

Kajian Terhadap Tahap Kepuasan Pelanggan di Kafeteria Merpati Kolej Dato Bahaman UiTM Pahang

*Mohd Faizal Azrul Azwan Muhamed @ Che Harun
Siti Aishah Mohamad
Ilyani Azer
Mohd Samsuri Ghazali*

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu perkara yang penting dalam sesebuah perniagaan. Disamping dapat meningkatkan keuntungan, kepuasan pelanggan juga mampu membentuk kesetiaan pelanggan terhadap sesebuah produk atau perkhidmatan yang digunakan. Dari aspek perniagaan makanan seperti kafeteria, kepuasan pelanggan menentukan jumlah pelanggan untuk menikmati makanan di sesebuah permiss makanan atau tidak. Kajian ini bertujuan menilai tahap kepuasan pelanggan di Kafeteria Merpati Kolej Dato Bahaman UiTM Pahang dengan melibatkan 500 orang responden, terdiri daripada pelajar siswa yang sentiasa mengunjungi kafeteria tersebut. Disamping itu, kajian ini juga akan mengkaji faktor-faktor pendorong kepada tahap kepuasan pelanggan. Kajian ini menggunakan perisian SPSS untuk menganalisa data kekerapan dan peratusan. Dapatan kajian ini boleh digunakan oleh pihak pengusaha Kafeteria untuk membuat penambahbaikan dalam usaha untuk meningkatkan tahap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan, Kafeteria Merpati, Pelajar Siswa.*

Pengenalan

Kesetiaan pelanggan dikaitkan dengan kepuasan pelanggan terhadap sesuatu mutu perkhidmatan. Kadangkala pelanggan kurang berpuas hati dengan perkhidmatan atau produk yang diberikan, tetapi mereka tetap membuat urusan bersama anda (Jay Heizer and Barry Render, 2006). Seorang pelanggan yang setia dikatakan boleh memaafkan kesilapan anda dan pelanggan yang setia adalah seorang yang menghargai bagaimana anda menyelesaikan masalah dan kembali kepada anda disebabkan perkhidmatan yang bagus (Boshoff, C. dan Gray, B. (2004).

Sebagai contoh, anda pergi ke restoran dan membuat pesanan makanan, tetapi malangnya servisnya terlalu lambat, keadaan yang kotor, makanan tidak bertutup dan banyak lagi yang membuatkan anda bosan menunggu. Kepada pelanggan yang tidak berpuas hati, mungkin mereka membuat aduan kepada pengurus restoran tersebut, dan lebih teruk, mungkin yang hanya berdiam diri dan tidak kembali ke restoran anda.

Tetapi kepada pelanggan yang setia, walaupun mereka tidak gembira dengan perkhidmatan yang diberikan, mereka akan memberitahu pengurus restoran mengenai perkara ini dan bertanyakan masalah yang mereka hadapi dan memberikan peluang kepada mereka untuk memperbaiki masalah ini. Memberikan servis untuk kepuasan pelanggan sahaja tidak mencukupi, anda perlu juga menimbulkan kesetiaan pelanggan anda terhadap perniagaan anda (Petridou dan Glaveli 2004).

Walaupun adakalanya pelanggan bersikap terbuka dan memaafkan pengusaha restoran tersebut, akan tetapi pengusaha ini mengambil sikap sambil lewa terhadap teguran yang diberikan sehingga adakalanya teguran daripada pelanggan tidak memberi apa-apa makna kepada mereka.

Kajian yang dibuat ini berkaitan perniagaan kafeteria yang mana sistem perniagaan dan pengurusannya hampir sama dengan sistem perniagaan restoran.

