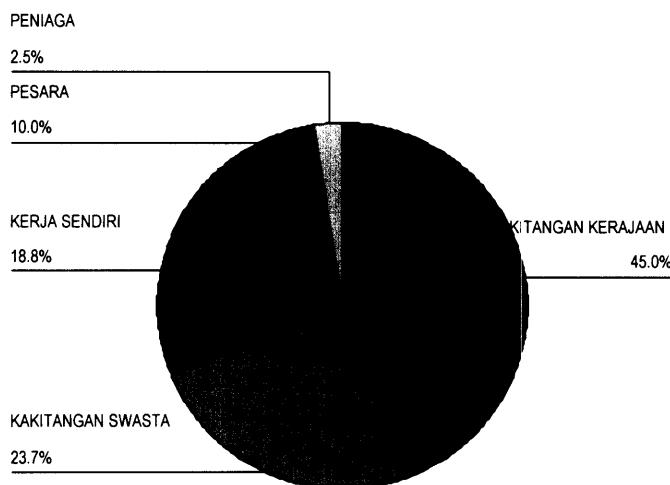


Jenis Ternakan dimiliki

Frequensi

Peratus

PEKERJAAN



Jenis Pekerjaan

Frequensi

Peratus

LAMPIRAN B
KEPUTUSAN ANALISIS

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
rawatan	80	3	4	3.59	.495
sokongan	80	3	4	3.50	.503
maklumat	80	3	4	3.64	.484
perkhidmatan	79	3	4	3.58	.496
janji	80	3	4	3.74	.443
harap	79	3	4	3.78	.414
kemahiran	80	3	4	3.41	.495
masalah	80	3	4	3.74	.443
tepat masa	79	3	4	3.71	.457
jadual	80	3	4	3.44	.499
jelas	79	3	4	3.68	.468
cepat	80	3	4	3.46	.502
permintaan	79	3	4	3.54	.501
maklumbalas	79	3	4	3.52	.503
pencapaian	79	3	4	3.65	.481
sikap baik	79	3	4	3.46	.501
selamat	80	3	4	3.69	.466
sikap mesra	79	2	4	3.39	.541
kompetensi	80	3	4	3.51	.503
prosedur	80	3	4	3.44	.499
kehendak hati	79	3	4	3.61	.491
memahami	80	3	4	3.71	.455
birokralsi	79	3	4	3.52	.503
struktur	80	3	4	3.52	.503
teknologi	80	3	4	3.69	.466
proses	79	3	4	3.66	.477
kakitangan	80	3	4	3.71	.455
kemudahan	79	3	4	3.68	.468
suasana	80	3	4	3.69	.466
kelengkapan	79	3	4	3.48	.503
teknologi	80	3	4	3.71	.455
tanda arah	80	3	4	3.74	.443
kemas	80	3	4	3.69	.466
peralatan	80	3	4	3.74	.443
layanan	80	3	4	3.56	.499
harapkan	80	3	4	3.53	.503
terbaik	80	3	4	3.61	.490
kedudukan	76	2	4	3.54	.528
masyarakat	80	3	4	3.64	.484
amanah	80	3	4	3.64	.484
etika	79	3	4	3.63	.485
komitmen	80	2	4	3.46	.572
keseluruhan	80	2	4	3.44	.524
cadangkan	80	3	4	3.54	.502
membantu	80	2	4	3.55	.525
tambah sihat	80	2	4	3.65	.553
diperolehi	80	2	4	3.63	.624
penjagaan	80	2	4	3.43	.546
rundingan	80	2	4	3.59	.589
selesa	80	2	4	3.60	.608
berkurangan	80	2	4	3.45	.549
Valid N (listwise)	63				

Frequencies

Statistics

	jantina	bangsa	taraf perkahwinan	umur	tahap pendidikan
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0

Statistics

	pengalaman menternak	ternakan	pekerjaan
N	Valid	80	80
	Missing	0	0

Frequency Table

jantina

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lelaki	51	63.8	63.8	63.8
	perempuan	29	36.3	36.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

bangsa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	melayu	46	57.5	57.5	57.5
	cina	28	35.0	35.0	92.5
	india	6	7.5	7.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

taraf perkahwinan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	belum kahwin	12	15.0	15.0	15.0
	berkahwin	66	82.5	82.5	97.5
	duda	2	2.5	2.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<21thn	4	5.0	5.0	5.0
	21-30thn	16	20.0	20.0	25.0
	31-40thn	22	27.5	27.5	52.5
	41-50thn	20	25.0	25.0	77.5
	51thn keatas	18	22.5	22.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

tahap pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Djh6	6	7.5	7.5	7.5
	SRP	7	8.8	8.8	16.3
	SPM	24	30.0	30.0	46.3
	STPM	14	17.5	17.5	63.8
	Diploma	21	26.3	26.3	90.0
	Ijazah	8	10.0	10.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

pengalaman menternak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<2thn	39	48.8	48.8	48.8
	2-4thn	19	23.8	23.8	72.5
	5-7thn	2	2.5	2.5	75.0
	8-10thn	4	5.0	5.0	80.0
	>10thn	16	20.0	20.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

ternakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kucing	44	55.0	55.0	55.0
	Anjing	32	40.0	40.0	95.0
	Unggas	4	5.0	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kakitangan Kerajaan	36	45.0	45.0	45.0
	Kakitangan Swasta	19	23.8	23.8	68.8
	Kerja Sendiri	15	18.8	18.8	87.5
	Pesara	8	10.0	10.0	97.5
	Peniaga	2	2.5	2.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Pie Chart

Frequencies

Statistics

	jantina	bangsa	taraf perkahwinan	umur	tahap pendidikan
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0

