

KEPUASAN TERHADAP KUALITI PERKHIDMATAN KTM KOMUTER: KAJIAN KES DI LEMBAH KLANG

Maziah Osman

Siti Syuhada Abd Rahman

Muhammad Firdaus Muhammad Sabri

Jabatan Pengurusan Perniagaan

Fakulti Pengurusan dan Muamalah

Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS)

puteri_aziah@yahoo.com, sitisyuhada@kuis.edu.my, firdaussabri@kuis.edu.my

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan isu yang penting dan kritikal bagi menjamin kejayaan sesebuah organisasi perkhidmatan. Kegagalan memenuhi kepuasan pelanggan dengan menyediakan perkhidmatan yang berkualiti akan memberi reputasi dan gambaran yang tidak baik kepada organisasi untuk jangka masa panjang. Kualiti adalah suatu proses berterusan untuk mengekalkan hubungan antara sesebuah organisasi perkhidmatan dengan pelanggan. Ia merupakan fungsi teras sesebuah organisasi perkhidmatan dalam memenuhi kehendak dan kepuasan pelanggannya yang sukar dijangka. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan KTM Komuter dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL iaitu kebolehpercayaan, jaminan, bukti fizikal, empati dan responsif. Kajian ini adalah kajian kuantitatif yang menggunakan instrumen borang soal selidik yang diedarkan secara rawak kepada seramai 200 orang awam di stesen KTM Komuter. Data yang diperolehi dianalisis dengan menggunakan perisian 'Statistical Package for Social Science' (SPSS) versi 22.0. Hasil dapatan yang diperolehi mendapati kesemua lima dimensi SERVQUAL mempunyai hubungan yang positif dengan tahap kepuasan.

Katakunci: *Kepuasan, kualiti perkhidmatan, KTM komuter, SERVQUAL*

1. Pengenalan

Pembangunan sesuatu tempat berkait rapat dengan sistem pengangkutan. Di Malaysia, sistem pengangkutan awam merupakan aspek terpenting di dalam sistem perhubungan samada bagi masyarakat bandar mahupun luar bandar. Sebagai sebuah negara yang semakin meningkat maju, sistem perhubungan di Malaysia seharusnya mempunyai kecekapan dan kemajuan dari segi perkhidmatan dan juga teknologi yang digunakan. Oleh itu, kerajaan Malaysia telah berusaha membuat pelbagai pembaharuan dan strategi baru bagi meningkatkan lagi mutu perkhidmatan pengangkutan awam supaya dapat menarik minat

masyarakat. Perubahan demi perubahan telah berlaku mengikut peredaran zaman di mana corak pengangkutan dan lalu lintas sentiasa berubah. Perkhidmatan bas mini telah bertukar menjadi intrakota, keretapi beralih kepada sistem komuter, monorel dan jenis perkhidmatan Transit Aliran Ringan (LRT).

KTM Komuter adalah Keretapi Tanah Melayu Berhad (KTMB) yang merupakan satu-satunya perkhidmatan tren komuter yang ada di Malaysia. KTM Komuter adalah satu alternatif pengangkutan bersepadu yang dapat mengelakkan daripada berada dalam keadaan jalan raya yang sesak serta menyediakan kemudahan untuk mereka yang tidak mempunyai pengangkutan persendirian (Siti Faridah Mohd Sunif, 2011). KTM Komuter Berhad mempunyai 53 buah stesen iaitu sepanjang 175 rangkaian kilometer. Tren komuter melalui jalan bandar raya iaitu dari Pelabuhan Klang hingga ke Sungai Gadut. Selain itu, tren komuter juga melalui jalan di kawasan Tanjung Malim bermula April 2007. Terdapat pemindahan antara dua stesen iaitu di KL Sentral, Kuala Lumpur dan stesen Putra kerana di stesen tersebut terdapat simpang laluan yang bersilang.

Statistik yang disediakan oleh Suruhanjaya Pengangkutan Awam Darat (2014) menunjukkan peningkatan peratusan penggunaan KTM Komuter pada waktu puncak sebanyak 48 peratus daripada tahun 2012 hingga 2013 iaitu daripada 34,700 orang pengguna pada tahun 2012 kepada 51,200 orang pada tahun 2013. Ini menunjukkan bahawa orang ramai sangat memerlukan perkhidmatan pengangkutan awam seperti KTM Komuter kerana ia memudahkan mereka untuk bergerak dari satu tempat ke satu tempat yang lain. Ini selari dengan dasar kerajaan yang menggalakkan penggunaan pengangkutan awam supaya masalah trafik jalan raya dapat dikurangkan.