Kafeteria Merpati Kolej Dato' Bahaman atau dahulunya dikenali Kafeteria Kolej siswa merupakan satu-satunya kafe yang disediakan didalam kolej keidaman Dato' Bahaman. Kafe ini telah beroperasi sejak

tertubuhnya UiTM Pahang. Kafeteria ini juga telah menerima pertukaran ramai pengusaha/penggerai kerana tempoh yang diberikan telah tamat. Kafe ini beroperasi dengan menjual makanan dan minuman kepada pelanggan yang terdiri daripada pelajar siswa UiTM Pahang. Antara menu yang dijual di kafeteria ini adalah nasi goreng, nasi lemak, mee goreng, kuih muih, minuman, roti canai dan pelbagai lagi. Kafeteria ini beroperasi bermula jam 7.00 pagi untuk sarapan pagi dan ditutup pada jam 11.00 malam setiap hari dengan dibantu oleh antara 20 orang pekerja yang terdiri daripada tukang masak, tukang cuci pinggan mangkuk, pelayan, tukang sapu dan pekerja lain. Pengusaha kafeteria ini biasanya adalah dikalangan penduduk tempatan Bandar Tun Razak Jengka yang diberi tempoh 2 tahun untuk menguruskan kafeteria ini.

Pelanggan Kafeteria Merpati terdiri daripada 2000 pelajar siswa daripada semester satu hingga semester enam. Pelajar ini juga terdiri daripada pelajar pelbagai kursus di kalangan sains teknologi dan sains sosial.

Walaupun bagaimanapun, sejak kebelakangan ini, pihak pengurusan kolej menerima banyak aduan mengenai kafeteria ini. Aduan yang diterima adalah mengenai harga makanan, kebersihan, sikap pekerja dan pengusaha dan sebagainya. Oleh itu, satu kajian telah dilakukan untuk menilai tahap kepuasan pelanggan terhadap Kafeteria Melati. Kajian ini dibuat adalah untuk menilai kepuasan pelanggan kafeteria ini dari aspek pengusaha kafeteria, kebersihan makanan, harga makanan, kebersihan dan kualiti makanan yang disediakan.

Kajian Literatur

Kepuasan pelanggan merupakan situasi dimana barang atau produk yang dibeli oleh pelanggan menepati kriteria ataupun piawaian yang dikehendaki oleh mereka. Menurut John A. Fitzsimon (2002) Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan keperluan pelanggan dipenuhi. Suatu layanan dinilai memuaskan apabila layanan tersebut dapat memenuhi keperluan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan layanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Darsawarsa ini, kebanyakan pengusaha restoran ataupun kafeteria memandang remeh terhadap kepuasan pelanggan kerana mereka lebih mementingkan keuntungan daripada kepuasan pelanggan.

Kafeteria, restoran, kedai makan atau gerai ialah sebuah pertubuhan yang menghidangkan makanan dan minuman telah siap untuk dipesan, dan dimakan (atau minum) di premis. Istilah ini meliputi kepelbagaian tempat dan kelainan cara masakan (Yi.Y, 2000). Kedai makan kadangkala merupakan ciri kompleks yang lebih besar, biasanya seperti hotel, di mana kemudahan makan disediakan untuk kemudahan pelanggan serta untuk pihak hotel memaksimumkan pendapatan berpotensi mereka. Kedai makan ini juga dibuka kepada bukan peminat. Pengendali kedai makan dikenali sebagai seorang *restauranteur*; perkataan yang asalnya dari kata kerja bahasa Perancis *restaurer* (Pearce II, J. dan R. 2012).

Adakalanya pengusaha kafeteria ini tidak mengambil berat tentang aspek kebersihan premis mereka sedangkan mereka tahu kebersihan merupakan aspek yang paling penting dalam menarik minat pelanggan untuk ke premis mereka. Pihak pengusaha premis makanan sepatutnya menitikberatkan aspek kehendak dan kemahuan pelanggan bagi memastikan pelanggan datang semula ke premis mereka pada masa akan datang.

Oliver, R.I. (2006) dan Kang dan James (2002) menyatakan perkhidmatan berkualiti dapat dilihat dari segi kualiti fizikal, kualiti interaktif dan kualiti imej korporat. Kualiti fizikal berkaitan dengan aspek-aspek yang dapat dilihat didalam sesebuah perkhidmatan, kualiti interaktif pula melibatkan sifat interaktif yang perkhidmatan merujuk kepada aliran dua hala yang berlaku antara pelanggan dan pembekal perkhidmatan, atau wakil beliau, termasuk kedua-dua interaksi automatik dan animasi. (Morgan, et al., 2005)