Statistics

	pengalaman menternak	ternakan	pekerjaan
N	Valid	80	80
	Missing	0	0

Frequency Table

jantina

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lelaki	51	63.8	63.8
	perempuan	29	36.3	36.3
Total		80	100.0	100.0

bangsa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	melayu	46	57.5	57.5
	cina	28	35.0	92.5
	india	6	7.5	7.5
Total		80	100.0	100.0

taraf perkahwinan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	belum kahwin	12	15.0	15.0
	berkahwin	66	82.5	82.5
	duda	2	2.5	2.5
Total		80	100.0	100.0

umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<21thn	4	5.0	5.0
	21-30thn	16	20.0	25.0
	31-40thn	22	27.5	52.5
	41-50thn	20	25.0	77.5
	51thn keatas	18	22.5	100.0
Total		80	100.0	100.0

tahap pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Djh6	6	7.5	7.5	7.5
	SRP	7	8.8	8.8	16.3
	SPM	24	30.0	30.0	46.3
	STPM	14	17.5	17.5	63.8
	Diploma	21	26.3	26.3	90.0
	Ijazah	8	10.0	10.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

pengalaman menternak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<2thn	39	48.8	48.8
	2-4thn	19	23.8	72.5
	5-7thn	2	2.5	75.0
	8-10thn	4	5.0	80.0
	>10thn	16	20.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0

ternakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kucing	44	55.0	55.0
	Anjing	32	40.0	95.0
	Unggas	4	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0

pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kakitangan Kerajaan	36	45.0	45.0	45.0
	Kakitangan Swasta	19	23.8	23.8	68.8
	Kerja Sendiri	15	18.8	18.8	87.5
	Pesara	8	10.0	10.0	97.5
	Peniaga	2	2.5	2.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

	rawatan	sokongan	maklumat	perkhidmatan	janji
N	Valid	80	80	80	79
	Missing	0	0	0	1

Statistics

	harap	kemahiran	masalah	tepat masa	jadual	jelas
N	Valid	79	80	80	79	80
	Missing	1	0	0	1	1

Statistics

	cepat	permintaan	maklumbalas	pencapaian	sikap baik
N	Valid	80	79	79	79
	Missing	0	1	1	1

Statistics

	selamat	sikap mesra	kompetensi	prosedur	kehendak hati
N	Valid	80	79	80	80
	Missing	0	1	0	0

Statistics

	memahami	birokrasi	struktur	teknologi	proses
N	Valid	80	79	80	80
	Missing	0	1	0	0

Statistics

	kakitangan	kemudahan	suasana	kelengkapan	teknologi
N	Valid	80	79	80	80
	Missing	0	1	0	0

Statistics

	tanda arah	kemas	peralatan	layanan	harapkan	terbaik
N	Valid	80	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

	kedudukan	masyarakat	amanah	etika	komitmen
N	76	80	80	79	80
Valid					
Missing	4	0	0	1	0

Statistics

	keseluruhan	cadangkan	membantu	tambah sihat	diperolehi
N	80	80	80	80	80
Valid					
Missing	0	0	0	0	0

Statistics

	penjagaan	rundingan	selesa	berkurangan
N	80	80	80	80
Valid				
Missing	0	0	0	0

Frequency Table

rawatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	33	41.3	41.3	41.3
	Sangat Bersetuju	47	58.8	58.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

sokongan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	40	50.0	50.0	50.0
	Sangat Bersetuju	40	50.0	50.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

maklumat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	29	36.3	36.3	36.3
	Sangat Bersetuju	51	63.8	63.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

perkhidmatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	33	41.3	41.8	41.8
	Sangat Bersetuju	46	57.5	58.2	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

janji

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	21	26.3	26.3	26.3
	Sangat Bersetuju	59	73.8	73.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

harap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	17	21.3	21.5	21.5
	Sangat Bersetuju	62	77.5	78.5	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0	100.0	

kemahiran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	47	58.8	58.8	58.8
	Sangat Bersetuju	33	41.3	41.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

masalah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	21	26.3	26.3	26.3
	Sangat Bersetuju	59	73.8	73.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

tepat masa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	23	28.8	29.1	29.1
	Sangat Bersetuju	56	70.0	70.9	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0	100.0	

jadual

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	45	56.3	56.3	56.3
	Sangat Bersetuju	35	43.8	43.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

jelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	25	31.3	31.6	31.6
	Sangat Bersetuju	54	67.5	68.4	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

cepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	43	53.8	53.8	53.8
	Sangat Bersetuju	37	46.3	46.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

permintaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	36	45.0	45.6	45.6
	Sangat Bersetuju	43	53.8	54.4	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

maklumbalas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	38	47.5	48.1	48.1
	Sangat Bersetuju	41	51.3	51.9	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

pencapaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	28	35.0	35.4	35.4
	Sangat Bersetuju	51	63.8	64.6	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

sikap baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	43	53.8	54.4	54.4
	Sangat Bersetuju	36	45.0	45.6	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

selamat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	25	31.3	31.3	31.3
	Sangat Bersetuju	55	68.8	68.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

sikap mesra

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	2	2.5	2.5	2.5
	Bersetuju	44	55.0	55.7	58.2
	Sangat Bersetuju	33	41.3	41.8	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

kompetensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	39	48.8	48.8	48.8
	Sangat Bersetuju	41	51.3	51.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

prosedur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	45	56.3	56.3	56.3
	Sangat Bersetuju	35	43.8	43.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

kehendak hati

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	31	38.8	39.2	39.2
	Sangat Bersetuju	48	60.0	60.8	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

memahami

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	23	28.8	28.8	28.8
	Sangat Bersetuju	57	71.3	71.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

birokrasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	38	47.5	48.1	48.1
	Sangat Bersetuju	41	51.3	51.9	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

struktur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	38	47.5	47.5	47.5
	Sangat Bersetuju	42	52.5	52.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

teknologi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	25	31.3	31.3	31.3
	Sangat Bersetuju	55	68.8	68.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

proses

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	27	33.8	34.2	34.2
	Sangat Bersetuju	52	65.0	65.8	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

kakitangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	23	28.8	28.8	28.8
	Sangat Bersetuju	57	71.3	71.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

kemudahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	25	31.3	31.6	31.6
	Sangat Bersetuju	54	67.5	68.4	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

