

## **Pengaruh Kualiti Perkhidmatan Teksi Terhadap Kepuasan Pengguna di Kuantan**

Roslin Hashim

Politeknik Sultan Haji Ahmad Shah

E-mail: llin\_prodigy@yahoo.com

Mohamad Farhan Mohd Isa

Politeknik Sultan Haji Ahmad Shah

E-mail: farhanmhd16@gmail.com

### **Abstract**

Taxi is one of the public transportations that always received complaints from customers due to its low quality service. Things become more critical when they have to compete harshly with Uber and GrabCar which are considered more favorable as they offer cheaper cost, easy access and more friendlier. The purpose of this study is to measure the effect of service quality of taxi service in Kuantan on customer satisfaction by applying 6 variables of which 5 variables of SERVQUAL model and one additional variable of the price factor. In all six variables; reliability, tangibility, assurance, empathy, responsiveness and price were tested to examine its relationship with on customer satisfaction. Six hypotheses were tested in this study. Questionnaires were distributed to 100 taxi users in Kuantan. Data was analyzed using Structured Equation Modeling PLS 3. Results showed that tangibility, responsiveness and price had a positive and significant effect on customer service, with reliability and empathy having positive but insignificant effect. However, assurance had negative effect on customer satisfaction. The totality of customer satisfaction towards taxi services are however not only influenced by the six variables stated. As the analysis suggests, these variables contributes only 71.1% of variances in customer satisfaction, indicating that other variables (28.9%) influence customer satisfaction.

**Keywords:** customer satisfaction, service quality, taxi service, Structural Equation Modeling

### **Abstrak**

Perkhidmatan teksi merupakan salah satu perkhidmatan pengangkutan awam yang sering mendapat kecaman daripada pengguna berpunca daripada kualiti perkhidmatannya yang tidak memuaskan hati. Kemelut ini semakin kritikal apabila perkhidmatan ini terpaksa bersaing secara kompetitif dengan Uber dan GrabCar yang disifatkan sebagai alternatif terbaik kerana kosnya yang lebih murah, mudahcapaian dan layanan yang lebih mesra. Kajian ini bertujuan untuk mengukur kesan kualiti perkhidmatan teksi terhadap kepuasan pelanggan di Kuantan. Enam faktor kualiti perkhidmatan yang diukur terdiri daripada lima faktor berdasarkan model SERVQUAL iaitu kewujudannyata, kebolehpercayaan, tindakbalas/tanggungjawab, jaminan dan empati beserta faktor harga. Untuk mengukur kesan faktor-faktor tersebut ke atas kepuasan pelanggan, 6 hipotesis diuji. Soal selidik diedarkan kepada 100 orang pengguna perkhidmatan teksi di sekitar Kuantan. Data dianalisa dengan menggunakan perisian Structural Equation Modeling PLS 3. Keputusan kajian menunjukkan faktor kewujudannyata, tindakbalas/tanggungjawab dan harga mempunyai kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan. Faktor kebolehpercayaan dan empati mempunyai hubungan positif tetapi tidak signifikan manakala faktor jaminan mempunyai hubungan negatif terhadap kepuasan pelanggan. Kajian ini juga menunjukkan bahawa 71.1% daripada jumlah varian dalam kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan teksi ditentukan oleh 6 faktor tersebut manakala 28.9% daripada jumlah varian ditentukan oleh faktor-faktor lain.

**Kata Kunci:**kepuasan pelanggan, kualiti perkhidmatan, perkhidmatan teksi, *Structural Equation Modeling*

## 1.0 Pengenalan

Pengangkutan awam disifatkan sebagai nadi penggerak dan sumber pendapatan bagi sesetengah masyarakat. Sebagai sebuah negara yang semakin meningkat maju, sistem pengangkutan awam di Malaysia seharusnya mempunyai kecekapan dan kemajuan dari segi perkhidmatan dan teknologi yang digunakan.

Laporan Tahunan Program Transformasi Negara 2016 mendapati kapasiti pengangkutan awam yang berjumlah 61,978 penumpang sejam sehala pada tahun semasa dijangka meningkat kepada 125,578 menjelang tahun 2020. Justeru itu, permintaan terhadap sektor penyedia perkhidmatan yang semakin bertambah ini dijangka akan merancakkan lagi perkembangan serta persaingan di antara sektor perkhidmatan pengangkutan awam yang sedia ada di negara ini.

Bandar-bandar besar di Malaysia mempunyai sistem jaringan pengangkutan awam yang tertumpu kepada pengangkutan awam darat seperti bas dan teksi. Kuantan yang juga merupakan bandar terbesar di Pantai Timur Semenanjung Malaysia dengan jumlah penduduk seramai 427,515 (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2010), terletak dalam Zon Ekonomi Pantai Timur yang strategik yang juga dikenali sebagai ECER iaitu *East Coast Economic Region*. ECER berperanan sebagai pemangkin kepada perkembangan ekonomi pesat yang dijangka akan menghasilkan pelaburan berjumlah RM 90 bilion dan menyediakan 90,000 pekerjaan baru menjelang tahun 2020. Salah satu projek ECER yang berpusat di Kuantan ialah Projek Rangkaian Rel Pantai Timur (ECRL) dengan nilai pelaburan RM 55 bilion. Projek infrastruktur pengangkutan awam darat itu dijangka akan mewujudkan sistem perhubungan dan pengangkutan awam moden, sistematik serta terancang bagi menghadapi perubahan zaman apabila negara mencapai status negara maju. Dalam konteks ini, peranan yang dimainkan oleh perkhidmatan teksi di bandar ini juga dijangka semakin meningkat sebagai penghubung di antara stesen ECRL dengan destinasi-destinasi lain. (Pengangkutan Awam Darat Menuju Ke Era 2050, 2018). Tuntasnya, jaringan pengangkutan awam yang cekap dengan kualiti perkhidmatan yang baik dan moden akan membantu mengembangkan lagi pasaran perniagaan penyedia perkhidmatan tersebut.