Kualiti juga telah ditakrifkan sebagai gambaran keseluruhan pengguna terhadap keunggulan organisasi dan perkhidmatan (Zeithaml et al, 2004). Lawrence J. Gitman dan Carl McDaniel (2003), mengatakan Kualiti perkhidmatan yang dilihat adalah sikap penghakiman pengguna mengenai perkhidmatan secara keseluruhan. Persepsi pengguna terhadap kualiti sesebuah perkhidmatan dapat dilihat melalui perbandingan jangkaan pengguna dengan persepsi mereka terhadap perkhidmatan yang sebenarnya disampaikan oleh Spathis, Petridou dan Glaveli (2004). Grönroos (2001) yang dipetik dalam Spathis,

Petridou dan Glaveli (2004) baru-baru ini menafsirkan semula kualiti perkhidmatan sebagai campuran tiga unsur iaitu kualiti proses penggunaan itu sendiri, kualiti hasil proses itu; dan imej pembekal perkhidmatan.

Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan teknik soal selidik. Sebanyak 500 borang soal selidik telah diagihkan kepada 500 orang pelajar siswa. Kesemua soalan yang diagihkan telah berjaya diisi dan dipulangkan semula oleh responden dalam tempoh satu minggu. Responden adalah terdiri daripada pelajar siswa Kolej Kediaman Dato Bahaman. dan dipilih secara rawak untuk menjawab soal selidik tersebut.

Soal selidik ini merangkumi 5 bahagian iaitu bahagian A mengenai maklumat peribadi responden, bahagian B kekerapan ke kafeteria, bahagian C berkaitan pengusaha kafeteria, bahagian D aspek perkhidmatan makanan dan bahagian E aspek kebersihan. Maklumat soal selidik ini telah dianalisa menggunakan perisian SPSS 20 untuk mendapatkan maklumat mengenai kekerapan dan peratusan.

Hasil Kajian

Maklumat Peribadi

Jadual 1.0 : Bilangan Responden Mengikut Fakulti

Fakulti	BM	AC	SR	EC	OM	AS	AT
Jumlah	84	83	88	80	82	43	40
Peratus	16.8	16.6	17.6	16	16.4	8.6	8

Jadual 1.0 menunjukkan reponden adalah terdiri daripada pelajar Fakulti Pengurusan Perniagaan (BM), Perakaunan (AC), Sains Sukan (SR), Kejuruteraan (EC) Pengurusan Penjabat (OM), Sains Gunaan (AS) dan Perladangan dan Agroteknologi (AT). Kebanyakan responden adalah terdiri daripada pelajar Fakulti Sains Sukan (SR) dan Rekreasi iaitu sebanyak 88 orang ataupun 17.6 peratus. Manakala pelajar daripada Fakulti Perladangan dan Agroteknologi (AT) merupakan responden yang paling sedikit iaitu sebanyak 40 orang ataupun 8%.

Jadual 2.0 : Umur Responden

Umur	18-21	22-25	Melebihi 25
Jumlah	417	68	15
Peratus	83.4	13.6	3

Manakala dalam Jadual 2, majoriti responden adalah terdiri daripada pelajar yang berumur 18hingga21 tahun iaitu sebanyak 417 orang atau 83.4 peratus dan yang paling sedikit adalah melebihi 25 tahun iaitu sebanyak 15 orang atau 3 peratus. Perkara ini terjadi kerana, di Kolej Dato Bahaman kebanyakan pelajar adalah pelajar di peringkat diploma.

Kajian Mengenai Kekerapan ke Kafetria**Jadual 3.0:** Kekerapan ke Kafeteria

Kekerapan	Pertama kali	Setiap hari	Seminggu sekali	Sebulan sekali
Jumlah	23	439	21	17
Peratus	4.6	87.8	4.2	3.4

Jadual 4.0: Kekerapan Pelajar ke Kafeteria Dalam Satu Hari

Kekerapan	Sekali	2 kali	3 kali	Lebih dari 3 kali
Jumlah	145	312	31	12
Peratus	29	62.4	6.2	2.4

Jadual 5.0: Tujuan ke Kafeteria

Kekerapan	Membeli Makanan	Menonton TV	Berjumpa Rakan	Siapkan tugas
Jumlah	275	163	52	10
Peratus	55	32.6	10.4	2