suasana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	25	31.3	31.3	31.3
	Sangat Bersetuju	55	68.8	68.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

kelengkapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	41	51.3	51.9	51.9
	Sangat Bersetuju	38	47.5	48.1	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing		9	1.3		
	Total	80	100.0		

teknologi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	23	28.8	28.8	28.8
	Sangat Bersetuju	57	71.3	71.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

tanda arah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	21	26.3	26.3	26.3
	Sangat Bersetuju	59	73.8	73.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

kemas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	25	31.3	31.3	31.3
	Sangat Bersetuju	55	68.8	68.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

peralatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	21	26.3	26.3	26.3
	Sangat Bersetuju	59	73.8	73.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

layanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	35	43.8	43.8	43.8
	Sangat Bersetuju	45	56.3	56.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

harapkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	38	47.5	47.5	47.5
	Sangat Bersetuju	42	52.5	52.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

terbaik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	31	38.8	38.8	38.8
	Sangat Bersetuju	49	61.3	61.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

kedudukan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	1	1.3	1.3	1.3
	Bersetuju	33	41.3	43.4	44.7
	Sangat Bersetuju	42	52.5	55.3	100.0
	Total	76	95.0	100.0	
Missing	9	4	5.0		
	Total	80	100.0		

masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	29	36.3	36.3	36.3
	Sangat Bersetuju	51	63.8	63.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

amanah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	29	36.3	36.3	36.3
	Sangat Bersetuju	51	63.8	63.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

etika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	29	36.3	36.7	36.7
	Sangat Bersetuju	50	62.5	63.3	100.0
	Total	79	98.8	100.0	
Missing	9	1	1.3		
	Total	80	100.0		

komitmen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	3	3.8	3.8	3.8
	Bersetuju	37	46.3	46.3	50.0
	Sangat Bersetuju	40	50.0	50.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

keseluruhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	1	1.3	1.3	1.3
	Bersetuju	43	53.8	53.8	55.0
	Sangat Bersetuju	36	45.0	45.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

cadangkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersetuju	37	46.3	46.3	46.3
	Sangat Bersetuju	43	53.8	53.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

membantu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	1	1.3	1.3	1.3
	Bersetuju	34	42.5	42.5	43.8
	Sangat Bersetuju	45	56.3	56.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

tambah sihat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	3	3.8	3.8	3.8
	Bersetuju	22	27.5	27.5	31.3
	Sangat Bersetuju	55	68.8	68.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

diperolehi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	6	7.5	7.5	7.5
	Bersetuju	18	22.5	22.5	30.0
	Sangat Bersetuju	56	70.0	70.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

penjagaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	2	2.5	2.5	2.5
	Bersetuju	42	52.5	52.5	55.0
	Sangat Bersetuju	36	45.0	45.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

rundingan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	4	5.0	5.0	5.0
	Bersetuju	25	31.3	31.3	36.3
	Sangat Bersetuju	51	63.8	63.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

selesa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	5	6.3	6.3	6.3
	Bersetuju	22	27.5	27.5	33.8
	Sangat Bersetuju	53	66.3	66.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

berkurangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Bersetuju	2	2.5	2.5	2.5
	Bersetuju	40	50.0	50.0	52.5
	Sangat Bersetuju	38	47.5	47.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Correlations

Correlations

		Teras Perkhidmatan	Elemen Manusia	Elemen Bukan Manusia	Perkhidmatan	Tanggung jawab sosial
Teras Perkhidmatan	Pearson Correlation	1	.789**	.890**	.719**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
Elemen Manusia	Pearson Correlation	.789**	1	.788**	.678**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
Elemen Bukan Manusia	Pearson Correlation	.890**	.788**	1	.731**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
Perkhidmatan	Pearson Correlation	.719**	.678**	.731**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000
	N	80	80	80	80	80
Tanggung jawab sosial	Pearson Correlation	.726**	.649**	.724**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	80	80	80	80	80

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

TERAS PERKHIDMATAN

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	A1	3.5949	.4940	79.0
2.	A2	3.5063	.5032	79.0
3.	A3	3.6329	.4851	79.0
4.	A4	3.5823	.4963	79.0
5.	A5	3.7342	.4446	79.0

					N of
Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	Variables	
SCALE	18.0506	2.6128	1.6164		5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A1	14.4557	1.9692	.2882	.7019
A2	14.5443	2.0461	.2178	.7316
A3	14.4177	1.7079	.5281	.5985
A4	14.4684	1.6112	.5994	.5635
A5	14.3165	1.6806	.6372	.5567

Reliability Coefficients

N of Cases = 79.0

N of Items = 5

Alpha = .6871

ELEMEN MANUSIA

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	B1	3.7746	.4208	71.0
2.	B2	3.4225	.4975	71.0
3.	B3	3.7183	.4530	71.0
4.	B4	3.6901	.4657	71.0
5.	B5	3.4648	.5023	71.0
6.	B6	3.6761	.4713	71.0
7.	B7	3.4648	.5023	71.0
8.	B8	3.5211	.5031	71.0
9.	B9	3.5493	.5011	71.0
10.	B10	3.6901	.4657	71.0
11.	B11	3.4648	.5023	71.0
12.	B12	3.6479	.4810	71.0
13.	B13	3.3662	.5409	71.0
14.	B14	3.5211	.5031	71.0
15.	B15	3.4648	.5023	71.0
16.	B16	3.6056	.4922	71.0
17.	B17	3.7042	.4596	71.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	60.7465	14.9348	3.8646	17

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B1	56.9718	12.9421	.5997	.7491
B2	57.3239	15.0507	-.0941	.7986
B3	57.0282	12.7706	.6050	.7472
B4	57.0563	12.9682	.5216	.7530
B5	57.2817	12.6338	.5737	.7477
B6	57.0704	12.8093	.5642	.7496
B7	57.2817	12.3481	.6613	.7404
B8	57.2254	15.3485	-.1691	.8042
B9	57.1972	16.2463	-.3868	.8186
B10	57.0563	12.4254	.6982	.7393
B11	57.2817	12.5481	.5998	.7456
B12	57.0986	12.6616	.5965	.7467
B13	57.3803	13.6962	.2363	.7756
B14	57.2254	12.6056	.5811	.7471
B15	57.2817	14.6052	.0201	.7908
B16	57.1408	13.5513	.3149	.7685
B17	57.0423	12.8410	.5715	.7495

