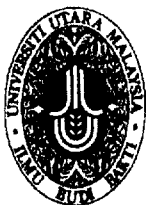


KUALITI PENGURUSAN KANTIN DAN KEPUASAN PELANGGAN

Kertas projek ini diserahkan kepada sekolah siswazah untuk memenuhi keperluan sebahagian daripada pengajian Lulusan Ijazah Sarjana Sains (Pengurusan) Universiti Utara Malaysia

Oleh
Zamri Bin Abu Bakar
(No. Matrik: 80962)

© Zamri Abu Bakar, 2000, Hak Cipta Terpelihara



**Sekolah Siswazah
(Graduate School)
Universiti Utara Malaysia**

**PERAKUAN KERJA KERTAS PROJEK
(Certification of Project Paper)**

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

ZAMRI BIN ABU BAKAR

calon untuk Ijazah
(candidate for the degree of) Sarjana Sains (Pengurusan) UUM/IAB Kohort 8

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

KUALITI PENGURUSAN KANTIN DAN KEPUASAN PELANGGAN

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): En. Abdull Halim Bin Abdul

Tandatangan
(Signature)

Tarikh
(Date)

: 19/09/2000

KEBENARAN MENGGUNA

Kertas Projek ini adalah sebagai memenuhi sebahagian daripada pengajian lepas ijazah Universiti Utara Malaysia (UUM). Saya bersetuju supaya pihak perpustakaan UUM mengadakan kertas projek ini bagi tujuan rujukan. Saya juga bersetuju bahawa kebenaran untuk membuat salinan keseluruhan atau sebahagian daripadanya, bagi tujuan akademik mestilah mendapat kebenaran daripada penyelia saya atau semasa ketiadaan beliau, kebenaran tersebut boleh diperolehi daripada Dekan Sekolah Siswazah. Sebarang penyalinan, penerbitan atau penggunaan ke atas keseluruhan atau sebahagian daripada kertas projek ini untuk perolehan kewangan tidak dibenarkan tanpa kebenaran bertulis daripada saya. Permohonan untuk kebenaran membuat salinan atau kegunaan lain sama ada secara keseluruhan atau sebahagian boeh dibuat dengan menulis kepada:

**DEKAN SEKOLAH SISWAZAH
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
06010, SINTOK
KEDAH DARULAMAN**

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk meninjau hubungan kualiti pengurusan kantin terhadap kepuasan pelanggan di sekolah-sekolah. Disamping itu kajian ini juga bertujuan untuk menyelidik adakah kepuasan pelanggan ini mempunyai hubungan dengan ciri-ciri demografi yang lain seperti jantina, umur, kaum, pekerjaan ibu bapa, jumlah wang dibawa ke sekolah dan jumlah wang yang dibelanjakan disekolah. Pembolehubah bebas yang dikaji adalah harga, kebersihan, layanan, peralatan dan kelengkapan dan jenis makanan dan minuman. Kajian ini adalah berbentuk kuantitatif dan dijalankan di empat buah sekolah menengah di kawasan bandar Parit Buntar, Perak.. Kajian ini dijalankan selama tiga bulan ke atas sampel seramai 120 orang menggunakan borang soal selidik. Hasil analisis statistik dan ujian hipotesis menggunakan Ujian T, ANOVA, Korelasi Pearson dan Regresi Berganda beberapa dapatan di dapati. Jenis kaum pelajar mempunyai perbezaan yang signifikan dengan tahap kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin. Semua pembolehubah bebas yang dikaji mempunyai korelasi yang signifikan dengan kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin. Hanya pembolehubah bebas harga, layanan dan peralatan dan kelengkapan kantin didapati boleh digunakan untuk meramal atau mempunyai pengaruh terhadap tahap kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin

ABSTRACT

This study aims at finding out the relationship between quality canteen management and customer satisfaction in school. This study is also conducted to find whether customer satisfaction has any relation with demographic element such as sex, age, race, parent's occupation, amount of money brought to school and amount of money spent in school. The independent variables involves price of food, cleanliness, hospitality, kitchen utensils and type of food and drinks. This study is a quantitative study that is conducted in four schools in the areas of Parit Buntar in Perak. The study is carried out for three months on 120 respondents using questionnaires. Statistical analysis and hypothesis testing using T-test, ANOVA, Pearson Correlation and Multiple Regression showed several results. Students of different race showed significant differences with the level of customer's satisfaction towards canteen service. All of the independent variables that have been studied have shown significant correlation with student satisfaction as customer towards canteen service. Independent variables such as price of food, hospitality and kitchen utensils can be used to forecast or has significant influence on student satisfaction as customer toward canteen service.

PENGHARGAAN

Syukur ke hadrat Allah s.w.t yang memberi kesempatan kepada menyempurnakan penyelidikan ini.

Setinggi-tinggi penghargaan ditujukan kepada En. Abdul Halim bin Abdull sebagai penyelia kerana telah memberi nasihat dan bimbingan yang berharga sehingga dapat diselesaikan penyelidikan ini. Tidak lupa juga kepada pihak pengurusan Sekolah Siswazah dan pesyarah-pesyarah lain di Universiti Utara Malaysia, Sintok yang membantu saya sepanjang tempoh pengajian saya di sini.

Jutaan terima kasih diberikan kepada Pengetua dan Penolong Kanan di Sekolah Menengah Kebangsaan Panglima Bukit Gantang, Sekolah Menengah Kebangsaan Seri Perak, Sekolah Menengah Methodist dan Sekolah Menengah Kebangsaan Kerian yang telah memberi kebenaran kepada saya untuk menjalankan kajian ini dengan menggunakan pelajar-pelajar berkenaan sebagai sampel kajian. Kepada rakana-rakan dari kohort 9, saya ucapkan ribuan terima kasih atas kerjasama yang diberikan terutamanya kepada Tn. Hj. Nordin bin Mehat. Jasa baik mereka tidak akan dilupakan.

Penghargaan ini juga ditujukan kepada semua ahli keluarga yang sentiasa memberikan dorongan dan sokongan disepanjang tempoh pengajian saya khususnya kepada kedua ibubapa, teristimewa untuk isteri Norashikin dan anak-anak Izhar dan Syazwani. Pengorbanan dan kesabaran anda semua tidak akan saya lupakan

Zamri Abu Bakar
Sekolah Siswazah
Universiti Utara Malaysia

JADUAL KANDUNGAN

	HALAMAN
KEBENARAN MENGGUNA	i
ABSTRAK (BAHASA MELAYU)	ii
ABSTRACT (BAHASA INGGERIS)	iii
PENGHARGAAN	iv
JADUAL KANDUNGAN	v
SENARAI JADUAL	ix
SENARAI RAJAH	x
SENARAI LAMPIRAN	xi
BAB SATU: PENGENALAN	
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Pernyataan Masalah	2
1.3 Tujuan Kajian	3
1.4 Persoalan Kajian	4
1.5 Objektif Kajian	5
1.6.1 Objektif Am	5
1.6.2 Objektif Khusus	5
1.6 Kerangka Teoretikal	6
1.6.1 Pembolehkan Bebas	6
1.6.2 Pembolehkan Bersandar	6
1.7 Pembentukan Hipotesis	6
1.8 Kepentingan Kajian	8
1.9 Batasan Kajian	8

BAB DUA: ULASAN KARYA

2.1	Pengurusan Kantin	9
2.2	Perkhidmatan Pelanggan	13
2.3	Kualiti	13
2.4	Kepuasan Pelanggan	15
2.5	Kepuasan Pelanggan Terhadap Perkhidmatan	23
2.6	Kesimpulan	24

BAB TIGA: METODOLOGI

3.1	Definisi Kajian	25
3.1.1	Kualiti Pengurusan	25
3.1.2	Pengguna / Pelajar	25
3.1.3	Kantin	25
3.1.4	Kepuasan Pelanggan	26
3.2	Rekabentuk Kajian	26
3.3	Responden Kajian	26
3.3.1	Latarbelakang Daerah Kerian	26
3.3.2	Pemilihan Sampel	27
3.4	Kaedah Pengumpulan Data	27
3.5	Instrumen Kajian	28
3.6	Pra Ujian	28
3.7	Pentadbiran Soal Selidik	29
3.8	Analisis dan Intepretasi Data	29
3.9	Kesimpulan	31

BAB 4: DAPATAN KAJIAN

4.1	Pendahuluan	32
4.2	Analisis Ujian Kebolehpercayaan	32
4.2.1	Keputusan Ujian Kebolehpercayaan Instrumen Kajian	33

4.3	Skor Pembolehubah Kajian	33
4.4	Pengujian Pembolehubah Kajian	34
4.4.1	Hubungan perbezaan di antara jantina pelajar dengan tahap kepuasan pelanggan pelajar	34
4.4.2	Hubungan perbezaan di antara jenis kaum pelajar dengan tahap kepuasan pelanggan pelajar	35
4.4.3	Hubungan perbezaan di antara umur pelajar dengan tahap kepuasan pelanggan pelajar	36
4.4.4	Hubungan perbezaan di antara pekerjaan penjaga pelajar dengan tahap kepuasan pelanggan pelajar	37
4.4.5	Hubungan perbezaan di antara jumlah duit yang dibawa pelajar dengan tahap kepuasan pelanggan pelajar	38
4.4.6	Hubungan perbezaan di antara jumlah duit yang dibelanja pelajar dengan tahap kepuasan pelanggan pelajar	39
4.4.7	Perhubungan Di Antara Faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan dan Menu dan Kualiti Makanan Kantin Sekolah.	40
4.4.8	Penentuan Peramal Diantara Faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan dan Menu dan Kualiti Makanan Kantin Sekolah ke atas tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin.	42
4.5	Kesimpulan	43

BAB 5: PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

5.1	Pendahuluan	45
5.2	Perbincangan	45
5.2.1	Mengenal pasti hubungan di antara faktor jantina, kaum, umur, pekerjaan penjaga, jumlah duit yang dibawa ke sekolah, jumlah duit yang telah dibelanjakan di kantin sekolah terhadap kepuasan pelanggan. kantin	45
5.2.2	Hubungan Faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan dan Menu Makanan ke atas Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	47
5.2.3	Penentuan Peramal Diantara Faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan	48

dan Jenis Makanan dan Minuman terhadap tahap
Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin

5.3	Implikasi Kajian	49
5.4	Cadangan Penyelidikan Masa Hadapan	50
5.5	Kesimpulan	50
	RUJUKAN	52

SENARAI JADUAL

Jadual 3.1	Sekolah Dan Bilangan Pelajar Sekolah Menengah Kawasan Parit Buntar	27
Jadual 3.2	Skala Likert	28
Jadual 3.3	Keputusan Pra Ujian – Cronbach Alpha	29
Jadual 4.1	Keputusan Ujian Kebolehpercayaan Instrumen Kajian	33
Jadual 4.2	Skor Pembolehubah Kajian	33
Jadual 4.3	Perbezaan Di Antara Jantina Pelajar Dengan Kepuasan Pelanggan	34
Jadual 4.4	Perbezaan Di Antara Jenis Kaum Pelajar Dengan Kepuasan Pelanggan	35
Jadual 4.5	Perbezaan Di Antara Umur Pelajar Dengan Kepuasan Pelanggan	36
Jadual 4.6	Perbezaan Di Antara Pekerjaan Penjaga Pelajar Dengan Kepuasan Pelanggan	37
Jadual 4.7	Perbezaan Di Antara Jumlah Duit Dibawa Pelajar Dengan Kepuasan Pelanggan	38
Jadual 4.8	Perbezaan Di Antara Jumlah Duit Dibelanja Pelajar Dengan Kepuasan Pelanggan	39
Jadual 4.9	Perhubungan Di Antara Faktor Harga, Layanan, Kebersihan Dan Keceriaan, Peralatan Dan Kelengkapan Dan Menu Dan Kualiti Makanan Kantin Sekolah.	40
Jadual 4.10	Petunjuk Kekuatan Hubungan Nilai Pekali Korelasi	40
Jadual 4.11	Kekuatan Hubungan Nilai Pekali Korelasi Pembolehubah Kajian	41
Jadual 4.12	Penentuan Peramal Diantara Faktor Harga, Layanan, Kebersihan Dan Keceriaan, Peralatan Dan Kelengkapan Dan Menu Dan Kualiti Makanan Kantin Sekolah Ke Atas Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin.	42
Jadual 4.13	Rumusan Keseluruhan Pembolehubah Kajian	44

SENARAI RAJAH

Rajah 2.1	Kerangka Teoretikal Kajian	6
Rajah 2.2	Pengurusan Kantin Sekolah	10
Rajah 2.3	Model Teboul	19
Rajah 2.4	Model Kano	20

SENARAI LAMPIRAN

- | | |
|------------|---|
| Lampiran 1 | Borang Soal Selidik |
| Lampiran 2 | Keputusan Ujian Statistik |
| Lampiran 3 | Surat Kebenaran untuk menjalankan kajian oleh Bahagian Perancangan dan Penyelidikan Kementerian Pendidikan Malaysia |
| Lampiran 4 | Garis Panduan Pengurusan Kantin yang dikeluarkan oleh Pejabat Pendidikan Daerah Kerian |

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Kantin adalah merupakan satu tempat yang penting pada mana-mana organisasi. Selain memberi perkhidmatan penyediaan makanan ianya secara tidak langsung dapat mewujudkan interaksi di kalangan penggunanya. Kantin di sekolah mewujudkan pelbagai pengalaman secara langsung dan tidak langsung bagi membina ilmu pengetahuan, sikap dan amalan di kalangan generasi muda terhadap makanan dan pemakanan. Kantin juga adalah tempat di mana para pelajar berkomunikasi di antara satu sama lain. Erti kesabaran juga banyak diuji ketika para pelajar menggunakan perkhidmatan kantin.. Ia juga boleh melibatkan tabiat-tabiat sosial yang lain yang dapat membantu dalam perkembangan pelajar.

Malaysia adalah sebuah negara yang berbilang bangsa yang datang dari pelbagai lapisan masyarakat, kebudayaan, kepercayaan, bahasa dan kegiatan ekonomi. Pada tahun 1996 penduduk Malaysia berjumlah hampir 20 juta orang. Hampir 60% daripada jumlah ini terdiri daripada kanak-kanak dan golongan remaja. Ini bermakna banyak sekolah telah didirikan untuk menampung jumlah pelajar yang ramai. Secara tidak langsung ianya menunjukkan bahawa pengguna perkhidmatan kantin adalah ramai terutamanya dari golongan kanak-kanak dan remaja.

Kantin adalah sebagai satu-satunya premis yang menjual makanan di sekolah. Sistem jualan terbuka yang diamalkan ditambah pula dengan keadaan iklim lembab dan panas akan memberi lebih kemungkinan makanan-makanan dihinggapi oleh

mikroorganisma berbahaya (*patogen*) yang menyebabkan berlakunya keracunan makanan. Sehubungan itu, sesuatu harus dilakukan untuk mengawal dan mencegah berlaku fenomena yang tidak diinginkan yang boleh menjejaskan perkhidmatan kepada pelajar.

1.2 Pernyataan Masalah

Bilangan pengguna perkhidmatan kantin sekolah adalah semakin bertambah dari semasa ke semasa. Ini selari dengan pertambahan bilangan pelajar, guru dan juga sekolah. Lebih kurang 3.7 juta pelajar-pelajar setiap hari dalam 200 hari setahun akan menggunakan kantin sekolah untuk mendapatkan makanan. Oleh itu adalah penting bagi menentukan bahawa makanan dan minuman yang disediakan di kantin-kantin sekolah adalah berkhasiat dan selamat. Setiap tahun akan terpampang di dada akhbar kes-kes yang melibatkan masalah pengurusan kantin. Sungutan dan rungutan datang dari berbagai pihak khasnya dari pihak ibu bapa para pelajar. Kes-kes keracunan makanan di kantin sekolah-sekolah yang dilaporkan membuktikan fenomena ini masih lagi berlaku di sekolah-sekolah. Adakah keracunan makanan ini adalah satu fenomena kebetulan (yakni tidak dalam pengawal pengusaha kantin) ataupun sikap pengurusan pihak kantin sendiri yang menyebabkan fenomena ini berlaku. Keracunan makanan ini boleh disebabkan pencemaran semasa waktu memasak, pencemaran pada bahan-bahan mentah masakan dan juga pencemaran semasa penyediaan makanan.