Terdapat 6 stesen teksi yang sedang beroperasi di sekitar bandar Kuantan. Setiap stesen dikendalikan samada oleh persatuan, syarikat atau agensi kerajaan negeri. Laporan akhbar Free & Independent News bertarikh 14 Ogos 2017 melaporkan bahawa pendapatan pemandu teksi di bandar ini telah berkurangan sebanyak 30% sejak perkhidmatan Uber dan GrabCar diperkenalkan. Menurut Setiausaha Persatuan Teksi Kuantan, perkhidmatan teksi di bandar ini menghadapi masalah untuk mendapatkan pelanggan kerana mereka terpaksa bersaing secara kompetitif dengan perkhidmatan Uber dan GrabCar.

Isu ini telahpun dikenalpasti oleh kerajaan sejak perkhidmatan Uber/GrabCar diperkenalkan. Sehubungan dengan itu, kerajaan pusat melalui agensi Suruhanjaya Pengangkutan Awam Darat (SPAD) telah melancarkan Program Transformasi Industri Teksi (TITP) pada tahun 2015 untuk menyelesaikan isu-isu berkaitan perkhidmatan teksi. Empat prinsip utama program tersebut yang digariskan ialah memanfaatkan penggunaan

teknologi, menggalakkan persaingan dan daya saing, mewujudkan medan persaingan yang adil (*level playing field*) serta keadilan kepada pemandu dari aspek pendapatan dan kebajikan. Sejak TITP dilaksanakan, seramai 2,493 pemandu teksi telah menerima lesen individu dan sebanyak 82 geran tunai kerajaan bernilai RM 410 ribu telah diberikan kepada pemandu teksi yang layak. (Malaysiakini Online, 22 Mac, 2018).

### 1.2 Pernyataan Masalah dan Objektif Kajian

Kajian mencatatkan bahawa peratus kualiti perkhidmatan teksi mendapat penarafan rendah iaitu sebanyak 30.2 % berbanding kualiti perkhidmatan Uber/GrabCar sebanyak 69.8% (Utusan Malaysia, 2016). Penarafan ini menunjukkan perkhidmatan teksi kini tidak mampu menyediakan kualiti perkhidmatan setanding perkhidmatan Uber/Grabcar bagi memenuhi keperluan pelanggan.

Faktor utama masalah perkhidmatan teksi adalah dari aspek keselesaan. Faktor fizikal dalaman dan luaran kenderaan tidak menepati aspek yang memberi kepuasan kepada pengguna semaksimumnya. Selain itu, kemudahan perkhidmatan teksi tidak setanding perkhidmatan Uber/GrabCar. Teknologi satelit kini yang semakin moden membuatkan pengguna mahukan perkhidmatan yang mudah akses dan pantas untuk mendapatkan tindakbalas apabila membuat tempahan perkhidmatan. Perkhidmatan teksi juga dikenalpasti telah mengenakan kadar caj yang berlebihan kepada penumpang. Keengganan pemandu teksi menggunakan meter yang ada menyebabkan mereka mengenakan kadar tambang yang tinggi kepada penumpang walaupun destinasi yang dituju adalah berdekatan (Utusan Malaysia, 2016).

Kajian yang telah dijalankan oleh Majlis Pengangkutan Awam (PTC) menunjukkan tahap kepuasan pelanggan, keselamatan dan perkhidmatan pelanggan ke atas perkhidmatan Uber/GrabCar mendapat markah purata lebih tinggi (pada skala 10) berbanding perkhidmatan Uber/Grab. (Berita Harian, 14 Februari 2017)

**Jadual 1:** Perbandingan Tahap Kepuasan Pelanggan di antara Perkhidmatan Teksi dan Uber/Grab

<b>Aspek yang dinilai</b>	<b>Teksi</b>	<b>Uber/Grab</b>
Kepuasan pelanggan (masa menunggu, kemudahan tempahan, maklumat mengenai perkhidmatan dan keselesaan pemanduan)	7.5	7.9
Keselamatan	7.8	8.2
Perkhidmatan Pelanggan	7.2	7.6

Oleh yang demikian, dengan menggunakan faktor-faktor model SERVQUAL dan harga, kajian ini dapat mengenalpasti faktor-faktor kualiti perkhidmatan yang memberi kesan kepada kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.