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 71.0

N of Items = 17

Alpha = .7758

ELEMEN BUKAN MANUSIA

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	C1	3.5325	.5022	77.0
2.	C2	3.5195	.5029	77.0
3.	C3	3.6753	.4713	77.0
4.	C4	3.6494	.4803	77.0
5.	C5	3.7143	.4547	77.0
6.	C6	3.7013	.4607	77.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	21.7922	3.4299	1.8520	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C1	18.2597	2.6422	.3280	.7179
C2	18.2727	2.9378	.1388	.7717
C3	18.1169	2.3677	.5792	.6403
C4	18.1429	2.3872	.5471	.6498
C5	18.0779	2.5202	.4869	.6696
C6	18.0909	2.2416	.7076	.6005

Reliability Coefficients

N of Cases = 77.0

N of Items = 6

Alpha = .7183

PERKHIDMATAN

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	D1	3.6835	.4681	79.0
2.	D2	3.4810	.5028	79.0
3.	D3	3.7089	.4572	79.0
4.	D4	3.7342	.4446	79.0
5.	D5	3.6835	.4681	79.0
6.	D6	3.7342	.4446	79.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	22.0253	3.0506	1.7466	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
D1	18.3418	2.0740	.5619	.6013
D2	18.5443	2.7640	.0202	.7785
D3	18.3165	2.0652	.5908	.5925
D4	18.2911	2.0039	.6746	.5653
D5	18.3418	2.4330	.2730	.6970
D6	18.2911	2.1577	.5323	.6141

Reliability Coefficients

N of Cases = 79.0

N of Items = 6

Alpha = .6905

TANGGUNG JAWAB SOSIAL

		RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)		
		Mean	Std Dev	Cases
1.	E1	3.5600	.4997	75.0
2.	E2	3.5067	.5033	75.0
3.	E3	3.6133	.4903	75.0
4.	E4	3.5467	.5274	75.0
5.	E5	3.6267	.4869	75.0
6.	E6	3.6267	.4869	75.0
7.	E7	3.6133	.4903	75.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	25.0933	4.7074	2.1697	7

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
E1	21.5333	3.4685	.5314	.6857
E2	21.5867	4.2728	.0871	.7835
E3	21.4800	3.7124	.3994	.7165
E4	21.5467	3.5214	.4586	.7032
E5	21.4667	3.8198	.3417	.7291
E6	21.4667	3.2523	.6935	.6469
E7	21.4800	3.2259	.7047	.6436

Reliability Coefficients

N of Cases = 75.0 N of Items = 7

Alpha = .7364

KEPUASAN PELANGGAN

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	CS1	3.4625	.5724	80.0
2.	CS2	3.4375	.5240	80.0
3.	CS3	3.5375	.5017	80.0
4.	CS4	3.5500	.5253	80.0
5.	CS5	3.6500	.5535	80.0
6.	CS6	3.6250	.6239	80.0
7.	CS7	3.4250	.5460	80.0
8.	CS8	3.5875	.5888	80.0
9.	CS9	3.6000	.6080	80.0
10.	CS10	3.4500	.5489	80.0

				N of Variables
Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	10
SCALE	35.3250	15.8930	3.9866	

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
CS1	31.8625	12.9302	.6401	.8802
CS2	31.8875	13.9998	.4128	.8946
CS3	31.7875	13.4353	.5998	.8831
CS4	31.7750	12.8095	.7467	.8734
CS5	31.6750	12.5006	.7885	.8699
CS6	31.7000	12.7696	.6132	.8826
CS7	31.9000	14.7747	.1954	.9085
CS8	31.7375	12.3986	.7591	.8714
CS9	31.7250	11.8222	.8853	.8613
CS10	31.8750	12.8449	.6982	.8763

Reliability Coefficients

N of Cases = 80.0

N of Items = 10

Alpha = .8915

Oneway

ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.770	4	.442	3.076	.021
Within Groups	10.786	75	.144		
Total	12.556	79			

Post Hoc Tests

Homogeneous Subsets

Kepuasan Pelanggan

Duncan^{a,b}

umur	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
51thn keatas	18	3.2778	
31-40thn	22	3.5318	3.5318
41-50thn	20	3.6050	3.6050
21-30thn	16		3.6875
<21thn	4		3.7000
Sig.		.061	.356

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- Uses Harmonic Mean Sample Size = 10.787.
- The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Oneway

ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.861	5	.172	1.090	.373
Within Groups	11.694	74	.158		
Total	12.555	79			

Post Hoc Tests

Homogeneous Subsets

Kepuasan Pelanggan

Duncan^{a,b}

tahap pendidikan	N	Subset for alpha = .05
		1
SRP	7	3.3286
Djh6	6	3.3667
Ijazah	8	3.5125
Diploma	21	3.5238
SPM	24	3.5500
STPM	14	3.7000
Sig.		.069

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 10.080.
- b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Oneway

ANOVA

Kepuasan Pelanggan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.937	4	.734	5.726	.000
Within Groups	9.618	75	.128		
Total	12.555	79			

Post Hoc Tests

Homogeneous Subsets

Kepuasan Pelanggan

Duncan^{a,b}

pengalaman menternak	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
8-10thn	4	2.8500	
5-7thn	2	2.9000	
<2thn	39		3.5641
>10thn	16		3.5875
2-4thn	19		3.6316
Sig.		.816	.769

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 5.613.
- b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tanggung jawab sosial, Elemen Manusia, Perkhidmatan, Teras Perkhidmatan, Elemen Bukan Manusia ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 ^a	.408	.368	.31681

a. Predictors: (Constant), Tanggung jawab sosial, Elemen Manusia, Perkhidmatan, Teras Perkhidmatan, Elemen Bukan Manusia