Bilangan pelajar di sekolah-sekolah menengah yang besar terutama sekolah gred A menyebabkan pengguna perkhidmatan kantin adalah ramai. Timbul persoalan di sini adakah bilangan pelajar yang ramai di sekolah menengah akan dapat dikendalikan oleh pihak pengusaha kantin dan ini akan mempengaruhi prestasi kualiti pengurusan

pihak kantin. ataupun dalam menguruskan kantin pihak pengusaha kantin hanya ingin memuaskan hati sebahagian pelanggannya sahaja iaitu guru atau pelajar.

Pada zaman kegawatan ekonomi ini, ada kemungkinan kualiti pengurusan kantin akan terjejas disebabkan peningkatan harga barang-barang mentah yang diimport seperti bawang. Merujuk kepada Utusan Malaysia (24/12/97), Persatuan Penyelenggaraan Kantin Sekolah (ASCOMA) bersetuju untuk menaikkan harga semua jenis makanan di kantin sehingga 100%. Menurut jurucakap persatuan itu, kenaikan harga makanan di kantin tidak dapat dielakkan bagi memastikan ahli-ahlinya tidak gulung tikar dalam keadaan ekonomi meleset. Tindakan ini dirasa perlu oleh pihak persatuan kerana sudah lebih 10 tahun harga makanan yang dijual di kantin tidak dinaikkan sedangkan kos pengendalian kantin semakin meningkat.

Dalam menilai kualiti pengurusan kantin yang dijalankan secara am oleh masyarakat, berbagai aspek yang dilihat sebagai pengukuran kualiti sesuatu kantin. Adakalanya orang akan melihat dari sama ada dari segi harga, jenis makanan, kebersihan atau keramahan dan kesopanan penjual kantin.

1.3 Tujuan Kajian

Tujuan penyelidikan ini adalah untuk melihat tahap kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan iaitu pelajar-pelajar sekolah menengah di kawasan Parit Buntar, Daerah Kerian di negeri Perak. Di antara tujuan khusus kajian ini adalah melihat perbezaan tahap kepuasan pelanggan di kalangan jantina, kaum, umur dan pekerjaan penjaga. Berikutnya akan dilihat sama ada jumlah wang yang dibawa dan yang dibelanjakan akan mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan pelajar terhadap kualiti pengurusan kantin. Tumpuan juga diberikan untuk

melihat hubungan di antara faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan iaitu harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan jenis makanan dan minuman. Kajian ini juga akan cuba mengenalpasti faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan kantin.

1.4 Persoalan Kajian

Berdasar tujuan yang dinyatakan di atas, persoalan yang hendak dijawab melalui kajian ini ialah:

- i. Adakah kepuasan pelanggan pelajar lelaki lebih tinggi daripada pelajar perempuan?
- ii. Adakah wujud perbezaan kepuasan pelanggan mengikut kaum?
- iii. Adakah wujud perbezaan kepuasan pelanggan mengikut umur?
- iv. Adakah wujud perbezaan kepuasan pelanggan mengikut jenis pekerjaan penjaga?
- v. Adakah jumlah wang yang dibawa dan dibelanja di sekolah mempengaruhi kepuasan pelanggan pelajar?
- vi. Adakah terdapat perhubungan di antara pembolehubah harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan jenis makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan pelajar-pelajar?
- vii. Apakah faktor-faktor utama dari kalangan pembolehubah harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan jenis makanan dan minuman yang paling mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan pelajar-pelajar?

1.5 Objektif

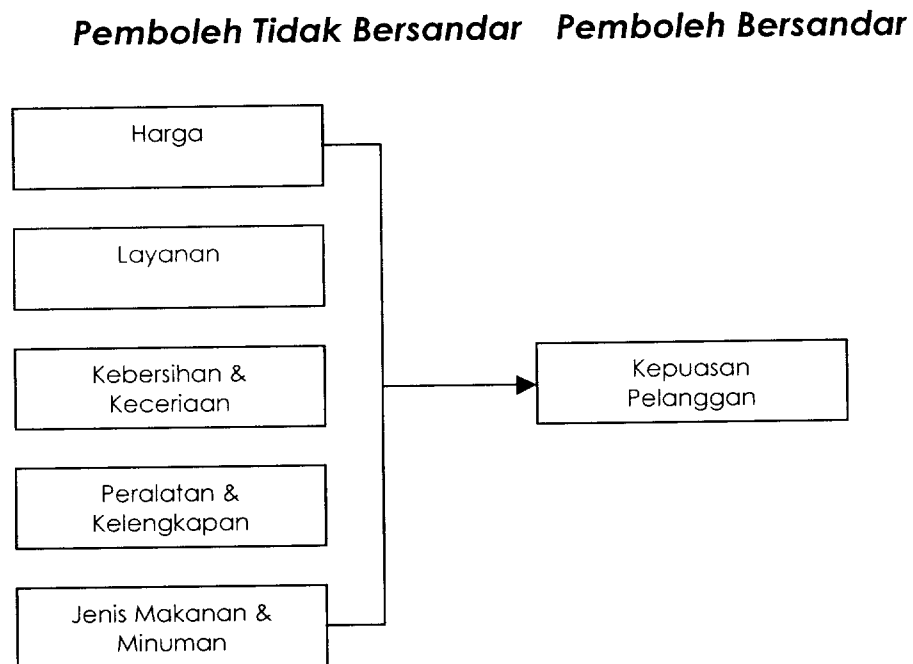
1.5.1 Objektif Am

Melihat perhubungan di antara kepuasan pelanggan di sekolah-sekolah dengan keberkesanan pengurusan kantin.

1.5.2 Objektif Khas

- i. melihat hubungan di antara faktor demografi terhadap kepuasan pelanggan
- ii. melihat hubungan di antara faktor harga terhadap kepuasan pelanggan
- iii. melihat hubungan di antara faktor layanan terhadap kepuasan pelanggan
- iv. melihat hubungan di antara faktor kebersihan dan keceriaan terhadap kepuasan pelanggan
- v. melihat hubungan diantara faktor peralatan dan kelengkapan terhadap kepuasan pelanggan
- vi. melihat hubungan di antara faktor jenis makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan
- vii. menentukan faktor harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan kelengkapan dan jenis makanan dan minuman adalah peramal ke atas tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin.

1.6 Kerangka teoritikal



Rajah 2.1: Rangka teoretikal

1.6.1 Pembolehubah Tak Bersandar

Harga, layanan, Kebersihan dan keceriaan, peralatan dan kelengkapan dan jenis makanan dan minuman

1.6.2 Pembolehubah Bersandar

Kepuasan pelanggan

1.8 Pembentukan Hipotesis

Bagi menguji dapatan kajian ini sebanyak 6 hipotesis null dikemukakan:

- i. Hipotesis H_{01}

Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara faktor jantina, umur, kaum, pekerjaan ibubapa, jumlah duit yang dibawa dan jumlah duit yang dibelanja responden dengan kepuasan pelanggan

ii. Hipotesis H_{02}

Tidak terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor harga dengan kepuasan pelanggan

iii. Hipotesis H_{03}

Tidak terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor layanan dengan kepuasan pelanggan

iv. Hipotesis H_{04}

Tidak terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor kebersihan dan keceriaan dengan kepuasan pelanggan

v. Hipotesis H_{05}

Tidak terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor peralatan dan kelengkapan dengan kepuasan pelanggan

vi. Hipotesis H_{06}

Tidak terdapat hubungan yang signifikan di antara faktor jenis makanan dan minuman dengan kepuasan pelanggan

1.6 Kepentingan Kajian

Kajian terhadap kepuasan pelanggan pelajar terhadap pengurusan perkhidmatan kantin di sekolah dapat memberikan beberapa kepentingan di antaranya adalah seperti berikut:

- i. Belum terdapat kajian secara khusus yang pernah dijalankan tentang perkara tersebut.
- ii. Pihak pengurusan kantin dapat melihat faktor-faktor utama yang mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan di kalangan pelajar terhadap perkhidmatan mereka.
- iii. Kajian ini amatlah penting kepada pihak sekolah dan juga pejabat pendidikan daerah untuk mereka mengenal pasti tahap pengurusan kantin dan dapat mengambil tindakan pemantauan yang perlu di sekolah.

1.8 Batasan kajian

Kajian ini dijalankan di empat buah sekolah sahaja di kawasan bandar Parit Buntar. Kajian ini hanya melibatkan pelajar tingkatan 4 dan 2 sahaja iaitu yang tidak terlibat dengan peperiksaan awam seperti Sijil Pelajaran Malaysia dan Penilaian Menengah Rendah.

BAB 2

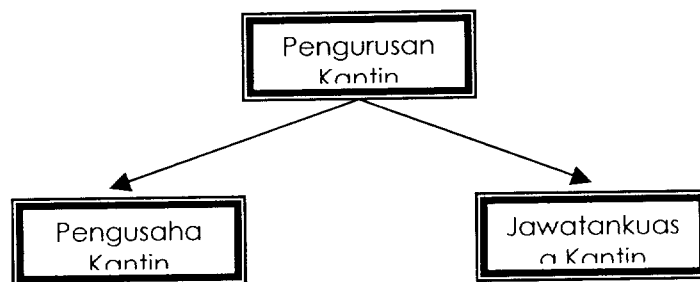
ULASAN KARYA

Untuk menjalankan sesuatu tugas atau kerja aspek pengurusan tidak dapat diketepikan Pengurusan ditakrifkan sebagai satu proses merancang, mengelola, memimpin dan mengawal penggunaan sumber-sumber untuk mencapai matlamat organisasi. Abd Wahab (1995) menyatakan aspek pengurusan dan gelagat manusia melibatkan perancangan, penyusunan, kepimpinan, kawalan, strategi, penugasan, autoriti dan kuasa.

2.1 Pengurusan kantin

Kantin adalah tempat yang menjadi tumpuan sama ada guru ataupun pelajar. Kantin menyediakan perkhidmatan jualan makanan dan minuman Selain daripada itu kantin juga dapat menjadi perantara memperluaskan pengetahuan ,sikap dan amalan di kalangan generasi muda terhadap makanan dan pemakanan, kebersihan dan keselamatan makanan. Ia juga dapat membantu melahirkan golongan masyarakat yang sihat , aktif dan cerdas untuk kemajuan dan pembangunan negara. Menurut Omardin (1996), tabiat sosial yang sihat seperti beratur untuk diberi layanan, bersopan santun dan amalan disiplin yang lain dapat diwujudkan dikalangan masyarakat sekolah terutamanya pelajar. Kantin juga merupakan tempat berlakunya pelbagai jenis interaksi dan aktiviti di kalangan pelajar, guru dan kakitangan sekolah. Lazimnya antara kegiatan yang utama berlaku di kantin adalah proses penjualan dan pembelian bahan-bahan makanan dan minuman yang disediakan oleh kantin sekolah. Berbagai-bagai aktiviti diatur dan boleh dijalankan di kantin sekolah untuk menggalakkan usaha murni pendidikan. Sebagai contohnya, kantin merupakan sumber yang berkesan bagi menggalakan pendidikan amalan makanan yang sihat.

Pengajaran yang terancang seperti pendidikan kesihatan, sains rumahtangga, sivik dan perdagangan boleh dijalankan di kantin sekolah. Di kantin juga boleh dijalankan proses-proses amali atau tunjuk cara mengenai makanan dan pemakanan., kebersihan dan keselamatan makanan dan lain-lain lagi yang boleh diusahakan oleh pihak atau jawatankuasa kantin. Adalah amat difahami bahawa pengguna utama kantin-kantin di sekolah adalah terdiri daripada para pelajar yang merupakan majoriti pelanggan kantin sekolah. Oleh itu perkhidmatan kantin sekolah adalah sepatutnya lebih cenderung untuk memuaskan hati mereka. Walaupun golongan guru yang merupakan golongan minoriti yang menggunakan perkhidmatan kantin sekolah tetapi peranan mereka adalah jauh lebih besar. Golongan yang berpendidikan ini boleh memberi pengaruh yang besar dalam pengurusan kantin sekolah. Pengurusan kantin boleh dilihat seperti rajah di bawah.



Rajah 2.1: Struktur Pengurusan Kantin Sekolah

Dari sini dapat dilihat bahawa pihak pengusaha kantin dan jawatankuasa kantin sekolah bertanggungjawab dalam pengurusan kantin sekolah. Pihak pengusaha bertanggungjawab dalam menyediakan perkhidmatan makanan manakala di sebelah pihak yang lain bertanggungjawab dalam memastikan perjalanan pengurusan kantin yang dibuat oleh pengusaha adalah mengikut spesifikasi yang ditetapkan oleh pihak sekolah. Merujuk kepada garis panduan pengurusan kantin sekolah yang dikeluarkan

oleh Pejabat Pendidikan Daerah Kerian (rujuk lampiran 1) . Peranan pihak pengurusan sekolah adalah bertanggungjawab mengurus dan mengawasi semua aspek berkaitan dengan kantin sekolah iaitu:

- i. Pengurusan kantin sekolah dari segi perolehan perkhidmatan kantin, tender dan sebutharga
- ii. Pengawasan dan segi kebersihan, keindahan dan keselamatan keselamatan.
- iii. Mengadakan kemudahan-kemudahan asas seperti tempat membasuh tangan tong sampah dan lain-lain
- iv. Memastikan kakitangan/pekerja yang diakui sihat dibenarkan bekerja.
- v. Pengawasan dari segi kualiti, kuantiti makanan, kebersihan dan keselamatan makanan
- vi. Menubuhkan Jawatankuasa Kantin Sekolah
- vii. Memastikan pengusaha kantin mematuhi surat-surat pekeliling ikhtisas (seperti keperluan dan segi agama) dan buku garis panduan kantin.

Garis Panduan Kantin Sekolah (1996) telah menegaskan bahawa pihak pengurusan sekolah dan kantin perlu mengambil berat tentang jenis, kualiti, kebersihan dan keselamatan makanan-makanan yang dijual di kantin sekolah. Ini adalah perlu bagi mengelakkan perkara-perkara seperti keracunan makanan yang tidak diinginkan disamping dapat membekalkan makanan yang berkhasiat dan seimbang kepada pelajar-pelajar. Di dalam garis panduan ini pihak Kementerian Pendidikan dan Kementerian Kesihatan Malaysia telah menetapkan beberapa elemen yang perlu ditekankan iaitu :

- i. Bangunan, kemudahan dan alat-alat kelengkapan kantin sekolah

- ii. Kakitangan kantin sekolah
- iii. Penyediaan, penyimpanan dan penyajian makanan dan minuman
- iv. Bahan-bahan makanan dan minuman
- v. Kawalan kebersihan
- vi. Keselamatan
- vii. Pengurusan kantin sekolah.

Perkara-perkara ini mencerminkan bukan sahaja keberkesanan terhadap perkhidmatan atau layanan yang diberikan kepada pengguna tetapi juga aspek seperti cara penggunaan terutama kepada kantin sekolah oleh pihak berkuasa. Aspek seperti keberkesanan fungsi bangunan dan kemudahan alat kelengkapan perlu diawasi dari semasa ke semasa. Penjagaan kebersihan dan keindahan bangunan dan alam sekitar kantin perlu diutamakan oleh pengusaha dan pekerja kantin.

Kementerian Pendidikan telah menetapkan bahawa makanan dan minuman yang dijual di kantin sekolah mestilah bersih, bermutu, berzat, selamat untuk dimakan dan harganya pula adalah berpatutan. Aspek-aspek kebersihan makanan dan minuman amatlah perlu diutamakan pada setiap masa sama ada semasa penyediaan, penyimpanan dan juga semasa penghidangan bagi menentukan makanan dan minuman yang dijual itu tidak dicemari oleh mikrob dan bahan-bahan kimia yang membahayakan kesihatan. Tambahan pada masa kini, keluarga para pelajar amat mengambil berat tentang persekitaran pendidikan anak mereka. Menurut Smith dan Riethmuller (1999), ibubapa kepada anak dibawah lingkungan 18 tahun amat mengambil berat terhadap kualiti makanan yang diberikan kepada anak-anak mereka.

2.2 Perkhidmatan Pelanggan

Perkhidmatan kepada pelanggan merupakan satu cabang yang amat penting didalam mengurus sesebuah organisasi pada masa kini. Sebahagian besar organisasi kini menubuhkan satu bahagian khas yang boleh dikenali dengan nama jabatan, bahagian atau unit perkhidmatan pelanggan (Rahim Abdullah,1996). Tujuannya tetap sama iaitu untuk mengambil tindakan susulan bagi menjaga nama baik syarikat dan juga memberi kepuasan kepada pelanggan yang berurusan. Terdapat beberapa definisi perkhidmatan pelanggan yang telah dikemukakan oleh penyelidik barat.