Terdapat 6 hipotesis yang dibentuk untuk kajian ini iaitu:-

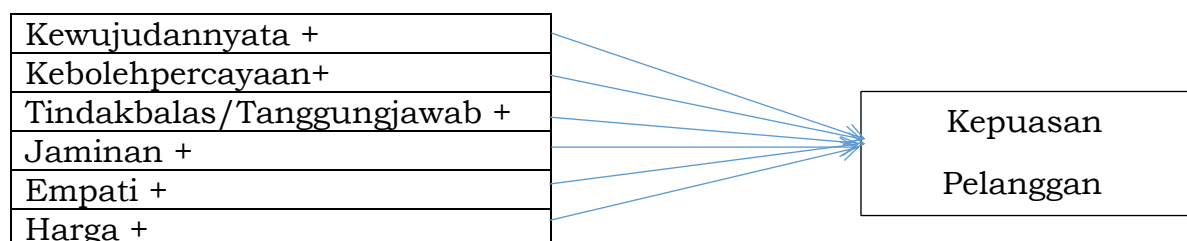
- H<sub>1</sub>: Kewujudannyata memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.
- H<sub>2</sub>: Kebolehpercayaan memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.
- H<sub>3</sub>: Tindakbalas/Tanggungjawab memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.
- H<sub>4</sub>: Jaminan memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.
- H<sub>5</sub>: Empati memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.
- H<sub>6</sub>: Harga memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.

Kajian ini penting kepada semua pihak yang terlibat kerana pengguna merupakan pihak utama yang boleh menentukan kualiti sesuatu perkhidmatan atau produk (Dachyar & Rusydina, 2015) dan melalui pelbagai pilihan perkhidmatan, pengguna mempunyai kuasa untuk membuat pilihan yang lebih tepat dan sesuai dengan kehendak mereka. Sektor penyedia perkhidmatan pula akan lebih kompetitif dalam memberikan perkhidmatan yang terbaik kepada pengguna. Kawalselia ke atas pemandu juga boleh dipertingkatkan agar objektif dan aspirasi syarikat teksi untuk memberikan perkhidmatan yang terbaik dapat direalisasikan. Selaku agensi kerajaan yang bertanggungjawab, SPAD pula boleh membuat perancangan susulan untuk mempertingkatkan, memperkemaskan dan mengawal selia industri teksi.

## 2.0 Kajian Literatur dan Model Kajian

### 2.1 Kerangka Konsep

Kerangka Konsep menunjukkan 5 faktor kualiti perkhidmatan berdasarkan Model SERVQUAL digabungkan bersama faktor harga untuk dinilai hubungan serta kesan setiap satu ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.



Faktor-faktor Model SERVQUAL dan faktor harga

**Rajah 1:** Kerangka Konsep

### **2.1.1 Kepuasan Pelanggan**

Menurut Chen, Cheng, Hsu & Yang (2011), kepuasan merujuk kepada penilaian pengguna terhadap perkhidmatan dan pengalaman penggunaan perkhidmatan yang memenuhi keperluan mereka. Ia menjadi tanggungjawab dan keutamaan bagi syarikat-syarikat penyedia perkhidmatan pengangkutan awam untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan dengan memenuhi keperluan pelanggan semaksimumnya pada setiap masa (Samson & Thompson, 2007).

### **2.1.2 Kualiti Perkhidmatan**

Kualiti perkhidmatan dirujuk sebagai ukuran standard perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelanggan pada tahap kepuasan yang maksimum oleh penyedia perkhidmatan (Kapoor et al., 2005). Kualiti perkhidmatan adalah sangat penting kerana perkhidmatan yang tidak berkualiti akan memberikan impak negatif dan imej buruk kepada syarikat kerana pengguna tidak lagi berminat kepada perkhidmatan yang ditawarkan (Lovelock & Witz, 2011). Prakash dan Mohanty (2012) merumuskan bahawa semakin tinggi tahap kualiti yang ditawarkan, semakin tinggi tahap kepuasan pelanggan. Kualiti perkhidmatan juga sangat penting dalam mewujudkan keselesaan kepada pengguna. Menurut Ilma dan Sri Rahayu (2017), faktor –faktor kualiti perkhidmatan model SERVQUAL mempunyai kesan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lima faktor model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1998) dan faktor harga digunakan dalam kajian ini. Ladhari (2009) menegaskan bahawa model SERVQUAL adalah skala terbaik untuk menilai kualiti perkhidmatan dalam pelbagai industri.

### **2.1.3 Kewujudannyata**

Kewujudannyata merujuk kepada kemudahan fizikal, peralatan dan penampilan personal yang terlibat dalam aktiviti perkhidmatan dalam pengangkutan awam. Horsu & Yeboah (2016) dan Ilma & Sri Rahayu (2017) mendapati bahawa kualiti keadaan fizikal kenderaan yang digunakan untuk perkhidmatan teksi mempunyai kesan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara realistiknya, perkhidmatan teksi di Malaysia yang dikawal selia oleh SPAD telah menetapkan syarat-syarat tertentu untuk memastikan keadaan fizikal kenderaan dalam keadaan baik dan sentiasa diselenggara secara berkala oleh PUSPAKOM. (Laporan Portal SPAD). Oleh itu, H<sub>1</sub>: Kewujudannyata memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.