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.128	5	1.026	10.219	.000 ^a
	Residual	7.427	74	.100		
	Total	12.556	79			

a. Predictors: (Constant), Tanggung jawab sosial, Elemen Manusia, Perkhidmatan, Teras Perkhidmatan, Elemen Bukan Manusia

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		.664	.508
	Teras Perkhidmatan	.555	2.624	0.011*
	Elemen Manusia	.201	1.291	.201
	Elemen Bukan Manusia	.046	.216	.830
	Perkhidmatan	.019	.115	.909
	Tanggung jawab sosial	-.209	-1.276	.206

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Teras Perkhidmatan	Elemen Manusia	Elemen Bukan Manusia
N		80	80	80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.6088	3.5729	3.6308
	Std. Deviation	.32147	.21934	.30448
Most Extreme Differences	Absolute	.237	.165	.209
	Positive	.161	.092	.124
	Negative	-.237	-.165	-.209
Kolmogorov-Smirnov Z		2.116	1.479	1.872
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.025	.002

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

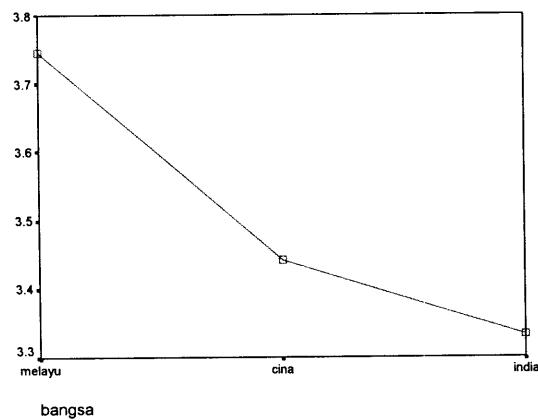
		Perkhidmatan	Tanggung jawab sosial	Kepuasan Pelanggan
N		80	80	80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.6750	3.5940	3.5325
	Std. Deviation	.29158	.30860	.39866
Most Extreme Differences	Absolute	.219	.164	.225
	Positive	.133	.116	.153
	Negative	-.219	-.164	-.225
Kolmogorov-Smirnov Z		1.958	1.468	2.015
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001	.027	.001

a. Test distribution is Normal.

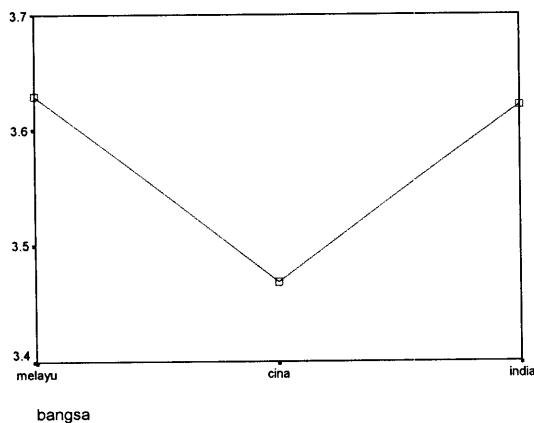
b. Calculated from data.