Menurut Lovelock (1992), perkhidmatan pelanggan adalah

“... is a task, other than proactive selling, that involves interaction with customers in person or telecommunications, mail or automated processes. It is designed, performed and communicated with two goals in mind: operational productivity and customer satisfaction”.

Perkhidmatan pelanggan dalam industri perkhidmatan ini memerlukan perkhidmatan peribadi yang bertujuan untuk memberi maklumat dan nasihat, mengambil dan mengesahkan pesanan, mengesan dan menyelesaikan masalah, menguruskan kredit serta mengekalkan sistem pembiayaan (Lovelock, 1996).

2.3 Kualiti

Apabila memperkatakan tentang kualiti ianya seolah-olah tidak dapat dipisahkan dengan TQM (*Total Quality Management*). Menurut Kajewski dan Ritzman (1998), menekankan bahawa total quality management menekankan kepada tiga prinsip yang utama iaitu kepuasan pelanggan, penglibatan pekerja dan peningkatan berterusan. Kualiti adalah merujuk kepada mutu atau prestasi sesuatu produk atau perkhidmatan.

Menurut Davies et al (1999) mentakrifkan kualiti produk adalah sesuatu yang dihasilkan dan dapat memenuhi kehendak pelanggan. Stebbing (1990) menyatakan “

“The totality of features charecteristics of a product or service that bear upon its abality to satisfy or implied needs.”

Tahap piawai dan pretasi sesuatu produk adalah dua elemen penting yang menjadi identiti untuk mengenal pasti sesuatu perkhidmatan itu berkualiti atau tidak . Dalam membuat pengukuran terhadap kualiti terdapat 3 bidang utama yang menyukarkan pengukuran kualiti menurut Lewis (1995) iaitu

i. Methodological problem relating to the dimension.

ii. Verification in customer exspection.

iii. The nature of measurement tools.

Kualiti adalah satu keperluan yang amat penting dalam pelbagai bidang. Sallis dan Edward dalam Abdul Wahab(1995) memberi tiga takrif mengenai istilah kualiti iaitu pengertian secara mutlak, mengikut pengeluar dan daripada persepsi pengguna.

Konsep kualiti secara mutlak apabila sesuatu barangan atau perkhidmatan dikatakan berkualiti berasaskan kepada reputasinya di kalangan masyarakat umum. Barangan dan perkhidmatan yang berkualiti selalunya diuji, dikaitkan dengan nilai pasaran yang tinggi dan pasaran yang terhad, dan memberi status dan kelebihan darjat kepada pemiliknya. Misalnya apabila disebut Rolls Royce masyarakat umum akan mengakui bahawa ianya adalah motokar berkualiti.

Konsep Kualiti pengeluar bermaksud sesuatu produk atau perkhidmtan yang menepati spesifikasi sesuai untuk sesuatu kegunaan atau tujuan sepertimana yang ditentukan

oleh pihak pengeluar. Takrifan ini juga disebut sebagai definisi kualiti daripada pespektif pengeluar. Ianya juga disebut sebagai 'Quality in fact'.

Konsep Kualiti Pengguna bermaksud sesuatu produk atau perkhidmatan yang memberi tahap kepuasan yang diperlukan dan diharapkan dalam penggunaan sesuatu barangan atau perkhidmatan. Konsep kualiti ini juga disebut sebagai konsep kualiti daripada perspektif pengguna atau '*Quality in perception*'.

2.4 Kepuasan Pelanggan

Sesuai organisasi perniagaan itu perlu memberi perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan kerana imej syarikat bergantung kepada kewibawaannya ketika mengendalikan perkhidmatan. Peniaga yang sentiasa menyediakan perkhidmatan melebihi norma atau kebiasaan dianggap sebagai memberi perkhidmatan yang cemerlang. Pengusaha perniagaan seharusnya cuba untuk memenuhi permintaan pelanggan pada setiap masa dan menepati janji dalam menjalankan perniagaan kerana itu adalah prinsip urusniaga yang utama.

Menurut Jones (1996) perolehan kejayaan sesuatu organisasi adalah hasil daripada kepuasan yang memenuhi keperluan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam organisasi seperti pelanggan, pemegang saham, pembekal dan komuniti secara keseluruhannya. Oleh itu untuk memenuhi kehendak pelanggan, organisasi perlulah membentuk satu jangkaan (*expectation*) yang betul berkaitan dengan produk ataupun perkhidmatan supaya sentiasa dalam kawalan. Ini akan mendorong jangkaan pihak pelanggan terhadap prestasi organisasi adalah seperti yang diharapkan.

Untuk memuaskan hati pelanggan, organisasi perlu membentuk jangkaan yang betul berkaitan dengan produk ataupun perkhidmatan supaya ianya sentiasa dalam kawalan. Ini akan mendorong jangkaan pihak pelanggan terhadap prestasi organisasi adalah seperti yang dijangkakan (Lele dan Sheth, 1987). Dari satu kajian yang dilakukan didapati tiga cara untuk menguruskan jangkaan pelanggan iaitu:

- i. Kawalan komunikasi- Ianya berkenaan pesanan pengiklanan, persekitaran janji yang dibuat oleh jurujual peribadi dan program promosi. Ini bertujuan untuk memastikan bahawa pihak organisasi tidak menipu pelanggan mereka ataupun membuat janji tetapi tidak di penuhi.
- ii. Pemilihan orang tengah-orang tengah yang terdiri daripada pengedar, agen jualan dan peniaga. Pemilihan yang teliti ini bertujuan untuk memastikan pihak organisasi dapat membentuk suatu jangkaan yang betul.
- iii. Pengurusan prestasi dan jangkaan dilakukakan dengan teliti. Pihak organisasi lebih suka untuk tidak terlalu menjanjikan sesuatu tetapi akan memberi perkhidmatan penghantaran yang lebih baik dari yang dijangkakan. Sebagai contohnya, Federal Express berjanji untuk mmbuat penghantaran bungkusan kepada penerima pada jam 10.30 pagi pada hari keesokannya tetapi kebanyakan kes, penghantarannya tiba lebih awal dari masa tersebut.

Suatu ukuran yang tepat dapat membantu mengetahui prestasi perkhidmatan atau produk sebenar dan ini boleh dikaitkan dengan satu set jangkaan pelanggan. Sekiranya kualiti itu dianggap memenuhi jangkaan pelanggan maka pelanggan akan memperolehi kepuasan yang tinggi. Kepuasan Pelanggan menurut Gerson (1993) adalah persepsi pelanggan berdasarkan jangkaannya itu tepat. Dalam memenuhi jangkaan pelanggan, sesebuah organisasi perlu mengetahui bagaimana seseorang pelanggan itu melihat sesuatu barangan atau perkhidmatan bagi memenuhi kehendak dan keperluannya. Setiap organisasi perlu menguruskan organisasi mereka supaya memenuhi jangkaan pelanggan.

Seseorang pengusaha perlu memberi perkhidmatan terbaik kepada pelanggan kerana imej syarikat bergantung kepada kewibawaannya ketika mengendalikan perkhidmatan. Untuk memberi perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan, pengusaha harus memahami kehendak dan keperluan pelanggan itu dengan 'membaca' kehendak mereka. Dalam perkhidmatan, pengusaha seharusnya mencuba memberi bentuk perkhidmatan yang terbaik dan penilaian pelanggan terhadapnya perkhidmatannya amatlah penting. Majalah Dataniaga (1995) menyatakan bahawa faktor kemanusiaan mempengaruhi sesuatu perniagaan. Oleh itu peniaga atau pengusaha mestilah mementingkan aspek perhubungan dengan pelanggan untuk menyediakan perkhidmatan cemerlang setiap masa. Apabila pelanggan membuat aduan atau komen, pengusaha harus mengambil tindakan untuk mengatasinya. Pelanggan yang tidak berpuashati boleh mempengaruhi orang lain dalam menggunakan perkhidmatan yang disediakan oleh pengusaha. Hal ini juga akan memberi kesan dalam pemasaran kerana ia sering menjadi punca utama kegagalan sesuatu perniagaan terutamanya dalam bidang yang perlu melayan pelanggan dengan banyak. Masalah itu bukan sahaja dihadapi oleh peniaga bumiputera tetapi juga turut dialami oleh peniaga bukan bumiputera sekali. Yang penting di sini ialah untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan melalui kualiti, menepati masa, harga berpatutan dan mutu layanan.

Perkhidmatan kepada pelanggan adalah sesuatu yang boleh dinilai. Pelanggan senantiasanya menilai perkhidmatan melalui kualiti, kos, hantaran, kepantasan, layanan dan lain-lain lagi. Memberikan perkhidmatan kepada pelanggan adalah sesuatu yang mudah untuk dilakukan tetapi mengekalkan pelanggan amat sukar. Sesebuah syarikat itu dianggap berjaya apabila pelanggan lama terus berurusan niaga dengannya.

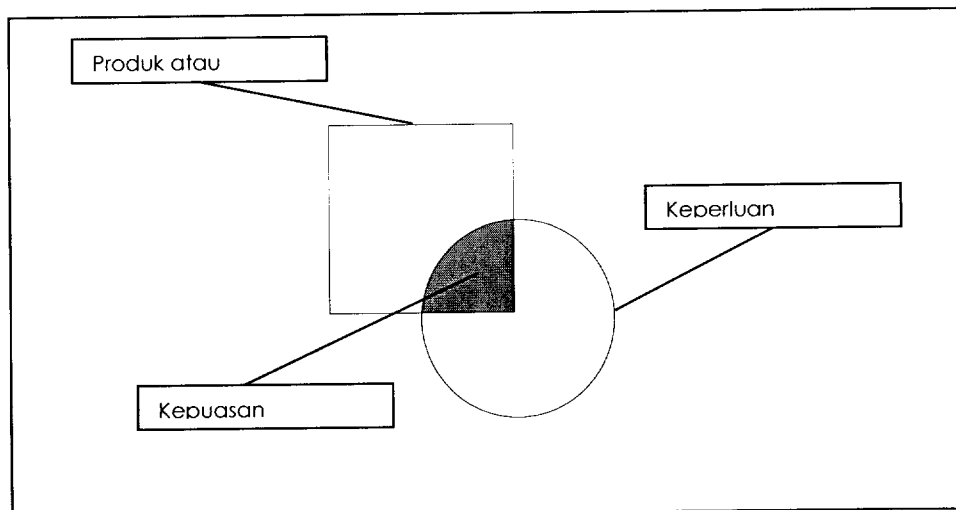
Kepuasan pelanggan dapat dipertingkatkan apabila organisasi tahu apa yang dikehendaki oleh pelanggan. Fields (1992) menekankan kepada penggabungan 3 perkara iaitu kualiti, perkhidmatan dan harga dimana jika ketiga-tiga perkara tersebut bergerak sehalu maka kepuasan pelanggan dapat dipertingkatkan sekaligus. Boone dan Kurtz (1995) menyatakan bahawa peringkat tertinggi dalam pencapaian kualiti perkhidmatan akan mewujudkan peningkatan kepuasan pelanggan. Mereka menegaskan lima perubahan keputusan bagi kualiti perkhidmatan adalah:

- i. *Readability*. Merujuk kepada ketetapan sesuatu prestasi sama tetap atau tidak.
- ii. *Assurance*. Merujuk kepada pengetahuan, pekerjaan serta kebolehan mereka untuk meningkatkan keyakinan dan kepercayaan dalam minda pelanggan.
- iii. *Empathy*. Penumpuan yang diberikan oleh pekerja dalam memenuhi kehendak pelanggan.
- iv. *Tangibel*. Kemudahan dan peralatan secara fizikal sesuatu perkhidmatan tersebut.
- v. *Responsiveness*. Tanggungjawab yang didapatkan daripada perkhidmatan yang telah diberi.

Pelanggan seharusnya dilayan dengan menampakkan bahawa mereka adalah disanjung dan dihormati. Melalui cara ini mereka akan berasa bangga berurusan dengan syarikat atau organisasi tersebut. Kementerian Pendidikan juga turut peka dengan faktor harga dalam meningkatkan lagi kualiti pengurusan kantin. Dalam Utusan Malaysia 20 Disember 1997, Kementerian Pendidikan akan mengawal dan menyelia harga makanan di kantin-kantin sekolah seluruh negara bagi memastikan peniaga tidak mengenakan harga yang tinggi kepada pelajar. Di zaman kegawatan ini tidak dinafikan bahawa semua pihak merasakan bahannya tetapi bagi pengusaha ini

tidak mungkin banyak menjejaskan keupayaan mereka kerana pelanggan yang menggunakan kantin adalah bolehlah dikatakan sebagai tetap.

Bagi memahami dengan lebih terperinci konsep kepuasan pelanggan, terdapat juga beberapa model yang menerangkan kepuasan pelanggan seperti model Teboul yang diterangkan berdasarkan rajah di bawah (Besterfield et al., 1995)



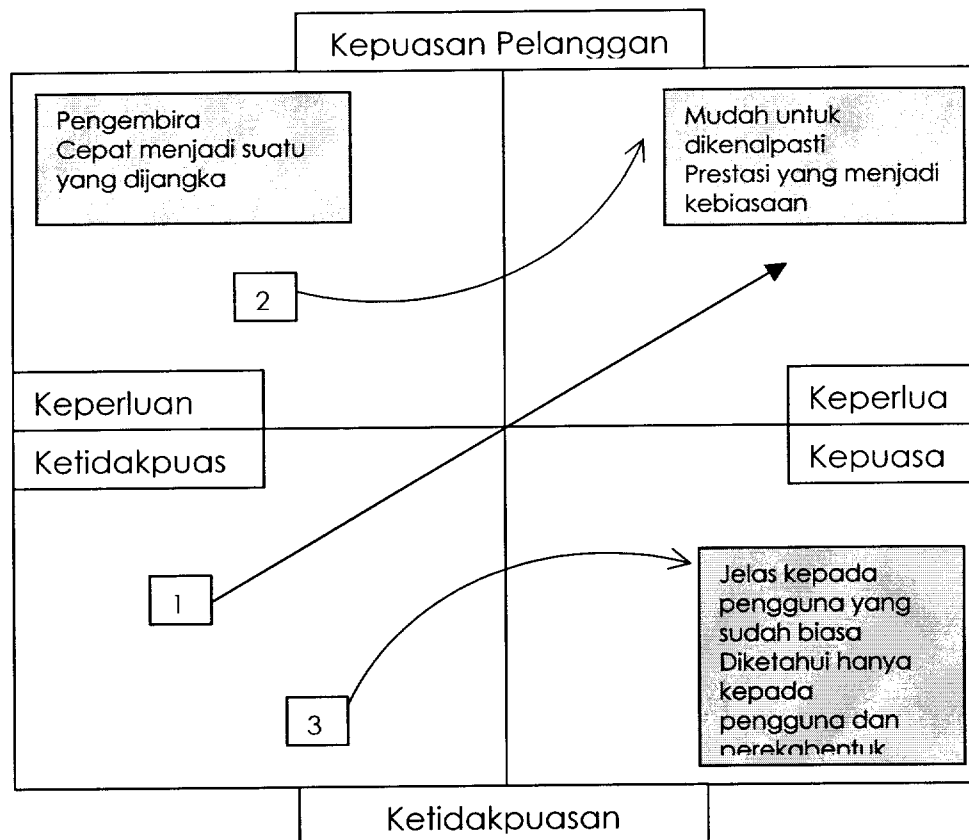
Rajah 2.2: Model Teboul

Dalam model ini, ia menunjukkan satu bulatan yang mewakili keperluan pelanggan dan segi empat sama pula mewakili aspek-aspek produk ataupun perkhidmatan yang ditawarkan oleh sesebuah organisasi. Kepuasan secara menyeluruh (total satisfaction) dicapai apabila penawaran bertemu dengan keperluan pelanggan, ataupun bulatan itu bertindih dengan segiempat sama. Matlamatnya adalah tahap prestasi yang dijangkakan itu dapat menandingi para pesaing. Kawasan yang berlorek menunjukkan kawasan kepuasan pelanggan. Manakala kawasan di luar bulatan itu pula menunjukkan kepuasan pelanggan tidak dapat dipenuhi.