### **2.1.4 Kebolehpercayaan**

Kebolehpercayaan merupakan keupayaan untuk melaksanakan perkhidmatan dengan betul dan tepat serta boleh dipercayai (Ojo et al., 2014). Ia tertumpu kepada kemampuan pemandu teksi dalam menepati janji melalui pemberian perkhidmatan yang berkualiti kepada pelanggan. Kajian Frost & Sullivan (2016) ke atas pengguna perkhidmatan Uber/GrabCar mendapati bahawa mereka lebih cenderung untuk memilih perkhidmatan teksi jika ingin menggunakan jalan yang paling singkat dan cepat untuk sampai ke destinasi. Ilma & Sri Rahayu (2017) mendapati bahawa

kebolehpercayaan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh itu,

H<sub>2</sub>: Kebolehpercayaan memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.

### **2.1.5 Tindakbalas/Tanggungjawab**

Faktor tindakbalas/tanggungjawab ataupun responsif merujuk kepada keinginan kakitangan dalam membantu dan memberi perkhidmatan yang diperlukan kepada pelanggan dengan secepat mungkin (Fadilah et al., 2014). Ia juga merujuk kepada tindakbalas kesediaan mereka yang terlibat dalam membantu pelanggan dan menyediakan perkhidmatan dengan kadar segera (James, 2005). Ilma & Sri Rahayu (2017) pula menyatakan bahawa faktor ini mempunyai kesan yang positif dan ke atas kepuasan pelanggan. Oleh itu,

H<sub>3</sub>: Tindakbalas memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.

### **2.1.6 Jaminan**

Jaminan adalah pengetahuan dan keprihatinan pemandu dan keupayaan mereka melaksanakan tanggungjawab dengan sepenuh kepercayaan dan keyakinan (Ojo et al., 2014). Spark & Westgate (2012) menegaskan bahawa kegagalan perkhidmatan boleh memberi kesan yang amat buruk kepada seluruh organisasi apabila mereka tidak berjaya memberikan perkhidmatan seperti yang dijanjikan. Abdirahman (2016) mendapati faktor jaminan mempunyai kesan yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh itu,

H<sub>4</sub>: Jaminan memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.

### **2.1.7 Empati**

Empati adalah satu perasaan yang wujud apabila penyedia perkhidmatan pengangkutan awam memahami perasaan pelanggan dengan menawarkan perkhidmatan yang memuaskan hati pelanggan (Chew, 2007). Elemen ini adalah satu perasaan yang wujud apabila pihak pemandu perkhidmatan teksi memahami perasaan pengguna lalu menawarkan perkhidmatan yang memuaskan hati mereka. Kajian Rao et al (2016) dan Abdirahman (2016) mendapati empati mempunyai kesan yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh itu,

H<sub>5</sub>: Empati memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.

### **2.1.8 Harga**

Menurut Liozu (2013), harga mempunyai kesan yang besar dalam sesuatu perkhidmatan. Ia sering dikaitkan dengan faktor kemampuan bayar untuk membayar sesuatu barang atau perkhidmatan. Ilma & Sri Rahayu (2017), Dolarslan (2014) dan Horsu & Yeboah (2016) mendapati bahawa kesan nilai wang (*value for money*) yang merujuk kepada tambang perkhidmatan yang rendah dan berpatutan mempunyai kesan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh itu,

H<sub>6</sub>: Harga memberi kesan positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan.

### **3.0 Kaedah Penyelidikan**

#### **3.1 Rekabentuk Kajian**

Reka bentuk kajian ini dijalankan secara tinjauan. Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini bersifat kuantitatif. Kajian kuantitatif memfokus kepada analisis deskriptif dan inferensi. Soal selidik digunakan sebagai satu kaedah untuk mengumpul data. Kajian ini dijalankan selama dua bulan iaitu dari Januari 2018 hingga ke Februari 2018.

#### **3.2 Kaedah Pengumpulan Data dan Persampelan**

Borang kaji selidik telah diedarkan kepada 100 orang responden, iaitu pengguna perkhidmatan teksi di sekitar Kuantan melalui pertemuan secara bersemuka. Instrumen kajian ialah soalan kaji selidik yang terbahagi kepada dua bahagian iaitu Bahagian A dan Bahagian B. Bahagian A mengandungi soalan berkaitan demografi responden iaitu jantina, umur, status pekerjaan serta bilangan kereta yang dimiliki. Bahagian B pula ialah item-item untuk mengukur kesan kualiti perkhidmatan terhadap kepuasan pengguna perkhidmatan teksi di sekitar Kuantan. Bahagian B ini mengandungi 17 soalan yang menghubungkan 7 pemboleh ubah (6 pemboleh ubah tidak bersandar dan 1 pemboleh ubah bersandar). Pemboleh-pemboleh ubah itu terdiri daripada faktor-faktor model SERVQUAL iaitu kewujudannya, kebolehpercayaan, tindak balas/tanggungjawab, jaminan dan empati serta tambahan satu faktor lain iaitu harga dan hubungan kesemuanya dengan faktor kepuasan pelanggan.