BANGSA

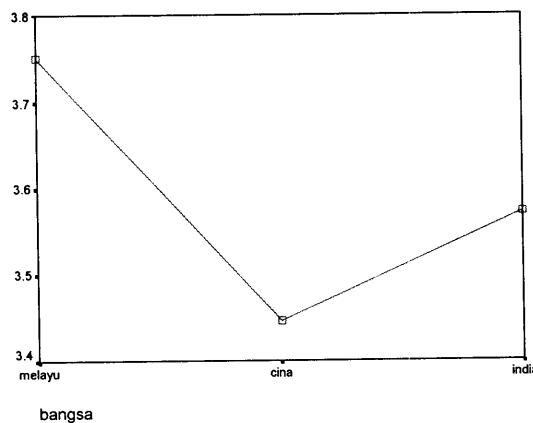
TERAS PERKHIDMATAN



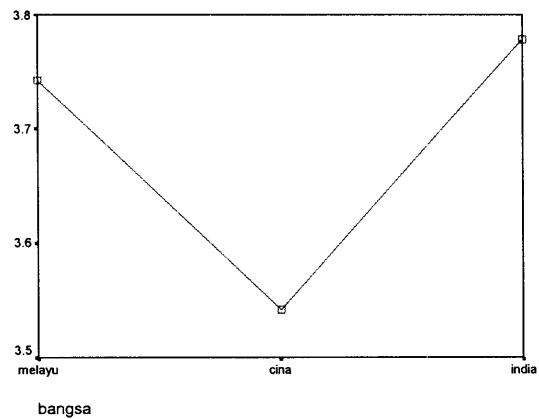
ELEMEN MANUSIA



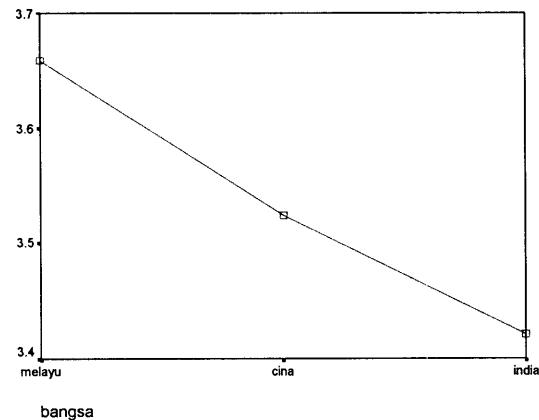
ELEMEN BUKAN MANUSIA



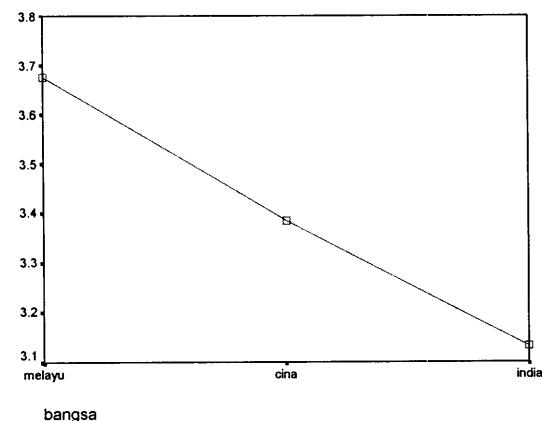
PERKHIDMATAN



TANGGUNG JAWAB SOSIAL

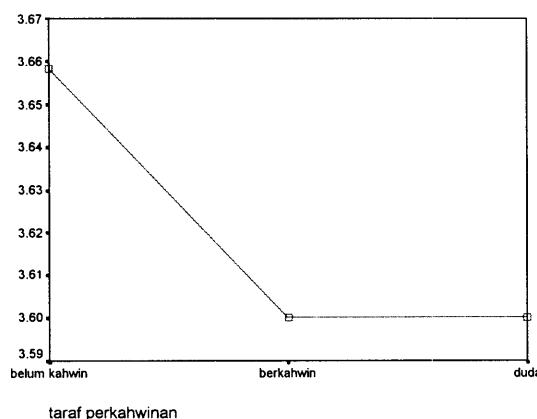


KEPUASAN PELANGGAN

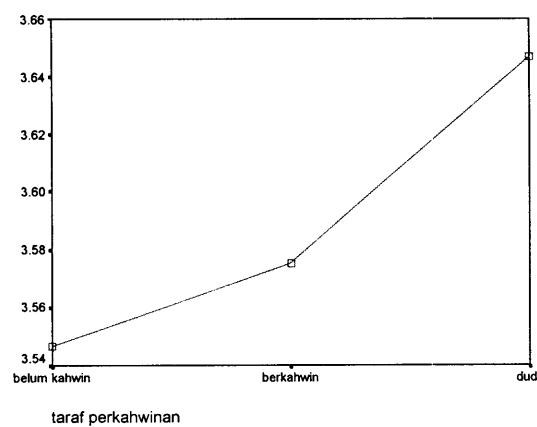


TARAF PERKAHWINAN

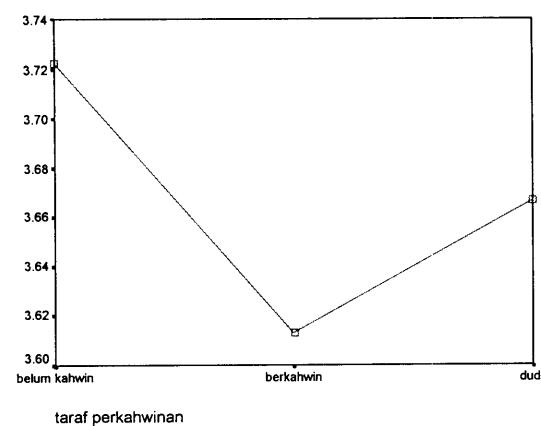
TERAS PERKHIDMATAN



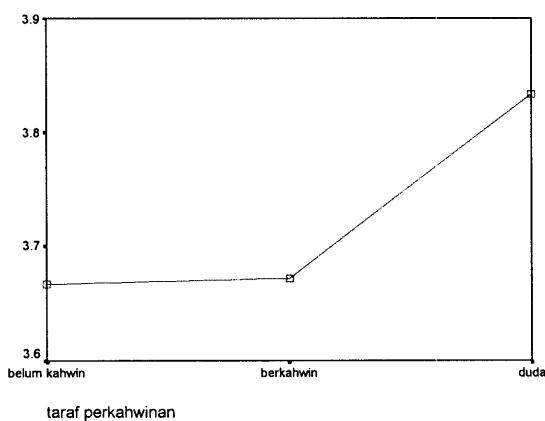
ELEMEN MANUSIA



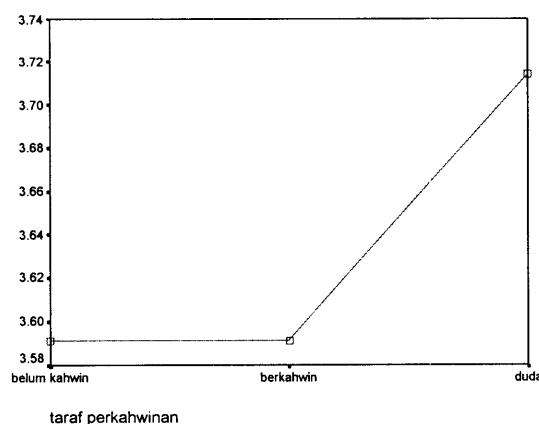
ELEMEN BUKAN MANUSIA