Jadual 6.0: Faktor Pendorong Pelajar ke Kafeteria

Kekerapan	Makanan Yang Lazat	Harga Berpatutan	Tiada Pilihan
Jumlah	162	121	217
Peratus	32.4	24.2	43.4

Berdasarkan Jadual 3.0 diatas, dapat dilihat dan ditafsirkan bahawa majoriti pelajar ini ke kafeteria pada setiap hari dengan peratusan 87.8 peratus. Faktor pendorong pelajar ini ke kafeteria setiap hari dapat dilihat didalam jadual 6.0 dengan majoriti mengatakan mereka tiada pilihan lain selain daripada kafeteria ini dengan peratusan 43.4 peratus. Dalam pada itu, 63.4 peratus pelajar pergi ke kafeteria ini sebanyak 2 kali sehari seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 4.0 dengan tujuan utama adalah membeli makanan dengan peratus 55 peratus seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 5.0.

Kajian Mengenai Pengusaha Kafeteria**Jadual 7.0:** Analisa Mengenai Pengusaha Kafeteria

	Setuju	%	Sangat setuju	%	Tidak setuju	%	Sangat tidak setuju	%
Layanan Yang Baik	111	22.2	43	8.6	254	50.8	92	18.4
Sentiasa ada di Kaunter	273	54.6	57	11.4	135	27	35	7
Pakaian kemas dan bersih	78	15.6	89	17.8	199	39.8	134	26.8

Mengukir senyuman	49	9.8	63	19.6	312	62.4	76	15.2
Mementingkan aspek kebersihan	75	15	71	14.2	254	50.8	100	20
Berpuas hati dengan pengusaha secara keseluruhan	39	7.8	54	10.8	276	55.2	131	26.2

Pengusaha kafeteria memainkan peranan yang penting dalam melicinkan urusan jual beli di kafeteria. Dalam jadual 7, kesimpulan yang dapat dibuat adalah 50.8 peratus pelajar tidak bersetuju bahawa layanan yang diberikan adalah baik. Dalam pada itu, pengusaha ini sentiasa berada dikaunter bayaran untuk memastikan pelajar membuat bayaran dengan peratusan yang bersetuju adalah sebanyak 54.6 peratus. Dalam pada itu, 39.8 peratus pelajar mengatakan pemakaian pengusaha kafeteria tidak kemas kerana ada diantara pekerja ini tidak memakai apron dan penutup kepala semasa menjalankan urusan jual beli. Pengusaha kafeteria juga tidak menunjukkan kemesraan dengan tidak mengukir senyuman kepada pelanggan dengan majoriti tidak bersetuju bahawa pengusaha kafeteria sentiasa mengukir senyuman adalah sebanyak 62.4 peratus. Pengusaha ini juga dilihat tidak mementingkan aspek kebersihan makanan apabila 50.8 peratus pelajar tidak bersetuju dengan kenyataan pengusaha sentiasa pastikan makanan bertutup, memakai penutup kepala, memakai kasut, tidak merokok didalam kawasan kafeteria, memakai apron dan memakai pakaian seragam. Secara keseluruhan pelajar tidak berpuas hati dengan pengusaha kafeteria apabila peratusan yang tidak bersetuju dengan pengusaha ini adalah sangat tinggi iaitu 55.2 peratus.

Kajian Mengenai Perkhidmatan Makanan

Jadual 8.0 : Penilaian Aspek Kualiti Makanan yang disediakan

	YA	%	TIDAK	%
Makanan sentiasa bertutup	113	22.6	387	77.4
Makanan dalam keadaan baik	109	21.8	391	78.2
Harga yang berpatutan dengan kualiti makanan	89	17.8	411	82.2
Banyak pilihan makanan	111	22.2	399	77.8
Berpuas hati dengan kualiti makanan secara keseluruhan	95	19	405	81

Jadual diatas menunjukkan pelajar tidak berpuas hati dengan kualiti makanan yang disediakan dengan majoritisebanyak 81 peratus. Ini dapat dilihat daripada beberapa faktor antaranya makanan yang disediakan tidak bertutup dengan peratusan 77.4 peratus. Dalam pada itu, makanan yang disediakan juga tidak berada dalam keadaan yang baik dengan peratusan sebanyak 78.2 peratus dengan harga yang diletakkan tidak berpatutan dan seiring kualiti makanannya dengan peratusan 82.2 peratus. Kafeteria ini juga tidak menyediakan banyak pilihan makanan dengan peratusan 77.8 peratus. Jika dilihat secara keseluruhan, peratusan yang mengatakan tidak adalah sangat tinggi dan ini menunjukkan pengusaha kafeteria ini tidak mementingkan kualiti makanan.