Sumber soalan kaji selidik diadaptasi berdasarkan kajian Abdirahman (2016), Nistal & Regidor (2016) dan Horsu & Yeboah (2015). Item dalam instrumen berformat lima pilihan skala Likert (Mohd Najib, 1999). Populasi kajian ini melibatkan semua pengguna perkhidmatan pengangkutan teksi di sekitar Kuantan. Kajian ini menggunakan persampelan rawak mudah berdasarkan populasi yang tidak diketahui. Menurut Hair (2007), minimum saiz sampel ialah 100. Sebanyak 100 borang soal selidik telah diedarkan kepada responden. Kajian rintis yang dijalankan melibatkan 20 soalselidik. Keputusan kajian rintis menunjukkan nilai Cronbach's Alpha adalah di antara 0.7 hingga 0.9. Kajian ini menunjukkan kesemua soalan yang diedarkan kepada responden mencapai tahap kebolehpercayaan yang tinggi dan memuaskan (Hair et al., 2007), Pallant (2010) dan Uma Sekaran (2003).

Untuk analisis data, semua data yang telah dikumpulkan dianalisa bagi mendapatkan keputusan kajian. Data Bahagian A telah dianalisa menggunakan perisian *Statistical Package for the Social Science Software* (SPSS) bagi mengukur bahagian demografi menggunakan analisis frekuensi. Data di Bahagian B pula diukur menggunakan perisian Smart PLS 3 versi 3.0 untuk menguji hipotesis hubungan di antara faktor-faktor kualiti perkhidmatan dengan kepuasan pelanggan. Ukuran ini dinilai berdasarkan Standard Beta, P Value dan R<sup>2</sup>.

Standard Beta atau Beta Koefisien bertujuan untuk mengukur hubungan di antara pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah tidak

bersandar. Ukuran korelasi berjulat -1 hingga +1. P Value pula atau nilai probabiliti mengukur kebarangkalian perbezaan di antara kumpulan disebabkan peluang. Nilai P berada di antara 0 dan 1. R<sup>2</sup> juga dikenali sebagai koefisyen determinasi. Ianya adalah ukuran statistik yang mengukur sejauh manakah data menghampiri garisan regresi. Ukuran untuk R Square ialah di antara 0 hingga 100%.

Kajian ini menggunakan Smart PLS versi 3.0 kerana ia memudahkan pengkaji untuk mengengahkan persoalan kajian yang lebih luas iaitu ia boleh mengukur data yang tidak normal (Cassel, Hackl, Westland, 1999) dan boleh melaksanakan operasi kajian dengan lebih efektif ke atas saiz sampel yang pelbagai (Hair, Halt, Sarstedt, Thiele, 2017). Smart PLS juga menjadi pilihan kerana ia merupakan kaedah yang paling sesuai dan utama untuk kajian-kajian pemasaran dan sains sosial. (Jacobs et al, 2011).

### 3.3 Profil Demografi Responden

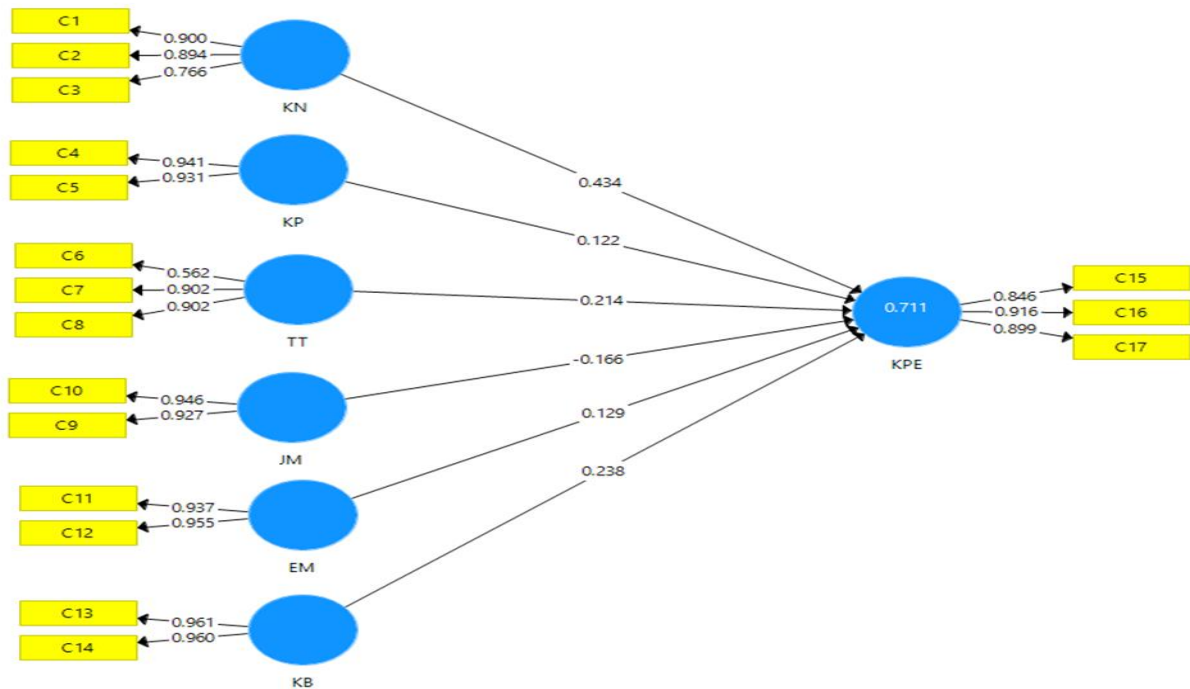
**Jadual 2:** Profil Demografi Responden