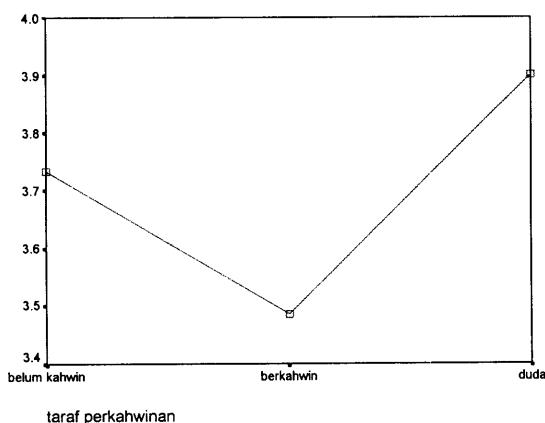
PERKHIDMATAN



TANGGUNG JAWAB SOSIAL

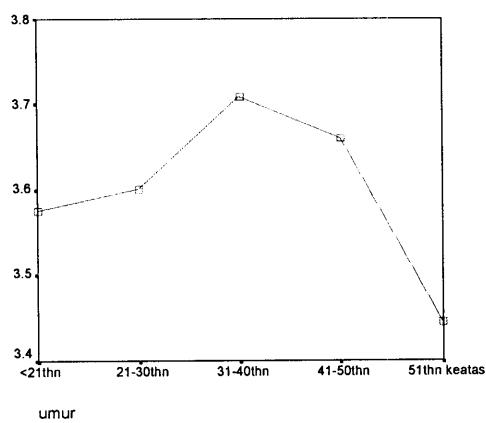


KEPUASAN PELANGGAN

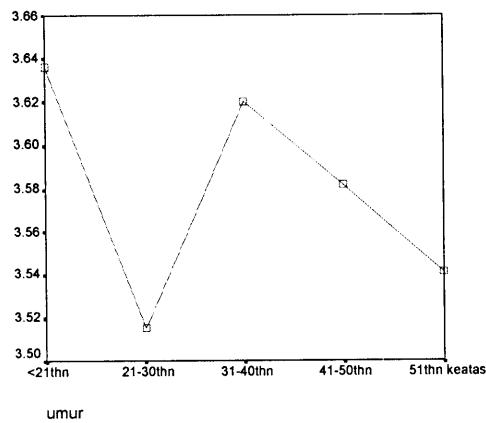


UMUR

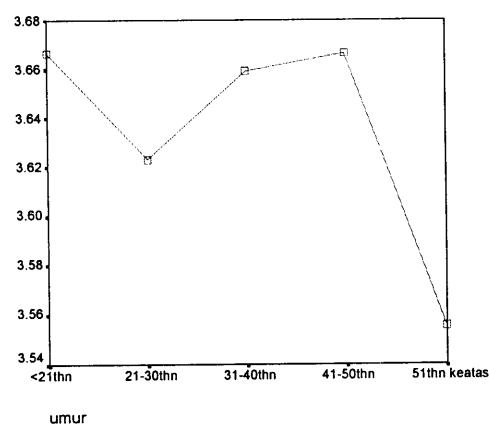
TERAS PERKHIDMATAN



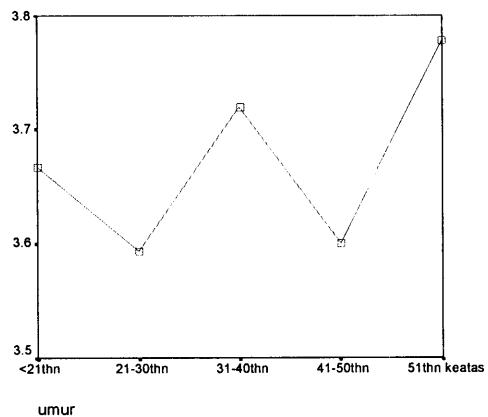
ELEMEN MANUSIA



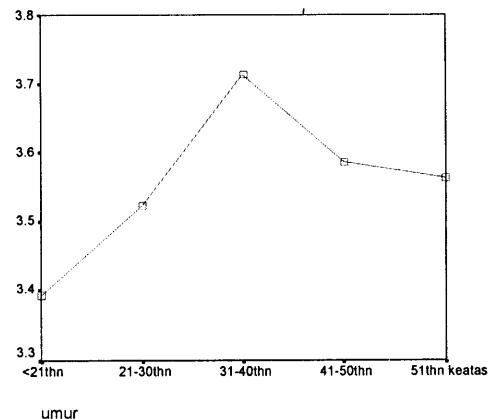
ELEMEN BUKAN MANUSIA



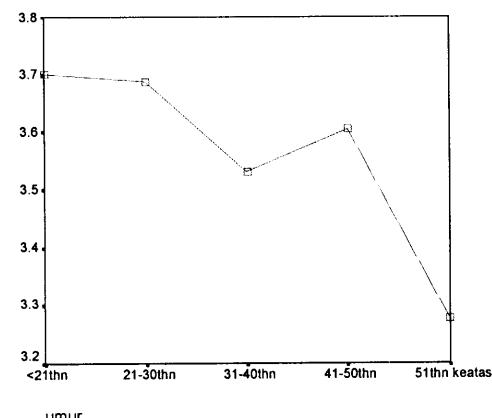
PERKHIDMATAN



TANGGUNG JAWAB SOSIAL

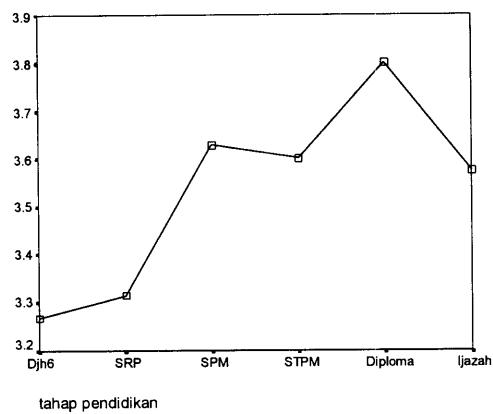


KEPUASAN PELANGGAN

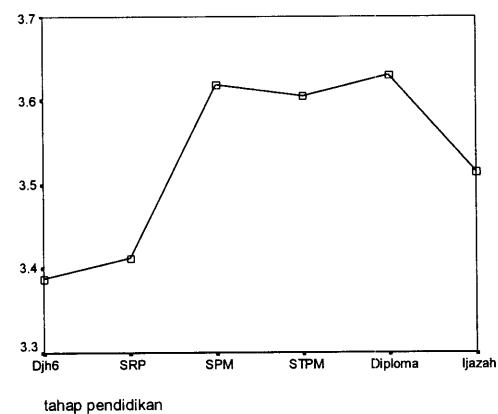


TAHAP PENDIDIKAN

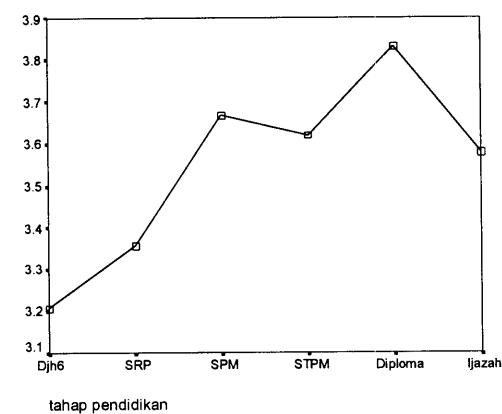