Oleh yang demikian, pihak organisasi perlu mendengar pandangan dari pelanggan dan pastikan juga pemasaran, rekabentuk, pengeluaran dan proses pengagihan ini dilaksanakan seperti yang dijangkakan oleh pelanggan.

Selain daripada itu terdapat juga model Kano (Besterfield et al., 1995) dalam rajah di bawah yang dapat menerangkan kepuasan pelanggan secara konseptual. Model ini menggambarkan tiga kawasan utama kepuasan pelanggan iaitu:

- i. Keperluan secara eksplisit
- ii. Keperluan atau kehendak yang menggambarkan inovasi
- iii. Keperluan secara tersirat.



Rajah 2.3: Model Kano

2.4.1 Keperluan secara eksplisit

Keperluan ini telah dinyatakan secara bertulis dan mudah dikenal pasti. Ia dijangka dapat dipenuhi oleh sesebuah organisasi. Keperluan ini mudah dipenuhi sekiranya keperluan pelanggan hanya berdasarkan ini sahaja. Contohnya kereta Perodua Kancil menjimatkan penggunaan minyak.

2.4.2 Suatu yang menggambarkan inovasi.

Kehendak yang tidak dijangka akan dipenuhi oleh organisasi dan ini akan menceriaikan pelanggan (customer delight). Ia menonjolkan suatu idea yang kreatif dalam memuaskan hati pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak berpindah ke organisasi lain. Jika kehendak ini disediakan akan menambahkan lagi tingkat kepuasan pelanggan, jika berlaku sebaliknya ia tidak akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Contohnya air disediakan kepada pelanggan sementara giliran tiba untuk menggunting rambut.

2.4.3 Keperluan secara tersirat

Suatu keperluan yang dijangkakan dari pembelian barangan ataupun perkhidmatan. Pelanggan menganggapkan suatu keperluan itu disediakan secara automatik tanpa memberitahu apa yang dikehendaki. Jika sesebuah organisasi itu menyediakan apa yang diperlukan, kepuasan tidak akan ditingkatkan tetapi jika tidak disediakan akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan terhadap organisasi tersebut. Contohnya kantin yang tidak menyediakan kemudahan untuk pelajar membersihkan diri selepas makan. Sememangnya ini akan cuba dipenuhi oleh pihak kantin, tetapi jika keperluan

ini tiada akan menyebabkan pelanggan mencari alternatif ataupun menimbulkan bantahan kepada pihak pengusaha.

Model Kano ini menjelaskan keperluan dan kehendak pelanggan dari tiga situasi yang mana akan memberi kesan terhadap kepuasan pelanggan. Ia juga penting kepada sesebuah organisasi dalam mengekalkan pelanggan dan menarik pelanggan yang berpotensi ke organisasi mereka.

Goetsch dan Devis (1995) telah menjelaskan beberapa konsep yang perlu difahami berkaitan kepuasan pelanggan iaitu:

- i. Pelanggan adalah penting bagi semua jenis perusahaan, pihak awam ataupun swasta. Jika tiada pelanggan, maka tiadalah pengusaha.
- ii. Kepuasan pelanggan bukan hanya memberi pulangan kepada perniagaan tetapi juga memberi kesan yang positif terhadap pengiklanan.
- iii. Ketidakpuasan pelanggan pula menjadi pesaing dalam perniagaan dan memberi kesan yang negatif kepada pengiklanan.
- iv. Walaupun sesebuah perusahaan itu mempunyai persaingan yang terhad, namun pelanggan yang tidak berpuashati tetap akan mencari perlindungan.
- v. Pelanggan hanya boleh memberi penilaian akhir ke atas kualiti dan nilai produk ataupun perkhidmatan.
- vi. Pelanggan dalaman juga perlu mendapat perhatian yang sama seperti pelanggan luaran dalam memperoleh kepuasan.
- vii. Apabila sesebuah perusahaan itu menyenaraikan objektif-objektif utamanya, kepuasan pelanggan secara keseluruhan mestilah di tempat yang pertama dalam senarai tersebut.

Hasil dari pembacaan penyelidikan kebanyakan penyelidikan di luar negara mengkaji berkenaan aspek atau konsep kepuasan pelanggan yang jitu. Kajian yang memfokuskan kepada kepuasan pelanggan terhadap sesuatu produk perkhidmatan adalah kurang. Namun begitu, terdapat beberapa kajian yang hampir dengan kajian yang dijalankan oleh penyelidik.

2.5 Kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan.

Mengenalpasti keperluan pelanggan adalah suatu yang diperlukan bagi setiap organisasi perkhidmatan yang ingin memuaskan hati pelanggan (Kaynak, 1989). Walaubagaimanapun, penentuan keperluan pelanggan adalah amat sukar. Ini adalah kerana ia berubah-ubah mengikut citarasa sendiri.

Mohr dan Bitner (1985) melihat kepuasan pelanggan dari segi persepsi pekerja ke atas transaksi yang dijalankan. Kajian ini dilakukan dalam bentuk penerokaan dan eksperimen. Hasil kajian menunjukkan bahawa suatu persepsi usaha itu mempunyai hubungan yang positif ke atas kepuasan pelanggan. Kepuasan tidak akan menurun sekiranya organisasi mengawal transaksi yang dijalankan. Ini menunjukkan bahawa pelanggan menghargai setiap usaha pekerja. Namun begitu, jika pelanggan tidak memperolehi seperti yang diinginkan, maka pelanggan tidak melihat suatu usaha itu sebagai sesuatu yang bernilai.

Menurut Bartram dan Bartram (1993), dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sesebuah organisasi perlulah menawarkan pelbagai produk atau perkhidmatan yang berkualiti seperti kualiti makanan dalam kantin atau di lapangan terbang, kadar faedah yang dikenakan atau aspek akaun kredit bagi perbankan. Selain itu ada juga yang melihat pada kemudahan tuntutan insuran, masa penerbangan udara dan pertanyaan

melalui telefon. Faktor-faktor ini bergantung kepada jenis aktiviti-aktiviti sesebuah organisasi.

Perkin (1993) dalam satu kajiannya melihat kepuasan pelanggan dari tiga aspek iaitu:

- i. Ciri-ciri operasi. Ia melibatkan elemen ketersediaan bahan mentah, penghantaran pada yang ditetapkan, harga dan kredit.
- ii. Dari segi perkhidmatan. Aspek ini dihubungkan terus dengan jurujual, iaitu berkaitan dengan sokongan teknikal, perkhidmatan jualan dan pembangunan produk lini.
- iii. Dari aspek produk itu sendiri, iaitu kualiti teknikal, kebolehpercayaan dan rekabentuk.

Perkin (1993) telah membandingkan persepsi antara pembeli, pengedar dan jurujual terhadap ketiga-tiga aspek di atas yang dikaji ke atas pembekal. Kajian ini mendorong ke arah menguji pengetahuan organisasi terhadap pelanggan, aliran (trend) kepuasan pelanggan dan peningkatan produk dan perkhidmatan. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa ketiga-tiga kumpulan iaitu pembeli, pengedar dan jurujual berpuashati terhadap produk dan perkhidmatan yang ditawarkan oleh pembekal berbanding pesaing yang lain. Namun begitu, dapatan kajian menunjukkan bahawa pembeli dan penjual kurang berpuashati terhadap operasi pembekal.

2.6 Kesimpulan

Bab ini mengulas beberapa konsep dan teori yang berkaitan dengan tajuk kajian. Ini membolehkan penyelidik memahami apa yang dijalankan dengan lebih mendalam. Selain itu, kajian-kajian yang telah dijalankan oleh beberapa penyelidik sama ada dalam atau luar negara dapat membantu untuk menentukan elemen-elemen yang sesuai digunakan dalam kajian.

BAB 3

METODOLOGI

3.1 Definisi Kajian

3.1.1 Kualiti Pengurusan

Kualiti bermaksud sesuatu produk atau perkhidmatan yang memberi tahap kepuasan yang diperlukan dan diharapkan dalam penggunaan sesuatu barangan atau perkhidmatan. Konsep kualiti ini juga disebut sebagai konsep kualiti daripada perspektif pengguna atau '*Quality in perception*'.

3.1.2 Pengguna/Pelajar

Istilah pengguna sering digunakan untuk menerangkan dua jenis entiti pengguna yang berbeza iaitu pengguna personal dan pengguna organisasi. Pengguna personal adalah pengguna yang memberi barang atau perkhidmatan untuk kegunaan sendiri. Pengguna organisasi meliputi perniagaan berasaskan keuntungan dan juga bukan keuntungan. Mereka terpaksa membeli barang untuk menjalankan perkhidmatan mereka. Oleh itu pengguna kantin sekolah adalah digolongkan sebagai pengguna personal berdasarkan definisi tersebut.

3.1.3 Kantin

Istilah kantin didefinisikan sebagai sebuah restoran (terutamanya di kilang atau di kolej) di mana pelanggan mengambil makanan mereka di kaunter menggunakan dulang. Kantin adalah sebagai sebuah tempat awam di mana makanan boleh dibeli dan dimakan. Kantin dikelaskan dalam institusi "food service" kerana perkhidmatan dan penjualan makanan.

3.1.4 Kepuasan Pelanggan

Ianya merujuk kepada keseimbangan antara jangkaan dan pencapaian pelanggan terhadap apa yang diinginkan dari sesuatu produk atau perkhidmatan. Pelanggan kebiasaannya merujuk kepada nilai yang terdapat dalam diri mereka terhadap sesuatu produk atau perkhidmatan. Salah satu kunci kepada perkhidmatan pengguna yang berkualiti ialah melihat sesuatu perkara itu dari sudut penilaian pengguna. Oleh itu salah satu cara bagi kita mudah memahami kehendak pengguna ialah menganggap kita adalah pengguna.

3.2 Rekabentuk kajian

Kajian ini adalah kajian yang berbentuk kuantitatif. Menurut Gay (1996) kajian yang berbentuk kuantitatif digunakan untuk mencari perhubungan di antara pembolehubah-pembolehubah yang dikaji dan juga digunakan untuk menerangkan sesuatu keadaan yang dikaji. Oleh kerana objektif kajian ini adalah berbentuk perhubungan antara pembolehubah bebas dan bersandar. Ia akan mengkaji sejauh manakah perkaitan antara pembolehubah bersandar dengan pembolehubah bebas. Ia berasaskan kepada persepsi sepenuhnya responden terhadap faktor-faktor yang dikaji dalam konteks persekitaran kantin.

3.3 Responden kajian

3.3.1 Latarbelakang Daerah Kerian

Daerah pentadbiran Pejabat Pendidikan Daerah Kerian (PPD) Daerah Kerian yang mengandungi 14 buah sekolah, iaitu 13 buah sekolah menengah dan sebuah sekolah menengah teknik. Kawasan bandar Parit Buntar mempunyai 4 buah sekolah menengah.

3.3.2 Pemilihan Sampel

Kajian adalah dilaksanakan terhadap pelajar di sekolah menengah di kawasan Parit Buntar sahaja. Jumlah populasi pelajar sekolah adalah seperti jadual dibawah. Penyelidik telah menetapkan bahawa hanya pelajar tingkatan 4 dan tingkatan 2 sahaja yang akan dipilih kerana kelas tersebut tidak terlibat dengan peperiksaan awam. Oleh itu seramai 120 orang telah dipilih secara rawak sebagai sampel.

Sekolah	Bil pelajar	Bil Sampel (15%)
SMK Panglima Bukit Gantang	188	28
SMK Seri Perak	174	26
SM Methodist	165	25
SMK Kerian	269	40
Jumlah	796	119

Jadual 3.1: Sekolah dan Pelajar

3.4 Kaedah Pengumpulan Data

Kajian adalah berdasarkan kepada dua sumber data iaitu data sekunder dan data primer. Data primer ini di dapati daripada borang soal selidik yang diedarkan kepada responden yang terlibat. Sementara data sekunder seperti bilangan sekolah dan pelajar di dapatkan daripada Sistem Maklumat Pengurusan Pendidikan (EMIS) yang terdapat di Pejabat Pendidikan Daerah Kerian.

Untuk melaksanakan rancangan ini penyelidik telah mendapatkan kebenaran daripada bahagian Perancangan dan Penyelidikan, Kementerian Pendidikan Malaysia dan Pejabat Pendidikan Daerah Kerian.

3.5 Instrumen Kajian

Soal Selidik yang digunakan adalah dibangunkan sendiri oleh penyelidik. Soal selidik ini menggunakan Kaedah skala likert. Kaedah Skala Likert digunakan untuk mentaahir sampel yang banyak. Skala ini meminta responden memberi jawapan terhadap pernyataan yang diberi mengikut skala berikut:

Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Jadual 3.2: Skala Likert

Jawapan yang diberi oleh responden dapat dikelompokkan dalam kategori bersetuju, tidak pasti atau tidak bersetuju. Setelah analisis butiran tersebut, skor keseluruhan akan menunjukkan skor bagi subjek. Dengan menggunakan analisis faktor beberapa skor dalam sub skala akan didapati. Melalui pendekatan kaedah likert ini, analisis butiran dibuat dengan tujuan untuk mendapat butiran yang manakah menjadi perbezaan di antara subjek tersebut.

3.6 Pra Ujian

Satu penyelidikan rintis telah dijalankan untuk menguji keboleh percayaan soal selidik sebelum diuji di lapangan. Ini bertujuan untuk menentukan kesesuaian soalan dengan keadaan responden dan kefahaman mereka. Penyelidikan ini juga untuk menentukan perancangan dan peraturan dapat dipraktiskan atau tidak. Selain itu ia juga untuk menentukan anggaran kos penyelidikan, masa digunakan untuk responden menjawab soalan dan jangka masa yang diperlukan untuk menamatkan kerja lapangan. Kajian rintis ini telah dijalankan ke atas 30 orang pelajar sekolah

memengah di daerah Kubang Pasu, Kedah. Hasil dari penganalisan itu didapati darajah keboleh percayaan borang soal selidik yang digunakan boleh diterima berdasarkan Sekaran (1992).

Bil	Pembolehubah	Bil Responden	Jumlah Soalan	Nilai Alpha
1	Kepuasan Pelanggan	30	5	0.6214
2	Harga	30	8	0.6083
3	Layanan	30	8	0.6321
4	Kebersihan dan keceriaan	30	8	0.6540
5	Peralatan dan kelengkapan	30	8	0.6525
6	Jenis dan kualiti makanan	30	8	0.6458
	Keseluruhan	30	45	

Jadual 3.3: Nilai Cronbach Alpha

3.7 Pentadbiran Soal Selidik

Soal selidik tersebut telah diberi kepada pelajar pada tahun 1999. Sebelum pelajar menjawab soal selidik yang disediakan, pengkaji telah menerangkan tujuan dan objektif kajian tersebut. Untuk mendapatkan kerjasama dan mendapatkan satu hasil yang sah dan boleh dipercayai, semua responden diminta menjawab dengan jujur dan ikhlas. Di samping itu responden telah dibeitahu bahawa jawapan yang diberikan oleh mereka adalah sesuatu yang sulit dan digunakan untuk kepentingan kajian ini sahaja. Responden dikehendaki menjawab semua soalan dalam masa 45 minit.

3.8 Analisis dan Intepretasi Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan perisian SPSS 9.01. Penganalisan data terbahagi kepada analisis deskriptif dan statistik inferensi. Statistik deskriptif digunakan kerana data yang dihasilkan dapat dianggap sebagai ringkasan daripada keseluruhan set data. Ia juga dapat memberi maklumat secara

langsung dan mudah. Antara analisis yang dilakukan adalah min skor, peratus, kekerapan, min dan sisihan piawai. Analisis ini akan digunakan untuk menunjukkan komposisi responden serta ciri-ciri demografi yang lain seperti jantina, umur, kaum, pekerjaan ibu bapa, jumlah wang dibawa ke sekolah dan jumlah wang yang dibelanjakan disekolah.

Statistik inferensi yang digunakan di dalam kajian ini ialah korelasi Pearson, ujian T, analisis varian sehala dan regresi berganda. Kaedah-kaedah ini akan menguji kesemua faktor peramal pencapaian kajian yang akan digunakan. Korelasi Pearson digunakan untuk menguji faktor-faktor kepuasan pelanggan yang terdiri daripada pembolehubah-pembolehubah bebas dari segi harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan kualiti menu makanan. Ujian T digunakan untuk menganalisis yang melibatkan perbandingan antara skor min pada dua kumpulan iaitu jantina. Kaedah analisis varian sehala digunakan untuk mendapatkan pebandingan di antara min skor bagi lebih daripada dua kumpulan. Tujuannya untuk mencari perbezaan antara kaum, umur, pekerjaan ibu bapa, jumlah wang yang dibawa ke sekolah dan jumlah wang yang dibelanjakan di sekolah.