Demografi	Kategori	Kekerapan (n = 100)	Peratus
<b>Jantina</b>	Lelaki	50	50.0
	Perempuan	50	50.0
<b>Umur</b>	13 -17 Tahun	3	3.0
	18 – 25 Tahun	<b>75</b>	<b>75.0</b>
	26 – 39 Tahun	10	10.0
	40 – 50 Tahun	7	7.0
	51 – 60 Tahun	5	5.0
<b>Status Pekerjaan</b>	Pelajar	<b>76</b>	<b>76.0</b>
	Bekerja	22	22.0
	Tidak Bekerja	2	2.0
<b>Bil. Kereta Yang Dimiliki</b>	Tiada Kereta	<b>63</b>	<b>63.0</b>
	1 Kereta	26	26.0
	Lebih Dari 1 Kereta	11	11.0

Jadual 2 menunjukkan bahawa pengguna perkhidmatan teksi di Kuantan adalah terdiri daripada pelajar lepasan SPM dan mereka yang bekerja. (Majoriti responden berusia di antara 18 hingga 25 tahun). Perkhidmatan teksi menjadi pilihan utama kepada dua kumpulan ini memandangkan sistem pengangkutan awam darat di sekitar Kuantan hanya bergantung kepada perkhidmatan teksi, Uber dan Grab serta bas awam yang disediakan oleh Rapid Kuantan. Dapatan menunjukkan responden yang bekerja dan menggunakan perkhidmatan teksi berkemungkinan tidak mempunyai kenderaan sendiri manakala responden yang tidak memiliki kereta atau memiliki 1 kereta atau lebih juga menggunakan perkhidmatan teksi atas sebab kos perjalanan yang lebih murah dan capaian langsung untuk ke destinasi pilihan. Kesimpulannya, perkhidmatan teksi menjadi suatu keperluan dan memberi kemudahan kepada orang awam tanpa mengira status pekerjaan, usia dan status pemilikan kereta.



#### 4.0 Analisis Data dan Keputusan



KN=Kewujudannyata, KP=Kebolehpercayaan, TT=Tindakbalas/Tanggungjawab, JM=Jaminan, EM=Empati, KB=Harga, KPE=Kepuasan Pelanggan

**Rajah 2:** Model Pengukuran (PLS Structure Model)

#### 4.1 Keputusan Kajian

##### 4.1.1 Keputusan Kesahan Konstruk & Kesahan Konvergen

Jadual 3 menunjukkan kesemua faktor muatan melebihi 0.5. Apabila indikator muatan melebihi 0.50, lebih dari 50% varians, indikator menunjukkan tahap kebolehpercayaan yang memuaskan (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017). Penilaian Kebolehpercayaan Komposit (Composite Reliability) ialah untuk menentukan kebolehpercayaan konstruk. Kesemua nilai Kebolehpercayaan Komposit melebihi 0.7. Keputusan ini adalah memuaskan. (Schumacker & Lomax, 2004). Apabila Average Variance Extracted (AVE) melebihi 0.5, secara purata kesemua konstruk menerangkan lebih daripada 50% varians bagi item-itemnya (Chin, 1988). Keputusan menunjukkan AVE melebihi 0.5. Keputusan Average Variance Extracted (AVE) adalah memuaskan (Byrne, 2010).

**Jadual 3:** Keputusan Kesahan Konstruk & Kesahan Konvergen

Konstruk	Item	Faktor Muatan	AVE	CR
KN	C1	0.900	0.732	0.891
	C2	0.894		
	C3	0.766		
JM	C9	0.927	0.877	0.934
	C10	0.946		
EM	C11	0.937	0.895	0.945
	C12	0.955		

KB	C13	0.961	0.922	0.960
	C14	0.960		
KPE	C15	0.846	0.788	0.918
	C16	0.916		
	C17	0.899		
KP	C4	0.941	0.876	0.943
	C5	0.931		
TT	C6	0.562	0.648	0.841
	C7	0.902		
	C8	0.902		

Nota: AVE = Average Variance Extracted, CR = Composite Reliability

#### 4.1.2 Keputusan Kesahan Diskriminan (Discriminant Validity)

Keputusan kesahan di Jadual 4 menunjukkan kesemua punca kuasa Average Variance Extracted (AVE) lebih tinggi daripada korelasi di antara konstruk tertentu dengan lain-lain konstruk (Fornell & Larcker, 1981). Kesahan diskriminan untuk model ini adalah memuaskan. (Hair, Sarstedt, Ringle, & Mena, 2012).

**Jadual 4:** Keputusan Kesahan Diskriminan

Konstruk	EM	JM	KB	KN	KP	KPE	TT
EM	<b>0.946</b>						
JM	0.793	<b>0.936</b>					
KB	0.503	0.382	<b>0.960</b>				
KN	0.752	0.770	0.529	<b>0.855</b>			
KP	0.685	0.669	0.554	0.747	<b>0.936</b>		
KPE	0.669	0.600	0.622	0.787	0.705	<b>0.888</b>	
TT	0.668	0.735	0.402	0.781	0.702	0.698	<b>0.805</b>

Note: Diagonal values are square root of AVE (bolded), off-diagonal values are correlation coefficients.