TERAS PERKHIDMATAN



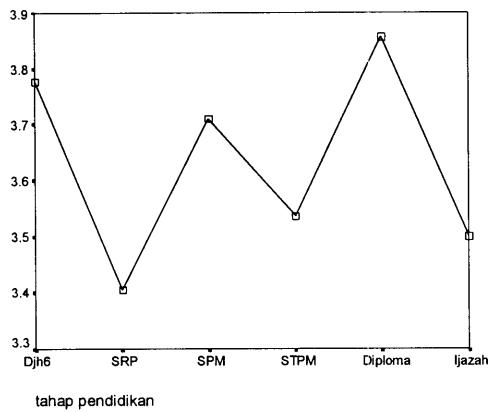
ELEMEN MANUSIA



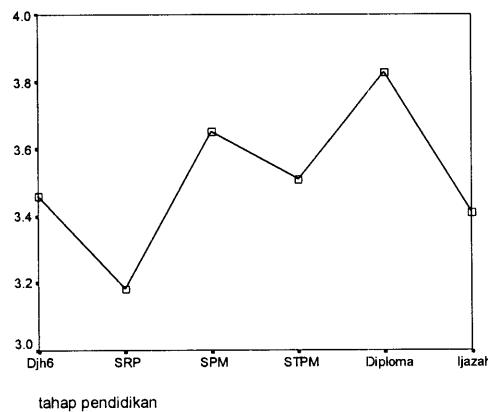
ELEMEN BUKAN MANUSIA



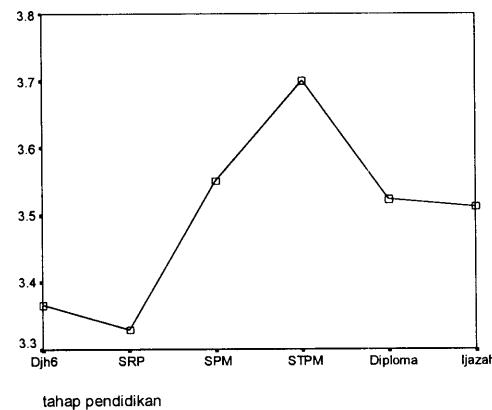
PERKHIDMATAN



TANGGUNG JAWAB SOSIAL

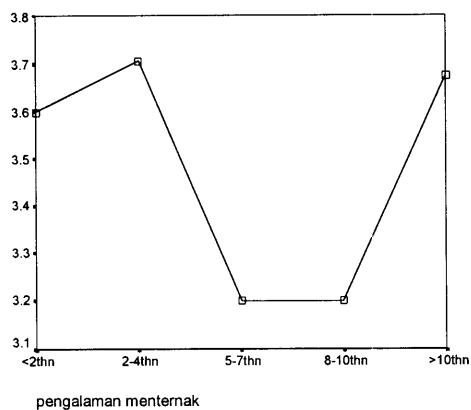


KEPUASAN PELANGGAN

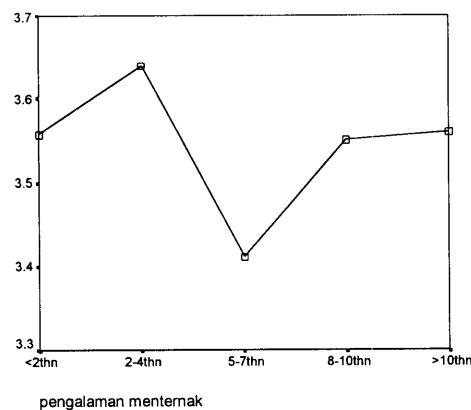


PENGALAMAN

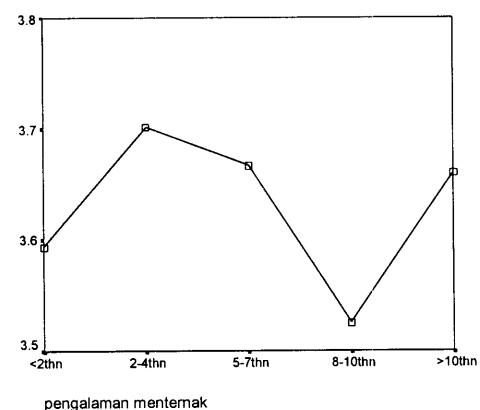
TERAS PERKHIDMATAN



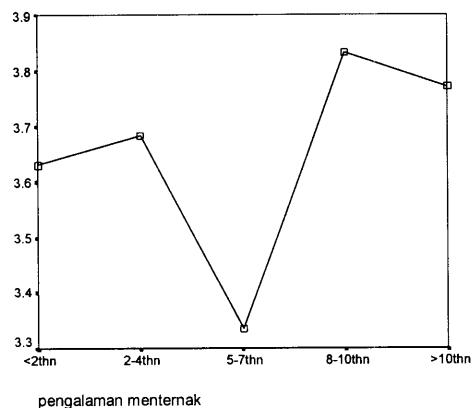
ELEMEN MANUSIA



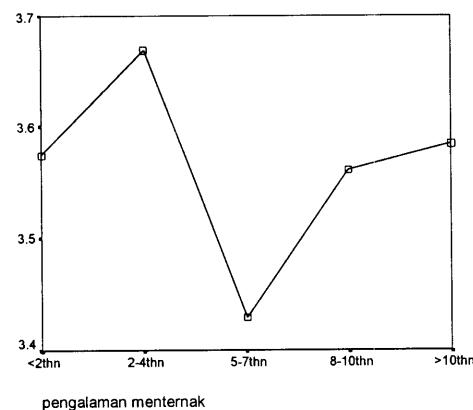
ELEMEN BUKAN MANUSIA



PERKHIDMATAN



TANGGUNG JAWAB SOSIAL



KEPUASAN PELANGGAN