Ujian analisis regresi berganda pula digunakan bagi melihat sumbangan pembolehubah-pembolehubah bebas (harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan jenis makanan dan minuman) yang dipilih dengan pembolehubah bersandar (Kepuasan Pelanggan). Analisis ini akan dapat mengenalpasti kekuatan pembolehubah bebas yang paling dominan dengan mengkaji nilai "R" yang dicatatkan. Aras signifikan 0.05 ($P < 0.05$) telah ditetapkan untuk analisis kajian ini. Aras signifikan ini secara umumnya diterima didalam membuat keputusan statistikal oleh kebanyakan pengkaji (Sekaran, 1992).

3.9 Kesimpulan

Dalam kajian ini penyelidik menggunakan teknik pengumpulan data secara kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah satu kaedah yang memberi tumpuan pada pengalaman, pendapat dan pandangan daripada individu yang terlibat secara langsung dengan masalah yang dikaji. Kaedah ini digunakan oleh penyelidik kerana mampu mengukur reaksi dan tindak balas daripada subjek kepada jumlah soal selidik yang disediakan. Pendekatan kuantitatif ini juga dapat menganalisis masalah yang dikaji dengan ringkas dan padat. Penyelidik juga berharap kajian yang akan dijalankan terhadap kualiti pengurusan kantin dan persepsi kepuasan pelanggan adalah amat kurang. Adalah diharapkan kajian ini dapat membantu meningkatkan kualiti pengurusan kantin di daerah Kerian khasnya di kawasan Parit Buntar.

BAB 4

DAPATAN KAJIAN

4.1 Pendahuluan

Data yang diperolehi daripada soal selidik dianalisis dan dikemukakan dalam bab ini. Keputusan yang diperolehi adalah berdasarkan pentafsiran yang dilakukan ke atas jawapan responden. Analisis data dibuat melalui tiga bahagian utama iaitu membincangkan mengenai pengujian kebolehpercayaan instrumen kajian (reliability), yang kedua menghuraikan maklum balas responden terhadap pembolehubah-pembolehubah kajian dan yang terakhir ialah kajian untuk melihat perbezaan dan perhubungan antara pembolehubah kajian dengan menggunakan kaedah analisis varian sehala, (ANOVA), ujian-t, korelasi Pearson dan regresi berganda disamping beberapa pengujian asas mengenai kekuatan min dan taburan kekerapan.

4.2 Analisis Ujian Kebolehpercayaan

Ujian koefisien kebolehpercayaan (Cronbach Alpha) telah dilakukan untuk mengukur kebolehpercayaan sebenar instrumen kajian. Secara keseluruhannya, instrumen kajian menunjukkan kebolehpercayaan yang baik dan kuat. Item-item yang mengukur pembolehubah faktor harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan kelengkapan, jenis makananan dan minuman dan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai alpha yang melebihi 0.6. Ini bertepatan dengan saranan Sekaran, 1992 yang menjelaskan bahawa-item-item yang melebihi 0.6 kekuatan alphanya merupakan item-item yang baik dan boleh diterima.

Dari segi nilai Cronbach alpha keseluruhan instrumen kajian ini ialah 0.89. Maklumat yang lebih jelas mengenai ujian kebolehpercayaan Cronbach Alpha ini ditunjukkan melalui Jadual 4.1 di bawah ini.

4.2.1 Keputusan Ujian Kebolehpercayaan (Cronbach Alpha) Instrumen Kajian

Pembolehubah	Jumlah Item	Cronbach Alpha
Harga	8	0.7737
Layanan	8	0.7305
Kebersihan dan Keceriaan	8	0.6961
Peralatan dan Kelengkapan	8	0.06256
Menu Makanan	8	0.8436
Kepuasan Pelanggan	5	0.6558
Alpha Keseluruhan	40	0.9424

Jadual 4.1: Keputusan Pra Ujian Kebolehpercayaan

4.3 Skor Pembolehubah Kajian

		HARGA	LAYANAN	KEBERSIHAN	PERALATAN DAN KELENGKAPAN	MENU & KUALITI MAKANAN	KEPUASAN PELANGGAN
N	Valid	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.1093	3.6973	3.9369	4.2653	3.7798	3.7279
Median		3.1400	3.6300	4.0000	4.2900	3.8800	3.7000
Mode		3.14	3.50	4.00	4.14	4.00	3.60
Std. Deviation		.3787	.3581	.3515	.3741	.4695	.2908
Variance		.1434	.1282	.1236	.1399	.2204	8.454E-02
Range		1.86	1.75	1.75	2.00	2.25	1.56
Minimum		2.14	2.88	2.88	3.00	2.50	3.00
Maximum		4.00	4.63	4.63	5.00	4.75	4.56

Jadual 4.2: Analisis Pembolehubah Kajian

Keputusan pengujian kajian di atas dihuraikan satu persatu, untuk melihat taburan skor setiap pemboleubah yang dikaji. Taburan skor boleh dianalisis melalui statistik deskriptif iaitu yang berkaitan dengan taburan kekerapan jawapan, min, median, skor

julat dan sisihan piawai. Skor ini memberi maklum balas responden terhadap pembolehubah-pembolehubah kajian seperti yang ditunjukkan di dalam Jadual 4.2 di atas. Analisis min contohnya boleh dijadikan ukuran dalam mengenalpasti objektif kajian terutama dalam penilaian paras kepuasan pelanggan, kepuasan harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan kelengkapan dan menu makanan dari maklum balas responden samada tinggi, sederhana atau rendah.

4.4 Pengujian Pembolehubah Kajian

Pengujian hasil kajian yang dilaksanakan adalah dengan menggunakan kaedah analisis varian sehala (ANOVA), ujian-t, korelasi Pearson, regresi berganda di samping pengaruh min dan taburan kekerapan. Tahap signifikan yang ditetapkan dalam kajian ini ialah $P < 0.05$.

4.4.1 Hubungan Perbezaan Di Antara Jantina Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin

Pengujian penyelidikan ini dilakukan dengan kaedah ujian-t seperti yang dipamirkan melalui Jadual 4.3 dibawah.

t-Test: Two-Sample Assuming Equal Variances		
	LELAKI	PEREMPUAN
Mean	3.6408163	3.721126761
Variance	0.1332993	0.106832998
Observations	49	71
Pooled Variance	0.117599	
Hypothesized Mean Difference	0	
df	118	
t Stat	-1.260976	
P(T<=t) one-tail	0.1049025	
t Critical one-tail	1.6578701	
P(T<=t) two-tail	0.2098049	
t Critical two-tail	1.9802701	

Jadual 4.3: Keputusan Ujian T

Ujian T membuktikan bahawa jantina bukanlah faktor yang dominan dalam mempengaruhi perbezaan dengan tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin di kalangan pelajar. Ini disebabkan dapatan tersebut, menjelaskan bahawa tidak terdapat perbezaan hubungan kedua-kedua pembolehubah yang tidak signifikan kerana nilai P nya adalah 0.21 untuk lebih besar daripada 0.05. Ini bermakna kategori jantina tidaklah memberi apa-apa mesej terhadap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin seorang pelajar sama ada bagi lelaki atau perempuan.

4.4.2 Hubungan Perbezaan Di Antara Jenis Kaum Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin

Pengujian penyelidikan ini dilakukan dengan kaedah analisis varian sehala (ANOVA) seperti yang dipamirkan melalui Jadual 4.4 dibawah.

KEPUASAN PELANGGAN

Anova: Single Factor

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
MELAYU	61	229.8	3.767213115	0.136240437
CINA	42	149.4	3.557142857	0.061533101
INDIA	17	63.4	3.729411765	0.139705882

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	1.131089177	2	0.565544588	5.116436912	0.007409889	3.073765242
Within Groups	12.93257749	117	0.11053485			
Total	14.06366667	119				

Jadual 4.4: Keputusan Ujian Anova untuk jenis kaum

Analisis ini menunjukkan bahawa jenis kaum pelajar mempunyai perbezaan yang disignifikan dari segi tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin kerana nilai $F=5.12$ lebih besar dari F kritikal= 3.07 ataupun nilai P nya ialah 0.007 kecil

daripada 0.05. Dapatan ini membuktikan bahawa jenis kaum mempunyai tahap kepuasan pelanggan yang berbeza terhadap perkhidmatan kantin.

4.4.3 Hubungan Perbezaan Di Antara Umur Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin

Pengujian penyelidikan ini dilakukan dengan kaedah ujian ANOVA seperti yang dipamirkan melalui Jadual 4.5 dibawah.

Anova: Single Factor

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
15 THN	5	17.8	3.56	0.108
16 THN	102	377.6	3.701960784	0.121778295
17 THN	13	47.2	3.630769231	0.098974359

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	0.144366516	2	0.072183258	0.606743233	0.546829433	3.073765242
Within Groups	13.91930015	117	0.118968377			
Total	14.06366667	119				

Jadual 4.5: Keputusan Ujian Anova untuk umur

Analisis ini menunjukkan bahawa umur pelajar tidak mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin kerana nilai $F=0.606$ lebih kecil dari F kritikal $=3.07$ ataupun nilai P nya ialah 0.547 lebih besar dari 0.05 . Ini menunjukkan tiada perbezaan terhadap tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin dari segi umur.

4.4.4 Hubungan Perbezaan Di Antara Pekerjaan Penjaga Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin

Pengujian penyelidikan ini dilakukan dengan kaedah ujian ANOVA seperti yang dipamirkan melalui Jadual 4.6 dibawah.

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
PETANI	18	68.2	3.7888889	0.1245752
NELAYAN	1	3.8	3.8	#DIV/0!
KERAJAAN	30	113.2	3.7733333	0.1289195
SWASTA	17	62	3.6470588	0.1526471
KILANG	5	19	3.8	0.12
LAIN	49	176.4	3.6	0.0916667

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	0.8848693	5	0.1769739	1.5308695	0.1857224	2.2939091
Within Groups	13.178797	114	0.1156035			
Total	14.063667	119				

Jadual 4.6: Keputusan Ujian Anova untuk pekerjaan penjaga

Analisis ini menunjukkan bahawa pekerjaan penjaga pelajar tidak mempunyai perbezaan yang disignifikan dari segi tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin kerana nilai $F=1.53$ lebih kecil dari F kritikal $=2.29$ ataupun nilai P nya ialah 0.186 lebih besar dari 0.05 . Ini menunjukkan tiada perbezaan terhadap tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin dari pekerjaan penjaga pelajar.

4.4.5 Hubungan Perbezaan Di Antara Duit Yang Dibawa Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin

Pengujian penyelidikan ini dilakukan dengan kaedah ujian ANOVA seperti yang dipamirkan melalui Jadual 4.7 dibawah.

Anova: Single Factor

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
KRG RM0.50	3	11	3.6666667	0.0133333
RM0.55-RM1.00	36	133.2	3.7	0.1497143
RM1.05-RM1.50	23	85	3.6956522	0.1413439
RM1.55-RM2.00	44	164.4	3.7363636	0.0981818
LBH RM2.00	14	49	3.5	0.0661538

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	0.6056166	4	0.1514042	1.2937593	0.2766286	2.4505695
Within Groups	13.45805	115	0.1170265			
Total	14.063667	119				

Jadual 4.7: Keputusan Ujian Anova untuk jumlah duit dibawa

Analisis ini menunjukkan bahawa jumlah duit yang dibawa oleh pelajar tidak mempunyai perbezaan yang disignifikan dari segi tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin kerana nilai $F=1.29$ lebih kecil dari F kritikal $=2.45$ ataupun nilai P nya ialah 0.277 lebih besar dari 0.05 . Ini menunjukkan tiada perbezaan terhadap tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin dari segi jumlah duit yang dibawa oleh pelajar..

4.4.6 Hubungan Perbezaan Di Antara Duit Yang Dibelanja oleh Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin

Pengujian penyelidikan ini dilakukan dengan kaedah ujian ANOVA seperti yang dipamirkan melalui Jadual dibawah.

Anova: Single Factor

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
KRG RM0.50	21	76	3.6190476	0.107619
RM0.55-RM1.00	47	176.4	3.7531915	0.1534135
RM1.05-RM1.50	36	132.8	3.6888889	0.0993016
RM1.55-RM2.00	15	53.6	3.5733333	0.0620952
LBH RM2.00	1	3.8	3.8	#DIV/0!

ANOVA

Source of Variation	SS	df	MS	F	P-value	F crit
Between Groups	0.5093755	4	0.1273439	1.0804362	0.369545	2.4505695
Within Groups	13.554291	115	0.1178634			
Total	14.063667	119				

Jadual 4.8: Keputusan Ujian Anova untuk jumlah duit dibelanja

Analisis ini menunjukkan bahawa jumlah duit yang dibelanja oleh pelajar tidak mempunyai perbezaan yang disignifikan dari segi tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin kerana nilai $F=1.080$ lebih kecil dari F kritikal $=2.46$ ataupun nilai P nya ialah 0.369 lebih besar dari 0.05 . Ini menunjukkan tiada perbezaan terhadap tahap kepuasan pelanggan perkhidmatan kantin dari segi jumlah duit yang dibawa oleh pelajar.

4.4.7 Perhubungan Di Antara Faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan dan Jenis dan Kualiti Makanan.

Keputusan Ujian Korelasi Pearson seperti yang terdapat pada jadual 4.11 menunjukkan nilai r bagi setiap pembolehubah.

Correlations

		KEPUASAN PELANGGAN	HARGA MAKANAN	LAYANAN	KEBERSIHAN DAN KECERIAAN	PERALATAN DAN KELENGKAPAN	JENIS MAKANAN
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	1.000	.331**	.520**	.433**	.568**	.453**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120
HARGA MAKANAN	Pearson Correlation	.331**	1.000	.181*	.066	.064	.173
	Sig. (2-tailed)	.000		.048	.472	.488	.058
	N	120	120	120	120	120	120
LAYANAN	Pearson Correlation	.520**	.181*	1.000	.407**	.346**	.322**
	Sig. (2-tailed)	.000	.048		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120
KEBERSIHAN DAN KECERIAAN	Pearson Correlation	.433**	.066	.407**	1.000	.355**	.313**
	Sig. (2-tailed)	.000	.472	.000		.000	.001
	N	120	120	120	120	120	120
PERALATAN DAN KELENGKAPAN	Pearson Correlation	.568**	.064	.346**	.355**	1.000	.386**
	Sig. (2-tailed)	.000	.488	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120
JENIS MAKANAN	Pearson Correlation	.453**	.173	.322**	.313**	.386**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.058	.000	.001	.000	
	N	120	120	120	120	120	120

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

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

Jadual 4.9: Keputusan Ujian Korelasi

Menurut Mohd. Majid Konting (1990) hubungan antara pembolehubah-pembolehubah dikatakan sangat teguh sekiranya pekali korelasi menghampiri 1 atau – 1. Menurut Sekaran (1992) pula, nilai pekali korelasi r boleh dikelaskan kepada 5 kumpulan iaitu dari tahap hubungan yang kuat kepada hubungan yang sangat lemah. Jadual dibawah menunjukkan nilai pekali korelasi.

Nilai pekali korelasi	Kekuatan Hubungan
0.01-0.09	Sangat Lemah
0.10-0.29	Lemah
0.30-0.49	Sederhana kuat
0.50-0.69	Kuat
0.70-1.00	Sangat kuat

Jadual 4.10: Petunjuk kekuatan hubungan nilai pekali korelasi

Hasil daripada ujian korelasi ini dapat dikatakan bahawa hubungan antara pembolehubah bebas seperti faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan dan Menu dan kualiti makanan dengan kepuasan pelanggan adalah seperti berikut

Pembolehubah	Nilai Pekali Korelasi	Kekuatan hubungan
Harga	0.331	Sederhana kuat
Layanan	0.520	Kuat
Kebersihan	0.433	Sederhana Kuat
Peralatan dan Kelengkapan	0.568	Kuat
Menu dan kualiti makanan	0.453	Sederhana kuat

Jadual 4.11: Kekuatan hubungan nilai pekali korelasi

4.4.8 Penentuan Peramal Diantara Faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan dan Jenis dan Kualiti Makanan ke atas tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin.