#### 4.1.3 Keputusan Ujian Hipotesis

Ujian hipotesis dijalankan untuk menguji keenam-enam hipotesis dengan menggunakan prosedur *bootstrapping* ke atas 500 subsampel. Menurut Hair et al. (2014 p.132), bilangan sampel mestilah sekurang-kurangnya lebih besar daripada jumlah ujian yang sah dalam data asal, tetapi yang dicadangkan memadai dengan 500. Deng et al. (2013) pula mendapati bahawa salinan bootstrap di antara 500 ke 2000 memberi kesan yang minima ke atas Standard Error atau Selang KepercayaanKesimpulan . Keputusan ujian hipotesis ditunjukkan dalam Jadual 5 di mana 3 hipotesis disokong manakala 3 hipotesis ditolak ( $\alpha = 0.05$  (*one-tailed*)). Hipotesis yang disokong merujuk kepada faktor harga, kewujudannyata dan tanggungjawab/tindakbalas. Ketiga-tiga faktor tersebut mempunyai hubungan yang positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan. Hipotesis yang ditolak pula ialah empati, jaminan dan kebolehppercayaan. Faktor kebolehppercayaan dan empati mempunyai hubungan yang positif dan tidak signifikan ke atas kepuasan

pelanggan manakala faktor jaminan berhubungan secara negatif dengan kepuasan pelanggan.

**Jadual 5:** Keputusan Ujian Hipotesis

<b>Hipotesis</b>	<b>Hubungan</b>	<b>Std. Beta</b>	<b>Std. Error</b>	<b>T-Values</b>	<b>P-Values*</b>	<b>Keputusan</b>
H <sub>1</sub>	KN -> KPE	0.434	0.132	3.281	0.001	<b>Disokong</b>
H <sub>2</sub>	KP -> KPE	0.122	0.110	1.109	0.134	Tidak Disokong
H <sub>3</sub>	TT -> KPE	0.214	0.105	2.042	0.021	<b>Disokong</b>
H <sub>4</sub>	JM -> KPE	-0.166	0.119	1.401	0.081	Tidak Disokong
H <sub>5</sub>	EM -> KPE	0.129	0.096	1.342	0.090	Tidak Disokong
H <sub>6</sub>	KB -> KPE	0.238	0.073	3.276	0.001	<b>Disokong</b>

**Nota: \* $\alpha$  = 0.05 (one-tailed)**  
**R<sup>2</sup>=0.711**

Jadual 5 juga menunjukkan nilai R<sup>2</sup> bagi kepuasan pelanggan ialah 71.1%. Ini menunjukkan bahawa 71.1% daripada jumlah varian dalam kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan teksi ditentukan oleh keenam-enam faktor yang diukur manakala bakinya pula ditentukan oleh faktor-faktor lain. Menurut Hair et al (2011), nilai R<sup>2</sup> ini berada dalam skala melebihi tahap sederhana dan memuaskan.

## 5.0 Perbincangan

Kajian menunjukkan kewujudannyata mempunyai kesan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan. Dapatan ini adalah selari dengan kajian Ilma & Sri Rahayu (2017). Faktor ini menjadi penandaaras utama dalam mencerminkan keberkesanan perkhidmatan kerana ia merupakan gambaran fizikal kenderaan yang digunakan dan perawakan pemandu. Faktor kebolehpercayaan pula didapati mempunyai hubungan yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kajian Horsu & Yeboah (2015) adalah selari dengan dapatan kajian ini yang mendapati bahawa kebolehpercayaan merupakan faktor kedua tertinggi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hipotesis ketiga juga disokong, iaitu tindakbalas/tanggungjawab mempunyai kesan yang positif dan signifikan ke atas kepuasan pelanggan. Dapatan kajian Mai & Ngo (2016) adalah selari dengan dapatan kajian ini. Pemandu teksi seharusnya bersikap proaktif dalam memberikan maklum balas kepada pelanggan.

Hipotesis yang keempat, faktor jaminan tidak disokong. Dapatan kajian ini membuktikan bahawa walaupun SPAD telah menguatkuasakan pemeriksaan kenderaan teksi secara berkala bagi menjamin keselamatan pengguna di jalanraya, masih terdapat pengguna yang tidak berpuas hati. Hipotesis yang kelima iaitu faktor empati juga tidak disokong. Dapatan kajian ini adalah bertentangan dengan kajian Rao et al. (2016) dan Abdirahman (2016) yang mendapati pemandu teksi yang berempati dan sentiasa meletakkan diri mereka di tempat pengguna akan dapat memenuhi kehendak pelanggan sebaik mungkin. Hipotesis terakhir, iaitu faktor harga,

mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan. Dapatan kajian ini adalah selari dengan kajian Ilma & Sri Rahayu (2017); Dolarslan (2014) dan Mai & Ngo (2016). Kesimpulannya, pengguna berpuashati apabila tambang yang dikenakan adalah berpatutan dengan perkhidmatan yang ditawarkan.