Kajian Mengenai Aspek kebersihan

Jadual 9.0: Penilaian aspek kebersihan

	YA	%	TIDAK	%
Peralatan & kelengkapan makanan sentiasa bersih	144	28.8	356	71.2

Meja sentiasa berada dalam keadaan bersih dan mempunyai alas meja	248	49.6	252	50.4
Tong sampah sentiasa bertutup dan tempat membuang sisa makanan sentiasa bersih	185	37	325	63
Kafeteria KDB sentiasa berada dalam keadaan bersih.	124	24.8	376	75.2

Dalam jadual diatas, kesimpulan yang dapat dibuat adalah kafeteria ini tidak berada pada tahap kebersihan yang bagus dengan peratusan sebanyak 75.2 peratus. Hal ini terjadi kerana perlatan dan kelengkapan makanan yang tidak bersih (71.2%), meja tidak bersih dan tidak beralas (50.4%), tong sampah yang tidak bertutup (63%). Kesimpulan yang dapat dibuat, kafeteria ini tidak mementingkan aspek kebersihan didalam premis mereka.

Kajian Mengenai Aspek Kepuasan Pelanggan

Jadual 10.0: Kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang disediakan

	YA	%	TIDAK	%
Kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang disediakan	105	21	395	79

Merujuk jadual 10.0 diatas, 395 pelajar atau 79 peratus mengatakan mereka tidak berpuas hati dengan perkhidmatan yang disediakan oleh pengusaha kafeteria dan 21% mengatakan mereka berpuas hati. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor yang telah dinyatakan diatas.

Kesimpulan

Sebagai seorang pengusaha makanan, aspek kebersihan dan kualiti makanan perlu di titikberatkan kerana ianya merupakan elemen yang paling penting dalam memastikan kepuasan pelanggan berada pada tahap yang amat bagus. Pengusaha juga tidak seharusnya mementingkan keuntungan sahaja tetapi sebaliknya hati pelanggan perlu dijaga.

Kesimpulan yang dapat dibuat, secara keseluruhan cafeteria Merpati Kolej Dato Bahaman tidak berada pada tahap kebersihan yang bagus, kualiti makanan yang tidak memuaskan dan sikap pengusaha yang tidak mesra semasa mengusahakan premis mereka. Hal ini dapat dilihat daripada penilaian dan perbincangan yang telah dibuat diatas. Secara keseluruhan, pelajar atau pelanggan merasa tidak berpuas hati dengan perkhidmatan yang disediakan oleh pengusaha kafeteria.

Cadangan Penambahbaikan

Memberi Latihan Kualiti Perkhidmatan

Pengurusan Kafeteria Merpati harus menyediakan program latihan mengenai kualiti perkhidmatan untuk kakitangan mereka. Dengan menyediakan program latihan begini, kualiti perkhidmatan yang dilaksanakan oleh Kafeteria Merpati boleh dipertingkatkan demi memajukan kafeteria ini. Selain itu, kualiti perkhidmatan adalah penting bagi memastikan peningkatan kualiti keseluruhan dalam syarikat itu. Pengurusan boleh membangunkan rancangan untuk melatih semua orang dalam kualiti perkhidmatan asas yang berkaitan dengan perkhidmatan yang disediakan oleh syarikat. Dengan adanya latihan sebegini, semua pekerja di Kafeteria Merpati akan lebih arif dalam mengendalikan makanan dan pelanggan.

Meningkatkan Perkhidmatan Pelanggan

Kafeteria Merpati perlu mempunyai inisiatif untuk meningkatkan tahap perkhidmatan pelanggan mereka untuk membuat pelanggan mereka lebih berpuas hati dan menjadi setia kepada mereka. Ini juga boleh membina kepercayaan dan keyakinan di kalangan pelanggan.