Dalam pengujian dapatan ini, analisis regresi (Multiple Regression) telah digunakan dalam menentukan pembolehubah-pembolehubah manakah yang boleh dijadikan peramal ke atas tahap kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin.

SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.733969568
R Square	0.538711326
Adjusted R Square	0.518479367
Standard Error	0.238552104
Observations	120

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	5	7.576256524	1.515251305	26.62675012	9.49208E-18
Residual	114	6.487410142	0.056907107		
Total	119	14.06366667			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95.0%</i>	<i>Upper 95.0%</i>
Intercept	-0.186327539	0.346768924	-0.537324791	0.592090559	-0.873274401	0.500619322	-0.873274401	0.500619322
HARGA	0.208717115	0.059929675	3.482700624	0.00070488	0.089996841	0.32743739	0.089996841	0.32743739
LAYANAN	0.238964312	0.070555903	3.386879091	0.000970827	0.099193552	0.378735073	0.099193552	0.378735073
BERSIH	0.139299274	0.071305637	1.953552049	0.053204198	-0.001956705	0.280555252	-0.001956705	0.280555252
PERALATAN JENIS DAN KUALITI MAKANAN	0.322953662	0.06539953	4.938164891	2.72204E-06	0.193397642	0.452509683	0.193397642	0.452509683
	0.110480553	0.052713852	2.095854293	0.038308125	0.006054773	0.214906332	0.006054773	0.214906332

Jadual 4.12: Analisis Regresi

Keputusan Ujian regresi berganda yang terdapat di dalam jadual 4.12 di atas menunjukkan keempat-keempat pembolehubah-pembolehubah mempunyai pengaruh sebanyak 53.9% dalam peratus tahap kepuasan pelajar terhadap perkhidmatan kantin dan merupakan peramal yang signifikan kerana nilai P nya 9.49×10^{-18} iaitu amat

kecil berbanding dengan 0.05. Analisis secara berasingan pula menunjukkan hanya empat sahaja daripada pembolehubah-pembolehubah yang dibina mempunyai pengaruh yang signifikan kerana nilai P lebih kecil dari 0.05. Pembolehubah-pembolehubah ini ialah harga (($P=0.0007$), Layanan ($P=0.0009$) dan peralatan dan kelengkapan ($P=0.0000$) dan jenis dan kualiti makanan ($P=0.038$)

4.5 Kesimpulan

Keputusan analisis ke atas semua persoalan menggambarkan perhubungan dan perbezaan di antara pembolehubah. Ianya dapat diringkaskan melalui jadual 4.13 di bawah.

RUMUSAN KESELURUHAN PEMBOLEHUBAH KAJIAN

Hubungan Pembolehubah		Tahap Penerimaan
1.	Jantina Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Tidak signifikan
2.	Jenis Kaum Jantina Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Signifikan
3.	Umur Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Tidak signifikan
4.	Pekerjaan Penjaga Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Tidak signifikan
5.	Duit Yang Dibawa Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Tidak signifikan
6.	Duit Yang Dibelanja oleh Pelajar Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Tidak signifikan
7.	Faktor Harga Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Signifikan
8.	Faktor Layanan Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Signifikan
9.	Faktor Kebersihan Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Signifikan
10.	Faktor Peralatan dan Kelengkapan Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Signifikan
11.	Faktor Jenis dan Kualiti Makanan Dengan Tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Signifikan
12.	Penentuan Peramal Diantara Faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan dan Jenis dan Kualiti Makanan ke atas tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin	Signifikan

Jadual 4.13: Rumusan hasil ujian yang dijalankan

BAB 5

PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 Pendahuluan

Bab ini akan membincangkan dan membuat kesimpulan berasaskan hasil kajian mengenai kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin di sekolah bagi sekolah-sekolah di kawasan Parit Buntar. Seterusnya bab ini akan mengemukakan implikasi kajian dan cadangan penyelidikan untuk masa depan.

5.2 Perbincangan

Perbincangan di dalam bab ini akan diperturunkan seperti berikut:

- i. Mengenal pasti hubungan di antara faktor demografi seperti jantina, kaum, umur, pekerjaan penjaga, jumlah duit yang dibawa ke sekolah, jumlah duit yang telah dibelanjakan di kantin sekolah terhadap kepuasan pelanggan.
- ii. Mengenalpasti hubungan di antara faktor harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan kelengkapan dan kualiti dan jenis makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan
- iii. Meramalkan pembolehubah-pembolehubah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.2.1 Mengenal pasti hubungan di antara faktor jantina, kaum, umur, pekerjaan penjaga, jumlah duit yang dibawa ke sekolah, jumlah duit yang telah dibelanjakan di kantin sekolah terhadap kepuasan pelanggan. kantin

Kajian ini telah membuktikan objektif pertama kajian yang dibentuk iaitu dalam mengenalpasti perbezaan jantina seseorang pelajar dengan kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin . Kajian ini menunjukkan tidak terdapat perbezaan positif di antara kedua-dua pembolehubah.

Perbezaan yang tidak signifikan ini mungkin boleh dijelaskan faktor kemungkinan pertama ialah tidak terdapat perbezaan persepsi pendidikan moral di antara pelajar lelaki dan perempuan. Menurut atan Long 1991, kedua-dua golongan lelaki dan perempuan biasanya mempunyai keperluan asas yang sama, oleh itu adalah bersesuaian keputusan kajian ini mendapati tahap kepuasan pelanggan tidak berbeza di antara jantina.

Analisis mengikut kaum bagi kajian ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan dari segi kepuasan pelanggan berasaskan kaum. Ini menunjukkan kaum-kaum seperti melayu, cina, india dan lain-lain mempunyai tahap kepuasan pelanggan yang berbeza terhadap perkhidmatan kantin.

Manakala umur pula tidak menunjukkan perbezaan yang signifikan dari segi kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahawa tahap kepuasan pelanggan adalah sama antara kategori umur yang dikaji. Walaubagaimanapun hanya tiga kategori umur yang dilihat dalam kajian ini iaitu 15 tahun, 16 tahun dan 17 tahun yang boleh dikategorikan sebagai golongan remaja.

Pekerjaan bapa atau penjaga pelajar tidak menunjukkan perbezaan yang signifikan dari segi kepuasan terhadap perkhidmatan kantin. Ini menunjukkan bahawa pekerjaan ibubapa tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan anak jagaan mereka. Anak seorang petani atau anak seorang pegawai kerajaan tiada beza dari segi kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan kantin.

Jumlah duit yang dibawa atau jumlah duit yang digunakan untuk membeli makanan dan minuman di sekolah juga tidak menunjukkan sebarang hubungan dengan kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin. Pelajar yang membawa

duit yang banyak tidak ada beza kepuasan pelanggan mereka ke atas perkhidmatan kantin dengan pelajar yang membawa duit yang sedikit ke sekolah. Begitu juga dengan pelajar yang membelanjakan duit yang banyak di kantin sekolah juga tidak mempunyai beza dari segi kepuasan pelanggan dengan pelajar yang hanya membelanjakan sebahagian kecil wang mereka di kantin sekolah.

Secara keseluruhan, faktor demografi gagal menunjukkan perbezaan yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan kantin sekolah mereka.

5.2.2 Hubungan Faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan dan Jenis dan Kualiti Makanan ke atas Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin

Hasil daripada ujian korelasi di dapati bahawa semua faktor-faktor tersebut mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin. Ini bermakna bahawa faktor seperti harga makanan dan minuman, layanan peniaga terhadap pelajar semasa membeli makanan, kebersihan dan keceriaan kawasan kantin, peralatan dan kelengkapan yang digunakan untuk menyediakan dan membawa makanan adalah elemen persepsi yang akan dibuat oleh pelajar terhadap perkhidmatan kantin. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Gerson (1993) Kepuasan Pelanggan adalah persepsi pelanggan berdasarkan jangkaan nya, jika ia tepat maka kepuasan pelanggan akan diperolehi. Salah satu hubungan yang positif ini iaitu antara layanan dan kepuasan pelanggan juga boleh dirujuk daripada kepada kajian Lele dan Sheth (1987) yang menyatakan faktor komunikasi memainkan peranan yang penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh itu dapat dilihat di sini salah aspek komunikasi iaitu layanan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin. Untuk memperkukuhkan lagi dapatan kajian ini, Fields (1992)

pernah menekankan bahawa pergabungan 3 perkara iaitu kualiti, perkhidmatan dan harga dimana jika ketiga-tiga perkara tersebut bergerak sehalu maka kepuasan pelanggan dapat dipertingkatkan sekaligus.

Selain daripada itu sebahagian faktor-faktor tersebut juga mempunyai hubungan yang signifikan di antara satu sama lain. (Rujuk jadual 4.5.). Sebagai contoh faktor kebersihan dan keceriaan mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan layanan (pekali korelasi=0.40). Ini menunjukkan bahawa hubungan antara pembolehubah yang dikaji juga boleh mempengaruhi kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin. Ini menunjukkan peningkatan pencapaian kualiti perkhidmatan kantin akan mewujudkan peningkatan kepada kepuasan pelanggan.

5.2.3 Penentuan Peramal Diantara Faktor Harga, Layanan, Kebersihan dan Keceriaan, Peralatan dan Kelengkapan dan Jenis dan Kualiti Makanan terhadap tahap Kepuasan Pelanggan Perkhidmatan Kantin

Pengujian analisis dalam bab 4 mendapati objektif terakhir kajian telah terbukti dalam melihat pengaruh faktor harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan kelengkapan dan kualiti dan jenis makanan dan minuman ke atas tahap kepuasan pelanggan. Walaupun analisis regresi gagal menunjukkan dua faktor iaitu kebersihan dan keceriaan serta kualiti dan jenis makanan dan minuman sebagai peramal utama, tetapi ujian korelasi menunjukkan hubungannya yang positif dengan kepuasan pelanggan pelajar.

Daripada kajian ini di dapati faktor peralatan dan kelengkapan memainkan peranan yang besar di dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pelajar. Ini menunjukkan bahawa pelajar-pelajar sekolah yang dikaji amat mengambil berat tentang cara makanan dan minuman mereka disediakan. Walaubagaimanapun faktor ini tidak

mempengaruhi faktor kebersihan dari segi makanan dan minuman. Ini kerana faktor kebersihan dan keceriaan tidak mempunyai kesan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan kantin.

Faktor layanan juga mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan pelajar. Sebagai pelajar yang boleh dikategori sebagai remaja, hubungan sesama manusia adalah penting. Pelajar-pelajar ini amat peka dengan sikap dan layanan pekerja-pekerja kantin terhadap mereka. Di dalam majalah *Dataniaga* (1995), faktor kemanusiaan mempengaruhi perniagaan. Oleh itu peniaga atau pengusaha mestilah mementingkan aspek perhubungan dengan pelanggan untuk menyediakan perkhidmatan cemerlang setiap masa. Ini kerana faktor ini memainkan peranan yang penting terhadap kepuasan pelanggan.

Daripada analisis regresi yang dijalankan di dapati hanya 54.4% sahaja kepuasan pelanggan pelajar dipengaruhi oleh faktor harga, layanan, kebersihan dan keceriaan, peralatan dan kelengkapan dan kualiti dan jenis makanan dan minuman. Ini bermakna terdapat 43.6% lagi lain-lain faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin di sekolah

5.3 Implikasi kajian

Hasil kajian yang diperolehi membuktikan bahawa kepuasan pelanggan pelajar terhadap perkhidmatan kantin adalah bergantung dengan kuat kepada faktor harga makanan, layanan penjual dan peralatan dan kelengkapan kantin. Faktor seperti kebersihan dan keceriaan kantin sekolah serta jenis makanan dan minuman yang disediakan juga mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan pelajar. Oleh itu pihak pengurusan kantin perlu memastikan tahap faktor-faktor berkenaan adalah

semaksimum yang mungkin untuk memastikan bahawa tahap kepuasan pelajar terhadap perkhidmatan kantin adalah baik.

5.4 Cadangan penyelidikan masa hadapan

Kajian ini hanya melibatkan responden di kawasan Parit Buntar sahaja. Oleh itu dicadangkan untuk penyelidikan masa hadapan:

- i. Kajian ini dilakukan untuk semua jenis pelajar iaitu menengah rendah dan menengah atas.
- ii. Kajian ini perlu melibatkan kedua-dua jenis sekolah iaitu sekolah bandar dan sekolah luar bandar.
- iii. Kajian diperluaskan sama ada keseluruh daerah atau keseluruh negeri.
- iv. Pembolehubah-pembolehubah kajian hanya mewakili 54.4% pengaruh ke atas kepuasan pelanggan pelajar. Ini bermakna terdapat 45.6% lain-lain faktor yang mempengaruhi kepuasan pelajar terhadap perkhidmatan kantin. Oleh itu dicadangkan kajian masa hadapan mengambil kira faktor-faktor lain seperti kedudukan kantin, waktu rehat, cuaca, peranan pihak pengurusan dan sebagainya.

5.5. Kesimpulan

Keputusan kajian ini telah membuktikan bahawa harga, layanan dan kelengkapan peralatan kantin memainkan peranan penting dalam menentukan prestasi perkhidmatan kantin di kalangan pelajar. Keputusan kajian ini menunjukkan bahawa pembolehubah-pembolehubah yang dikaji perlulah diteliti oleh pihak yang melaksanakan tanggungjawab agar institusi pendidikan akan kekal sebagai institusi yang dihormati baik dari pengurusan akademiknya mahupun dari segi pengurusan pentadbiran khasnya pengurusan kantin. Ini kerana bukan sahaja aspek kurikulum yang perlu ditekan untuk memastikan kejayaan pelajar tetapi pemilihan dan

pengurusan sumber makanan yang baik juga akan menjamin pelajar yang sihat dan seterusnya membantu mereka berjaya.

BIBLIOGRAFI

BUKU

- Atan Long (1991), *Pedagogi: Kaedah Am Mengaja*, Petaling Jaya: Amiza Publishing.
- Bhote,K.R. (1996). *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Greater Profitability*. New York: AMA Membership Publications Division.
- Davies B. et al. (1999), Measuring and Managing Service Quality, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 17 Issue 1.
- Dutka,A. (1993). *AM4 Handbook for Customer Satisfaction*. USA: NTC Publishing Group.
- Gay, L.R. 1996 *Educational Research*. New Jersey: Prentice Hall.
- Gerson,G.F. (1993). *Measuring Customer Satisfaction* USA: Crisp Publication Inc.
- Kabodian, A. (1994). *The Customer is Always Right*. New Jersey: McGraw Hill
- Kajewski,R (1998), *Operational Management*, New Jersey: Prentice Hall.
- Kementerian Pendidikan Malaysia dan Kementerian Kesihatan Malaysia (1996). *Garis Panduan Kantin Sekolah*, KL: DBP
- Kotler,P. (1996). *Marketing Management*. New Jersey: McGraw Hill.
- Lau Too Kya dan Zainuddin Awang (1994). *Statistik Asas JTM* Kuala Lumpur:Fajar Bakti Sdn Bhd.
- Lele, M.M. dan Sheth,J.N. (1987). *The Customer is Key*. USA: John Wiley & Sons,Inc.
- Lewis, B. (1995), *Customer Care in Services: Understanding Services Management*, Chichester: Wiley & Sons
- Lovelock, P (1996), *Tips for Excellent Customer Service*. Great Britain: Pitman Publishing.
- Manson, E.J. dan Bramble.W.J. (1989). *Understanding and Condustring Research* (2nd ed.). Singapore: McGraw Hill.

- McNealy,R.M. (1994). *Making Customer Satisfaction Happen: A Strategy for Delighting Customer*. USA: Chapman & Hall.
- Mudie,P. dan Cottam,A. (1993). *The Management and Marketing of Service*.Great Britain: Butterworth-Heinemann Ltd.
- Omardin Ashaari, (1996), *Pengurusan Sekolah: Satu Panduan Lengkap*, KL: Utusan Publication.
- Peel, M. (1987). *Customer Service: How to Achieve Total Customer Satisfaction*. Great Britain: Kogan Page Ltd.
- Rahim Abdullah (1995), *Pengurusan Sekolah*. KL:DBP
- Sekaran,U. (1992). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Stebbing, L. (1990), *Quality Management in the Service Industry*, Ellis Horwood, Chichester.