## **6.0 Kesimpulan dan Cadangan**

Keputusan kajian jelas menunjukkan bahawa selain daripada enam faktor yang diukur, terdapat lagi faktor-faktor kualiti perkhidmatan lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan perkhidmatan teksi di Kuantan. Oleh itu, kajian susulan boleh dilaksanakan dengan menguji faktor-faktor lain bagi mendapat gambaran yang lebih menyeluruh tentang kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan teksi di Kuantan.

Memandangkan isu persaingan teksi dengan GrabCar tidak berkesudahan sehingga kini, kajian perbandingan tahap kepuasan pelanggan di antara kedua-duanya bakal memberi input yang lebih jelas tentang kedudukan mereka dalam pasaran. Manfaat ini boleh digunakan oleh kedua-dua pihak bagi meningkatkan kualiti perkhidmatan mereka serta bersaing dalam suasana yang lebih sihat. Kajian susulan juga boleh dilakukan dengan mengukur hubungan kepuasan pelanggan dengan kesetiaan mereka terhadap perkhidmatan yang ditawarkan.

Tidak disangkal lagi bahawa peranan yang dimainkan oleh perkhidmatan teksi dalam sektor pengangkutan awam memberi impak yang besar kepada penduduk setempat. Jaminan kualiti perkhidmatan yang terbaik dan memuaskan akan menentukan hala tuju dan masadepan industri ini. Dengan mengambilkira faktor-faktor kualiti yang dinyatakan, perkhidmatan teksi diharapkan dapat berdaya saing dalam pasaran yang kompetitif, selari dengan keperluan dan kehendak pelanggan masa kini.

## **Rujukan**

- Abdirahman, A (2016). *Service Quality Practices and Customer Satisfaction in Taxi Companies in Nairobi*.
- Author, I. (2016 April 10). "Apa itu Uber".[http:// Berita Harian](http://BeritaHarian.com.my). (2017, February 14). Majlis Pengangkutan Awam (PTC)
- Author, I. (2016). 7 Sebab mengapa grabcar uber jadi pilihan  
<http://www.sinarharian.com.my/rencana/7-sebab-mengapa-grabcar-uber-jadi-pilihan-1.576871>
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). London: Routledge, Taylor & Francis Group.

- Chen, M. C., Chang, K. C., Hsu, C. L., & Yang, I. C. (2011). Understanding the Relationship between service convenience and customer satisfaction in home delivery by Kano model. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(3), 386-410
- Dachyar, M & A Rusydina (2015). Measuring Customer Satisfaction and Its Relationship Towards Taxi's Service Quality Around Capital City Jakarta. *Int. J. Eng. Technol. IJET-IJENS* 16 (1), 24-27
- Dolarsan, E. (2014) Assessing the Effects of Satisfaction and Value on Customer Loyalty Behaviors in Service Environments. *Management Research Review*. Vol. 37 No. 8
- Fornell, C., & Larcker, F. D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Horsu, Emmanuel Nonzor & Yeboah, Solomon Tawiah ( 2015 ). Influence of service quality on customer satisfaction: A study of mini taxi services in Cape Coast, *International Journal of Economics, Commerce and Management*. Volume 3, Issue 5.
- Ilma Khairani, & Sri Rahayu Hijrah Hati (2017). The Effects of Perceived Service Quality towards Customer Satisfaction and Behavioral Intentions in Online Transportation. *International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS) Volume 5, Issue 1*
- Ladhari, Riadh (2009). "A review of twenty years of SERVQUAL research ", *International Journal of Quality and Service Sciences* , Vol. 1 Issue: 2
- Laporan Tahunan 2016 Program Transformasi Negara  
<http://www.mosti.gov.my/wp-content/uploads/2017/05/Laporan-Tahunan-2016-Program-Transformasi-Negara.pdf>
- Mai Ngoc Khuang, & Ngo Quang Dai (2016). The Factor Affecting Customer Satisfaction Customer Loyalty – A study of Local Taxi Companies in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Volume 7, No.5.
- Nistal, Patrick , & Dr. Jose Regin F. Regidor (2016). *Comparative Study of Uber and Regular Taxi Service Characteristic*.
- Ojo, Thomas Kolawole, Dauda Suleman, Nutsogbodo Ricky, Mireku, Dickson Okoree (2014) Service Quality and Customer Satisfaction of Public Transport on Cape Coast- Accra Route, Ghana

- Prakash, A. and Mohanty, R. (2013) 'Understanding service quality', *Production Planning and Control*, Vol. 24, No. 12, pp.1050–1065.
- Parasuraman A., Zeithmal V.A., Berry L.L. (1998) *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*, "Retailing Critical concepts", 64 (1).
- Rao, Purba, Abdul Wahid Khan, Jangid, Ambika, Bansal, Ankit, Chaudary, Shiven, Tyagi, Vinay, Maruthappan S(2016) Factors Affecting Customer Satisfaction in the Taxi Service Market in India. *Research Gate*.
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., Schlittgen, R., & Taylor, C. R. (2013). PLS path modeling and evolutionary segmentation. *Journal of Business Research*, 66, 1318–1324. [10.1016/j.jbusres.2012.02.031](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.02.031)