Menyediakan Lebih Pilihan Makanan

Kafeteria Merpati sepatutnya lebih arif dan mengambil berat tentang kehendak dan kemahuan pelanggan. Menu yang disediakan mestilah pelbagai bagi memudahkan pelanggan membuat pilihan makanan. Ada masanya Kafeteria Merpati hanya menyediakan menu yang sama setiap hari dan ini menyebabkan pelanggan menjadi bosan.

Meletakkan Harga yang Berpatutan

Pelanggan di Kafeteria Merpati adalah pelajar di UiTM Pahang. Sebagai seorang pengusaha kafeteria di dalam kolej kediaman, mereka sepatutnya tahu tahap kewangan pelajar ini. Harga yang dikenakan keatas makanan mestilah berpatutan dan bersesuaian dengan sumber kewangan pelajar.

Menyediakan Lebih Banyak Tong Sampah

Untuk memastikan kafeteria sentiasa berada dalam keadaan bersih, pihak kafeteria mestilah menyediakan lebih banyak tong sampah dan besen untuk pelajar meletakkan pinggan kotor dan sisa –sisa makanan. Ini bertujuan mewujudkan suasana yang bersih didalam kafeteria dan memastikan pelanggan berasa selesa apabila berada di kafeteria.

Mesra Pelanggan

Seperti yang kita semua tahu, dalam menguruskan kafeteria atau pengusaha makanan, selain daripada makanan yang sedap, sikap mesra pelanggan perlu ada dalam diri pengusaha. Hal ini bertujuan memudahkan segala urusan. Jika pengusaha itu sendiri susah untuk mengukirkan senyuman dan sering memarahi pelanggan nescaya pada masa akan datang, pelanggan tidak lagi akan hadir ke kafeteria ini.

Rujukan

- Boshoff, C. & Gray, B. (2004). The relationships between service quality, customer satisfaction and buying intentions in the private hospital industry. *South African Journal of Business Management*, Vol. 35 No. 4, pp. 27-37.
- Groenroos, C. (2001). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*, (2nd ed). Wiley, Chichester.
- John A. Fitzsimmon .(2002). *The Business Environment*, (HD70.G7 W64 2003).
- Jay Heizer & Barry Render. (2006). *Operations Management*, Pearson Prentice Hall.
- Kang, G., James, J., & Alexandris, K. (2002). Measurement of internal service quality: application of the SERVQUAL battery to internal service quality. *Managing Service Quality*, Vol. 12 No. 5, pp. 278-91.
- Lawrence J. Gitman & Carl McDaniel. (2003). *The Best of the Future of Business*, (HD70.U5 G295 2003).
- Morgan, N.A., Anderson, E.W., & Mittal, V. (2005). Understanding firms' customer satisfaction information usage. *Journal of Marketing*, Vol. 69 No. 3, pp. 131-51.
- Spathis, Petridou & Glaveli. (2004). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, No. 17, November, pp. 460-9.

- Oliver, R.I. (2006). Varieties of value in the consumption satisfaction response in Corfman, K.P., & Lynch, J.G. (Eds). *Advances in Consumer Research*, Vol. 23, Association for Consumer Research, Provo, UT, pp. 143-7.
- Petridou & Glaveli. (2004). Five imperatives for improving service quality. *Sloan Management Review*, Vol. 31, pp.29-38.
- Pearce II, John., & Robinson, Richard. (2012). *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. Burr Ridge, IL: Irwin.
- Yi, Y. (2000). A critical review of customer satisfaction. *Review of Marketing, American Marketing Association*, Chicago, IL, pp. 68-123.
- Zeithaml, V.A. (2004). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, Vol. 52 No. 3, pp. 2-22.

MOHD FAIZAL AZRUL AZWAN MUHAMED, SITI AISHAH MOHAMAD, ILYANI AZER,
MOHD SAMSURI GHAZALI.
Universiti Teknologi MARA (Pahang).
faizalazrul@pahang.uitm.edu.my,sitia@pahang.uitm.edu.my,ilyani_azer@pahang.uitm.edu.my,
samsuri@pahang.uitm.edu.my.