JURNAL

- Abdul Wahab Abd. Ghani. (1995). Pemikiran Awal Tentang Aplikasi Pengurusan Kualiti Menyeluruh Dalam Pengurusan Sekolah, *Jurnal Pengurusan Pendidikan*. KL:IAB
- Anderson E.W. et al. (1994). Customer Satisfaction, Market Share and Profitability: Finding from Sweden. *Journal of Marketing*.
- Anderson,D. (1988). Customer Service: The Key To Lasting Success. *Capacity Management Review*.
- Anderson,W.T. (1991). Is the Purpose of the Organization to Create Satisfied Customer? *Marketing and Research Today*.
- Bartram,P. dan Bartram, M. (1993). Satisfied or Satiated? How the Appetite for Customer Satisfaction Research can be Sustained. *Marketing and Research Today*.
- Bearden,W.O. dan Teel, J.E. (1983). Selected Determinant of Consumer Satisfaction and Complaints Reports. *Journal of Marketing Research*.
- Boulding,W. et at., (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions. *Journal of Marketing Research*.

- Cardozo, RN. (1962). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction. *Journal of Marketing Research*.
- Christiansen, T. et al. (1996). Training Different between Services and Goods Firms Activities: Impact on Performance, Satisfaction and Commitment. *Journal of Professional Service Marketing*.
- Church, S. (1999), School Food-Turning The Tide, *Nutrition and Food Science*.
- Churchill, GA. dan Surprenant, C. (1982). An Investigation Into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*.
- Clemmer, J. (Winter, 1993). Marketing Change Work: Integrating Focus, Effort and Direction. *Canadian Business Review*.
- Coppett, J.I. (1988). Auditing Your Customer Service Activities. *Industrial Marketing Management*.
- Cronin, J.J dan Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Measutin~ Extension. *Journal of Marketing*.
- Crosby, L.A. dan Stephens, N. (1987). Effects of Relationship Marketing on Satisfaction, Retention and Prices in the Life Insurance Industry. *Journal of Marketing Research*.
- Customer Expectations: First The Basics, Please (1988). *Training Today*.
- Czepiel, J.A. (1990). Service Encounters and Service Relationship: Implications for Research. *Journal of Business Research*.
- Douglas, L. (1999). Children's Food Choice, *Nutrition and Food Science*.
- Dutka, A. (1994). AMA HanGbook for Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*.
- Eves, A. et al. (1999), The Nutritional Implication Of Food Choices From Catering Outlets, *Nutrition and Food Science*.
- Fields, G. (1992). Customer Satisfaction: Is It Really A Western Import? *Tokyo Business Today*.
- Hermon, P (1999), Service Quality and Customer Satisfaction: An Assesment and Future Directions. *Journal of Academic Librarianship*.

- Hernon, P et al. (1999), Service Quality And Customer Satisfaction: An Assesment And Future Directions, *Journal of Academic Librarianship*
- Hudson,P. (1995). The Importance of Measuring Service Quality. *Bank-Marketing*.
- Huriey,R.F. dan Estelam,H.(1998). Alternative Indexes for Monitoring Customer Perceptions of Service Quality: A Comparative Evolution in Retail Context. *Journal of the Academic of Marketing Science*.
- Jones,C.R. (1996). Customer Satisfaction Assessment for Internal Supplier. *Management Services*.
- Kouzmin, A. et al (1999). Benchmarking And Performance Measurement In Public Sectors Towards Learning For Agency Effectiveness, *the International Journal of Public Sector Management*.
- Kyi,M.J. (1987). Customer Service as A Competitive Tool. *Journal of Industrial Marketing Management*.
- Love, P. dan Gunasekaran, A. (1999), Learning Alliances: A Customer-Supplier For Continous Improvement In Manufacturing, *Industrial And Commercial Training*
- McDougall,G.FI. dan Levesque.T.J.(1994). A Revised View of Service Quality Dimensions: An Empirical Investigation. *Journal of Professional Service Marketing*.
- Mills,P.K. (1990). On the Quality of Service in Encounters: An Agency Perspective. *Journal of Business Research*.
- Mohr,L.A. dan Bitner, M.J. (1995). The Role of Employee Effort in Satisfaction with Service Transactions, *Journal of Business Research*.
- Morris~M.H. dan Davis,D.L. (1992). Measuring and Managing Customer Service in Industrial Firms. *Journal of Industrial Marketing Management*.
- Moutinho,L. dan Brownlie, D.T. (1989). Customer Satisfaction with Bank Services:A Multidimensional Space Analysis. *International Journal of Bank*.
- Oliver,R.L (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*.
- Perkins,W.S. (1993). Measuring Customer -Satisfaction: A Comparing of Buyer, Distributor and Salesforce Perceptions of Competing Products. *Industrial Marketing Management*.

- Plymire, J. (Winter, 1991). Complaints as Opportunities. *Journal of Service-Marketing*.
- Rao, C.P. dan Kelkar, M.M. (1997). Relative Impact of Performance and Importance and Importance Ratings on Measurement of Service Quality. *Journal of Professional Service Marketing*.
- Rust, R.T. dan Zahorik, A.J. (Summer 1993). Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share. *Journal of Retailing*.
- Sheriden, J.H. (1994). What Do You Really Know About... Customer Satisfaction? *Industry Week*.
- Smith, D dan Riethmuller, P. (1999), Consumers Concerns About Food Safety in Australia and Japan, *International Journal of Social Science*.
- Smith, A.M. (1989). Service Quality: Relationship Between Banks and Their Small Business Client & *international Journal of Bank Marketing*.
- Tax, S.S. et al. (1998). Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing & *Journal of Marketing*.
- Tse, D.K. dan Wilton, P.C. (1988). Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension. *Journal of Professional Service Marketing*.
- Tunstall, J. (1991). Improving Your Serve. *Capacity Management Review*.
- Turpin, D.V. (1995). Japanese Approach to Customer Satisfaction: Some Best Practises. *Long Range Planning*.
- Weekes, et al. (1996). Measuring Quality and Client Satisfaction in Professional Business Service. *Journal of Professional Service Marketing*.
- Whalen, J. (1999), Qualitative research Add The 'Why?' To Measurement, *Marketing News*

KERTAS SEMINAR

- Schrandt, R.W. (1993). Customer Satisfaction. How Do You Measure it? Toyota Motor Sales, U.S.A. Inc. *Destination Service Excellence Convention* October 1993. Shangrila Hotel, Kuala Lumpur.

MAJALAH

Iszudin Mohd: Amin (1997). Pengguna Semakin Cerewet *Dataniaga*

Kepuasan Pelanggan (1995). *Dataniaga*

Kepuasan Pelanggan Nadi Kejayaan (1997). *Usahawan*.

Wawasan (1998). Jabatan Pembangunan Koperasi.

Zahirah Zukiifly (1998). Pengurusan Koperasi. *Dewan Ekonomi*.

KERATAN AKHBAR

_____ (1/4/1996). Peranan Bahagian Perkhidmatan Pelanggan. *Utusan Malaysia*.

Belanjawan 1999. *Berita Harian*.

C Ramasamy (22/6/1993). Kepuasan Pelanggan Dijaga. *Harian Mingguan*.

Kepuasan Pelanggan Paling Utama (22/6/1997). *Harian Mingguan*.

Kepuasan Pelanggan Penting dalam Perdagangan Elektronik (27/5/1998). *Berita Harian*

Noor Hazani Musa (16/6/1998). Kualiti dan Kepuasan Pelanggan. *Utusan Malaysia*.

Rahim Abdullah (1/7/1996). Menyelami Kepuasan Pelanggan. *Utusan Malaysia*.

SEKOLAH SISWAZAH
UNIVERSISITI UTARA MALAYSIA
BORANG SOAL SELIDIK

SEGALA MAKLUMAT YANG ANDA BERIKAN ADALAH SULIT DAN HANYA AKAN DIGUNAKAN UNTUK KEPENTINGAN KAJIAN INI SAHAJA

BAHAGIAN A

Maklumat Diri: Tandakan (✓) di dalam ruangan berkenaan

1. Jantina: Lelaki Perempuan
2. Bangsa: Melayu Cina India Lain-lain
3. Umur: tahun
4. Pekerjaan Bapa/Ibu/Penjaga:

1. Petani	<input type="checkbox"/>
2. Nelayan	<input type="checkbox"/>
3. Pegawai Kerajaan	<input type="checkbox"/>
4. Swasta	<input type="checkbox"/>
5. Kilang	<input type="checkbox"/>
6. Lain-lain	<input type="checkbox"/>
4. Purata jumlah wang yang di bawa ke sekolah sehari

1. Kurang dari RM 0.50	<input type="checkbox"/>
2. RM 0.55-RM 1.00	<input type="checkbox"/>
3. RM 1.05-RM 1.50	<input type="checkbox"/>
4. RM 1.55-RM 2.00	<input type="checkbox"/>
5. Lebih daripada RM 2.00	<input type="checkbox"/>
5. Purata jumlah wang yang dibelanjakan di sekolah sehari

1. Kurang dari RM 0.50	<input type="checkbox"/>
2. RM 0.55-RM 1.00	<input type="checkbox"/>
3. RM 1.05-RM 1.50	<input type="checkbox"/>
4. RM 1.55-RM 2.00	<input type="checkbox"/>
5. Lebih daripada RM 2.00	<input type="checkbox"/>

Untuk Menjawab Soalan Bahagian B dan C setiap soalan akan disertakan dengan 5 pilihan jawapan seperti ditunjukkan di bawah

Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Contoh soalan dan jawapan

Isikan jawapan anda di kotak yang disediakan di sebelah kanan soalan.

Setiap hari saya makan di kantin sekolah 5

BAHAGIAN B

Kepuasan Terhadap Perkhidmatan Kantin Sekolah

1. Anda berpuashati dengan harga makanan dan minuman yang berpatutan di kantin sekolah anda
2. Anda gembira dengan layanan baik yang diberikan oleh penjual di kantin sekolah anda
3. Kantin sekolah anda bersih dan menceriaikan
4. Peralatan dan kelengkapan yang terdapat di kantin sekolah anda dalam keadaan yang baik
5. Anda suka dengan pilihan makanan yang ada di kantin sekolah anda

BAHAGIAN C

Dalam bahagian ini terdapat 5 kategori

- I. Harga
- II. Layanan
- III. Kebersihan dan Keceriaan
- IV. Peralatan dan Kelengkapan
- V. Jenis dan kualiti makanan dan minuman

I. Harga

1. Anda akan membeli makanan dan minuman yang harganya berpatutan.
2. Anda akan memilih dan membeli makanan atau minuman di kantin sekolah yang mempunyai harga berpatutan.
3. Anda berpuashati hati sekiranya harga yang anda perlu bayar setimpal dengan kualiti dan kuantiti makanan yang ingin anda beli.
4. Anda suka membeli makanan dan minuman yang mahal kerana anda mampu.
5. Jika anda mempunyai pilihan, anda akan memilih kantin lain yang menawarkan harga lebih murah untuk membeli makanan.

IV. Peralatan dan Kelengkapan

- 25. Meja, kerusi, pinggan dan gelas yang digunakan di kantin perlulah dalam keadaan baik dan selamat untuk digunakan.
- 26. Anda akan mengadu kepada pengusaha kantin sekiranya mendapati pinggan atau gelas yang anda gunakan adalah retak atau sumbing
- 27. Anda mahu pihak pengusaha kantin sentiasa memastikan peralatan seperti meja, kerusi dan bekas makanan yang digunakan adalah selamat.
- 28. Keadaan peralatan dan kelengkapan dapur perlu sentiasa bersih.
- 29. Anda tidak pernah memikirkan tentang keadaan pinggan atau gelas yang anda gunakan.
- 30. Anda akan memastikan dahulu bekas makanan ataupun minuman yang anda gunakan dalam keadaan baik sebelum anda menjamah makanan
- 31. Anda akan menegur rakan anda yang menggunakan bekas makanan ataupun minuman yang tidak baik.
- 32. Paip air dan sinki yang terdapat di kantin perlu sentiasa berfungsi.

V. Jenis dan kualiti makanan dan minuman

- 33. Anda suka menu makanan sentiasa berubah setiap hari.
- 34. Menu makanan yang sama setiap hari boleh menyebabkan anda jemu.
- 35. Anda mahu kantin sekolah anda menyediakan menu makanan yang pelbagai.
- 36. Walaupun kuantiti makanan atau minuman yang anda beli adalah sedikit, anda tidak pernah merungut.
- 37. Jika makanan yang dijual di kantin tidak menyelerakan, anda tidak akan membeli makanan pada hari tersebut.
- 38. Anda selalu menyoal rakan anda sama ada makanan yang ia makan sedap atau tidak.
- 39. Anda merasakan makanan yang anda makan adalah sama setiap hari.
- 40. Jika ada pilihan, anda akan memilih kantin yang menyediakan makanan dan minuman yang sedap.

-----Terima kasih di atas kerjasama anda-----

Lampiran 2

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B1	164.9333	122.6678	.3482	.8726
B2	165.0333	120.3686	.4621	.8706
B3	165.0583	119.5680	.5226	.8697
B4	165.0417	119.1831	.5592	.8691
B5	164.9500	120.8378	.4665	.8708
C1	165.5750	125.1708	.0692	.8765
C2	165.6167	123.9359	.1490	.8755
C3	165.6000	123.0992	.2064	.8747
C4	165.5500	122.2496	.2816	.8734
C5	165.6250	122.9758	.1909	.8752
C6	165.5667	122.7518	.2484	.8739
C7	165.5333	120.7048	.3936	.8716
C8	165.5917	122.0419	.3346	.8726
C9	165.0000	123.5126	.2074	.8744
C10	165.0000	123.6471	.1673	.8753
C11	165.0167	119.0922	.4600	.8703
C12	164.9833	119.7644	.4730	.8703
C13	165.0083	119.5546	.4487	.8705
C14	164.9667	121.5619	.3688	.8721
C15	164.9833	121.6132	.3297	.8726
C16	165.0167	120.7896	.3854	.8717
C17	164.7333	122.4493	.2655	.8736
C18	164.7500	122.7605	.2294	.8743
C19	164.8333	123.6190	.1424	.8762
C20	164.7500	122.1723	.2958	.8731
C21	164.8333	121.4510	.2672	.8740
C22	164.7250	119.9826	.4497	.8706
C23	164.7250	119.6464	.5316	.8696
C24	164.7000	121.4218	.3993	.8717
C25	164.1833	120.4031	.3965	.8715
C26	164.5667	120.6174	.2962	.8735
C27	164.3083	120.3663	.3975	.8714
C28	164.2583	120.9495	.3423	.8724
C29	164.7417	119.6554	.2500	.8761
C30	164.4500	120.8714	.3309	.8726
C31	164.6750	121.6330	.2994	.8731
C32	164.2333	123.5081	.1629	.8755
C33	164.9583	119.5865	.4206	.8710
C34	164.9083	120.1008	.3898	.8715
C35	164.9000	119.3008	.4137	.8711

C36	164.8917	119.9966	.4110	.8712
C37	164.9083	118.2184	.5105	.8693
C38	164.9167	119.0014	.4635	.8702
C39	164.9167	118.7829	.4787	.8699
C40	164.9167	118.9846	.4849	.8699

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0 N of Items = 45

Alpha = .8749

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)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B1	14.6833	2.2518	.3719	.6211
B2	14.7833	1.9190	.4691	.5734
B3	14.8083	2.0554	.3592	.6286
B4	14.7917	1.9310	.4564	.5799
B5	14.7000	2.1109	.3933	.6107

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0 N of Items = 5

Alpha = .6558

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)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C1	21.7583	7.4117	.4153	.7589
C2	21.8000	6.7496	.5819	.7304
C3	21.7833	7.0955	.4485	.7540
C4	21.7333	7.4745	.3470	.7705
C5	21.8083	6.5260	.5663	.7322
C6	21.7500	7.0798	.4929	.7463
C7	21.7167	7.4148	.3572	.7691
C8	21.7750	6.9489	.6054	.7295

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0 N of Items = 8

Alpha = .7737

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C9	25.8667	6.6375	.4417	.7003
C10	25.8667	6.6039	.3754	.7128
C11	25.8833	6.5409	.3426	.7215
C12	25.8500	6.3807	.4757	.6926
C13	25.8750	6.3456	.4337	.7011
C14	25.8333	6.6275	.4426	.7001
C15	25.8500	6.5487	.4148	.7048
C16	25.8833	6.3560	.4721	.6932

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 8

Alpha = .7305

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C17	27.5250	6.3523	.3816	.6680
C18	27.5417	6.2672	.3851	.6672
C19	27.6250	6.9758	.1071	.7348
C20	27.5417	6.1999	.4553	.6523
C21	27.6250	6.6229	.1845	.7207
C22	27.5167	5.7140	.6141	.6142
C23	27.5167	6.0333	.5675	.6304
C24	27.4917	6.1008	.5718	.6317

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 8

Alpha = .6961

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C25	29.6083	7.4504	.4358	.5661
C26	29.9917	7.4033	.3157	.5955
C27	29.7333	7.5754	.3940	.5765
C28	29.6833	7.1762	.4983	.5479
C29	30.1667	7.5350	.1370	.6739
C30	29.8750	7.2868	.4340	.5634
C31	30.1000	7.7546	.3297	.5921
C32	29.6583	8.2436	.1810	.6284

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 8

Alpha = .6256

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C33	26.4833	10.9913	.5883	.8237
C34	26.4333	11.3569	.5064	.8338
C35	26.4250	11.0027	.5436	.8297
C36	26.4167	11.2871	.5453	.8290
C37	26.4333	11.1216	.5502	.8285
C38	26.4417	10.9546	.6014	.8221
C39	26.4417	10.8537	.6267	.8189
C40	26.4417	10.8537	.6587	.8153

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 8

Alpha = .8436

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C37	164.9083	118.2184	.5105	.8693
C38	164.9167	119.0014	.4635	.8702
C39	164.9167	118.7829	.4787	.8699
C40	164.9167	118.9846	.4849	.8699

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 45

Alpha = .8749

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B1	14.6833	2.2518	.3719	.6211
B2	14.7833	1.9190	.4691	.5734
B3	14.8083	2.0554	.3592	.6286
B4	14.7917	1.9310	.4564	.5799
B5	14.7000	2.1109	.3933	.6107

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 5

Alpha = .6558

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C1	21.7583	7.4117	.4153	.7589
C2	21.8000	6.7496	.5819	.7304
C3	21.7833	7.0955	.4485	.7540
C4	21.7333	7.4745	.3470	.7705
C5	21.8083	6.5260	.5663	.7322
C6	21.7500	7.0798	.4929	.7463
C7	21.7167	7.4148	.3572	.7691
C8	21.7750	6.9489	.6054	.7295

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 8

Alpha = .7737

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C9	25.8667	6.6375	.4417	.7003
C10	25.8667	6.6039	.3754	.7128
C11	25.8833	6.5409	.3426	.7215
C12	25.8500	6.3807	.4757	.6926
C13	25.8750	6.3456	.4337	.7011
C14	25.8333	6.6275	.4426	.7001
C15	25.8500	6.5487	.4148	.7048
C16	25.8833	6.3560	.4721	.6932

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 8

Alpha = .7305

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C17	27.5250	6.3523	.3816	.6680
C18	27.5417	6.2672	.3851	.6672
C19	27.6250	6.9758	.1071	.7348
C20	27.5417	6.1999	.4553	.6523
C21	27.6250	6.6229	.1845	.7207
C22	27.5167	5.7140	.6141	.6142
C23	27.5167	6.0333	.5675	.6304
C24	27.4917	6.1008	.5718	.6317

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 8

Alpha = .6961

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C25	29.6083	7.4504	.4358	.5661
C26	29.9917	7.4033	.3157	.5955
C27	29.7333	7.5754	.3940	.5765
C28	29.6833	7.1762	.4983	.5479
C29	30.1667	7.5350	.1370	.6739
C30	29.8750	7.2868	.4340	.5634
C31	30.1000	7.7546	.3297	.5921
C32	29.6583	8.2436	.1810	.6284

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 8

Alpha = .6256

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C33	26.4833	10.9913	.5883	.8237
C34	26.4333	11.3569	.5064	.8338
C35	26.4250	11.0027	.5436	.8297
C36	26.4167	11.2871	.5453	.8290
C37	26.4333	11.1216	.5502	.8285
C38	26.4417	10.9546	.6014	.8221
C39	26.4417	10.8537	.6267	.8189
C40	26.4417	10.8537	.6587	.8153

Reliability Coefficients

N of Cases = 120.0

N of Items = 8

Alpha = .8436

T-Test

Group Statistics

	JANTINA	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
KEPUASAN PELANGGAN LELAKI		49	3.6408	.3651	5.216E-02
KEPUASAN PELANGGAN PEREMPUAN		71	3.7211	.3269	3.879E-02

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
KEPUASAN PELANGGAN	.167	.684	-1.261	118	.210	-8.031E-02	6.369E-02	Lower	Upper
			-1.236	95.706	.220	-8.031E-02	6.500E-02	-2.064	4.581E-02
								-2.093	4.872E-02

Oneway

Descriptives

KEPUASAN PELANGGAN

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
MELAYU	61	3.7672	.3691	4.726E-02	3.6727	3.8617	3.00	4.60
CINA	42	3.5571	.2481	3.828E-02	3.4798	3.6344	3.00	3.80
INDIA	17	3.7294	.3738	9.065E-02	3.5372	3.9216	3.00	4.40
Total	120	3.6883	.3438	3.138E-02	3.6262	3.7505	3.00	4.60

ANOVA

KEPUASAN PELANGGAN

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.131	2	.566	5.116	.007
Within Groups	12.933	117	.111		
Total	14.064	119			

Oneway

Descriptives

KEPUASAN PELANGGAN

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
15 TAHUN	5	3.5600	.3286	.1470	3.1519	3.9681	3.20	3.80
16 TAHUN	102	3.7020	.3490	3.455E-02	3.6334	3.7705	3.00	4.60
17 TAHUN	13	3.6308	.3146	8.725E-02	3.4407	3.8209	3.00	4.00
Total	120	3.6883	.3438	3.138E-02	3.6262	3.7505	3.00	4.60

ANOVA

KEPUASAN PELANGGAN

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.144	2	7.218E-02	.607	.547
Within Groups	13.919	117	.119		
Total	14.064	119			

Oneway

Descriptives

KEPUASAN PELANGGAN

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
PETANI	18	3.7889	.3530	8.319E-02	3.6134	3.9644	3.20	4.60
NELAYAN	1	3.8000	3.80	3.80
PEGAWAI KERAJAAN	30	3.7733	.3591	6.555E-02	3.6393	3.9074	3.00	4.60
SWASTA	17	3.6471	.3907	9.476E-02	3.4462	3.8479	3.00	4.20
KILANG	5	3.8000	.3464	.1549	3.3699	4.2301	3.20	4.00
LAIN-LAIN	49	3.6000	.3028	4.325E-02	3.5130	3.6870	3.00	4.20
Total	120	3.6883	.3438	3.138E-02	3.6262	3.7505	3.00	4.60

ANOVA

KEPUASAN PELANGGAN

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.885	5	.177	1.531	.186
Within Groups	13.179	114	.116		
Total	14.064	119			

Oneway

Descriptives

KEPUASAN PELANGGAN									
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
KURANG RM0.50	3	3.6667	.1155	6.667E-02	3.3798	3.9535	3.60	3.80	
RM0.55- RM1.00	36	3.7000	.3869	6.449E-02	3.5691	3.8309	3.00	4.60	
RM1.05-RM1.50	23	3.6957	.3760	7.839E-02	3.5331	3.8582	3.00	4.40	
RM1.55-RM2.00	44	3.7364	.3133	4.724E-02	3.6411	3.8316	3.00	4.40	
LEBIH DRP RM2.00	14	3.5000	.2572	6.874E-02	3.3515	3.6485	3.20	3.80	
Total	120	3.6883	.3438	3.138E-02	3.6262	3.7505	3.00	4.60	

ANOVA

KEPUASAN PELANGGAN					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.606	4	.151	1.294	.277
Within Groups	13.458	115	.117		
Total	14.064	119			

Oneway

Descriptives

KEPUASAN PELANGGAN									
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
KURANG RM0.50	21	3.6190	.3281	7.159E-02	3.4697	3.7684	3.00	4.00	
RM0.55- RM1.00	47	3.7532	.3917	5.713E-02	3.6382	3.8682	3.00	4.60	
RM1.05-RM1.50	36	3.6889	.3151	5.252E-02	3.5823	3.7955	3.00	4.40	
RM1.55-RM2.00	15	3.5733	.2492	6.434E-02	3.4353	3.7113	3.20	3.80	
LEBIH DRP RM2.00	1	3.8000	3.80	3.80	
Total	120	3.6883	.3438	3.138E-02	3.6262	3.7505	3.00	4.60	

ANOVA

KEPUASAN PELANGGAN					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.509	4	.127	1.080	.370
Within Groups	13.554	115	.118		
Total	14.064	119			

Correlations

Correlations

	KEPUASA N PELANG GAN	HARGA MAKANAN	LAYANAN	KEBERSI HAN DAN KECERIA AN	PERALAT AN DAN KELENG KAPAN	JENIS MAKANAN
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.331** .000 120	.520** .000 120	.433** .000 120	.568** .000 120	.453** .000 120
HARGA MAKANAN	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1.000	.181* .048 120	.066 .472 120	.064 .488 120	.173 .058 120
LAYANAN	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.181* .048 120	1.000	.407** .000 120	.346** .000 120	.322** .000 120
KEBERSIHAN DAN KECERIAAN	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.066 .472 120	.407** .000 120	1.000	.355** .000 120	.313** .001 120
PERALATAN DAN KELENGKAPAN	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.064 .488 120	.346** .000 120	.355** .000 120	1.000	.386** .000 120
JENIS MAKANAN	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.173 .058 120	.322** .000 120	.313** .001 120	.386** .000 120	1.000 .000 120

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

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

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	JENIS MAKANAN , HARGA MAKANAN, KEBERSIHAN DAN KECERIAAN, PERALATAN DAN KELENGKAPAN, LAYANAN ^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	.734 ^a	.539	.518	.2386

a. Predictors: (Constant), JENIS MAKANAN , HARGA MAKANAN, KEBERSIHAN DAN KECERIAAN, PERALATAN DAN KELENGKAPAN, LAYANAN

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.576	5	1.515	26.627	.000 ^a
	Residual	6.487	114	5.691E-02		
	Total	14.064	119			

a. Predictors: (Constant), JENIS MAKANAN , HARGA MAKANAN, KEBERSIHAN DAN KECERIAAN, PERALATAN DAN KELENGKAPAN, LAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.186	.347		-.537	.592
	HARGA MAKANAN	.209	.060	.227	3.483	.001
	LAYANAN	.239	.071	.249	3.387	.001
	KEBERSIHAN DAN KECERIAAN	.139	.071	.142	1.954	.053
	PERALATAN DAN KELENGKAPAN	.323	.065	.359	4.938	.000
	JENIS MAKANAN	.110	.053	.151	2.096	.038

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN



BAHAGIAN PERANCANGAN DAN PENYELIDIKAN
DASAR PENDIDIKAN (BPPDP),
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA
PARAS 2,3 & 5, BLOK J
PUSAT BANDAR DAMANSARA,
50604 KUALA LUMPUR.

Telefon : 03-2583204
Faks : 03-2554960

Ruj. Kami : KP(BPPDP) 13/15 Jld.50 (694)
Tarikh : 2 September 1999

En. Zamri bin Abu Bakar,
No.44, Taman Jitra,
06000 Jitra,
KEDAH.

Tuan/Puan,

Kebenaran Untuk Menjalankan Kajian Di Sekolah-Sekolah, Maktab-Maktab
Perguruan, Jabatan-Jabatan Pendidikan Dan Bahagian-Bahagian Di Bawah
Kementerian Pendidikan Malaysia

Adalah saya dengan hormatnya diarah memaklumkan bahawa permohonan
tuan/puan untuk menjalankan kajian bertajuk:

“Sejauhmanakah Kualiti Pengurusan Kantin Mempengaruhi
Kepuasan Pelanggan”

telah diluluskan.

2. Kelulusan ini adalah berdasarkan apa yang terkandung di dalam cadangan
penyelidikan yang tuan/puan kemukakan ke Bahagian ini. Kebenaran bagi
menggunakan sampel kajian perlu diperolehi daripada Ketua Bahagian/Pengarah
Pendidikan negeri yang berkenaan. Sila kemukakan ke Bahagian ini senaskah
laporan kajian tuan/puan setelah ia selesai kelak.

Sekian untuk makluman dan tindakan tuan/puan selanjutnya. Terima kasih.

“BERKHIDMAT UNTUK NEGARA”

Saya yang menurut perintah,

(DR. AMIR BIN MOHD SALLEH)
b.p. Pengarah,
Bahagian Perancangan dan Penyelidikan Dasar Pendidikan,
Kementerian Pendidikan Malaysia.

PENGURUSAN KANTIN SEKOLAH

1. Konsep Kantin

- Tempat penting bagi mewujudkan berbagai pengalaman bagi membina pengetahuan, sikap dan amalan terhadap makanan dan pemakanan, kebersihan dan keselamatan makanan, serta tabiat-tabiat sosial yang lain.
- Tempat berlaku berbagai interaksi antara murid-murid, guru-guru dan pekerja-pekerja sekolah.

2. Fungsi Kantin Sekolah

- Tempat penjualan dan pembelian makanan dan minuman.
- Tempat penyediaan, penyimpanan, penghidangan dan memakan makanan dan minuman yang dijual atau diberi secara percuma di bawah rancangan-rancangan tertentu.
- Tempat berlakunya kegiatan rehat dan istirehat.
- Tempat berlakunya berbagai permainan ringan seperti pingpong, catur dan lain-lain.
- Tempat bagi majlis-majlis perjumpaan, perbincangan dan lain-lain anjuran, pihak sekolah, ibu bapa atau masyarakat.
- Sumber berkesan bagi menggalakkan pendidikan pemakanan.

3. Peranan Guru Besar / Pengetua

Bertanggungjawab mengurus dan mengawasi semua aspek berkaitan dengan kantin sekolah :

- a. Pengurusan Kantin Sekolah
 - Perolehan perkhidmatan kantin
 - Tender
 - Sebutharga
- b. Pengawasan dari segi :
 - kebersihan)
 - keindahan) bangunan
 - keselamatan)
- c. Mengadakan kemudahan-kemudahan asas seperti :
 - tempat membasuh tangan
 - tong sampah dan lain-lain
- d. Memastikan kakitangan/pekerja yang diakui sihat dibenarkan bekerja.
- e. Pengawasan dari segi :
 - kualiti)
 - kuantiti) makanan
 - kebersihan dan)
 - keselamatan)
- f. Menubuhkan JK Kantin Sekolah
- g. Memastikan pengusaha kantin mematuhi surat-surat pekeliling ikhtisas (seperti keperluan dari segi agama) dan buku garis panduan kantin.

4. Sistem Perolehan

4.1 Sistem Sebutharga

- Kenyataan sebutharga
- Tarikh sebutharga dikeluarkan dan ditutup
- Borang-borang sebutharga
- Syarat-syarat sebutharga, pembekalan perkhidmatan dan pengusahaan kantin.
- Senarai lengkap jenis makanan dan minuman yang dibenarkan dijual.
- Kontrak sewa/pajak kantin sekolah.
- Laporan J/K Sebutharga kepada JPN.

Jawatankuasa Sebutharga

Pengetua/Guru Besar - Pengerusi

Wakil PPD/JPN

Penolong Kanan/Guru Kanan

Wakil Lembaga Pengurus Sekolah *

Tempoh Perkhidmatan

2 tahun + 1 tahun (opsyen)

4.2 Sistem Tender

\$50,000 ke atas oleh Lembaga Tender.

5. Kualiti Makanan

Bab IV - m.s. 19-21

Kriteria Makanan

- Makanan seimbang
- Makanan segar
- Makanan mengenyangkan
- Makanan yang bebas daripada bahan tambahan.

Kategori Makanan

- a. Yang sesuai
- b. Yang tidak digalakkan
- c. Yang dilarang

6. Keselamatan

6.1 Kebakaran

- Pendawaian
- Tong gas
- Alat pemadam api
- Amalan-amalan :
 - o sambungan pendawai oleh orang yang tidak bertauliah
 - o merokok

6.2 Kecederaan

- Keadaan lantai
- alat-alat tajam
- air panas
- bahan-bahan beracun seperti racun serangga

6.3 Keracunan Makanan

- Pencemaran makanan
 - o waktu masak
 - o bahan-bahan makanan
 - o 'Handling' makanan

7. Pengawasan

- a. Borang Kawalpandu Harian / Mingguan.
- b. Borang Kawalpandu Setiap Penggal.

uksbskpm.jun92

kantin/salinan.d.d.89(kk)