Walaupun bagaimanapun, pada masa kini, kesesakan trafik masih merupakan salah satu permasalahan utama yang berlaku di Malaysia terutamanya di kawasan Lembah Klang. Ini berlaku disebabkan oleh peningkatan jumlah kenderaan di jalan raya saban tahun. Perjalanan menggunakan kenderaan persendirian masih menjadi mod pilihan utama di pusat-pusat bandar utama walaupun kerajaan telah melaksanakan pelbagai inisiatif untuk menggalakkan orang ramai menggunakan pengangkutan awam (Bonsall, 2005). Ini berlaku di sebabkan perkhidmatan pengangkutan awam yang masih belum mencapai tahap yang memuaskan.

Pada ketika ini, pelaksanaan semula penjadualan yang dilakukan oleh KTM Komuter iaitu dari 15 minit ke 20 minit telah menjadi antara faktor utama masyarakat memilih menggunakan kenderaan persendirian berbanding KTM Komuter. Selain itu, faktor penyelenggaraan yang kurang bersistem serta infrastruktur komuter yang lama menyebabkan berlakunya ketidakupayaan perkhidmatan ini untuk beroperasi terutamanya semasa waktu puncak. KTM Komuter juga mengalami masalah kekurangan perkhidmatan penghantar yang menyebabkan berlaku kelewatan masa tren untuk bergerak. Permintaan terhadap perkhidmatan komuter yang tinggi secara mendadak juga menyebabkan beberapa masalah yang tidak dapat dielakkan seperti kekurangan tempat letak kereta dan motorsikal, kemudahan bas pengantara, dan lain-lain lagi.

2. Objektif Kajian

Kertas kerja ini bertujuan untuk mengkaji kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan KTM Komuter dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL iaitu kebolehpercayaan, jaminan, bukti fizikal, empati dan responsif. Objektif kajian adalah seperti berikut:

- 2.1 Mengkaji hubungan antara dimensi kebolehpercayaan dengan kepuasan terhadap perkhidmatan KTM Komuter.
- 2.2 Mengkaji hubungan antara dimensi jaminan dengan kepuasan terhadap perkhidmatan KTM Komuter.
- 2.3 Mengkaji hubungan antara dimensi bukti fizikal dengan kepuasan terhadap perkhidmatan KTM Komuter.
- 2.4 Mengkaji hubungan antara dimensi empati dengan kepuasan terhadap perkhidmatan KTM Komuter.
- 2.5 Mengkaji hubungan antara dimensi responsif dengan kepuasan terhadap perkhidmatan KTM Komuter.
- 2.6 Mengenalpasti faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan.

3. Kepuasan Pelanggan

Menurut A. Kahar (2008), kepuasan pelanggan merupakan salah satu istilah perniagaan yang bermaksud untuk mengukur sejauh mana sesuatu produk atau perkhidmatan yang diberikan oleh organisasi tersebut memenuhi jangkaan pelanggan. Dalam erti kata lain kepuasan pelanggan adalah bahagian yang menunjukkan kehendak, keperluan dan jangkaan pelanggan yang perlu dicapai atau dipenuhi untuk mewujudkan kesetiaan pelanggan terhadap produk atau perkhidmatan yang ditawarkan.

Terdapat banyak bukti empirikal berkenaan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan pengangkutan awam. Menurut Faizah Izzani Zakaria (2010), masalah kesesakan jalan raya terutama di bandar-bandar besar sentiasa menghantui masyarakat. Walaupun terdapat pelbagai kemudahan pengangkutan awam disediakan kerajaan tetapi jumlah mereka yang memandu di jalan raya tidak pernah berkurangan. Di Malaysia, keadaan ini berlaku terutamanya di bandaraya Kuala Lumpur disebabkan oleh pelbagai faktor seperti ketiadaan sistem perhubungan yang efisien antara pelbagai jenis pengangkutan awam, perjalanan lambat yang disebabkan oleh kesesakan, serta sikap penduduk yang sangat sayangkan kenderaan mereka.

Menurut Sik Sumaedi et al. (2014), dalam industri perkhidmatan, nilai teras bagi pengguna termasuk bukan hanya keunikan produk tetapi juga faktor lain seperti kemudahan fizikal, gaya, imej, dan kualiti penyampaian perkhidmatan. Manakala menurut U. A. Khalid dan S. Bachok (2014) pula dalam kajian yang dijalankan berkenaan kepuasan pengangkutan awam memfokuskan kepada tiga faktor permasalahan kajian iaitu faktor ketepatan masa (masa ketibaan), faktor kemudahan dan ruang serta faktor keselamatan.

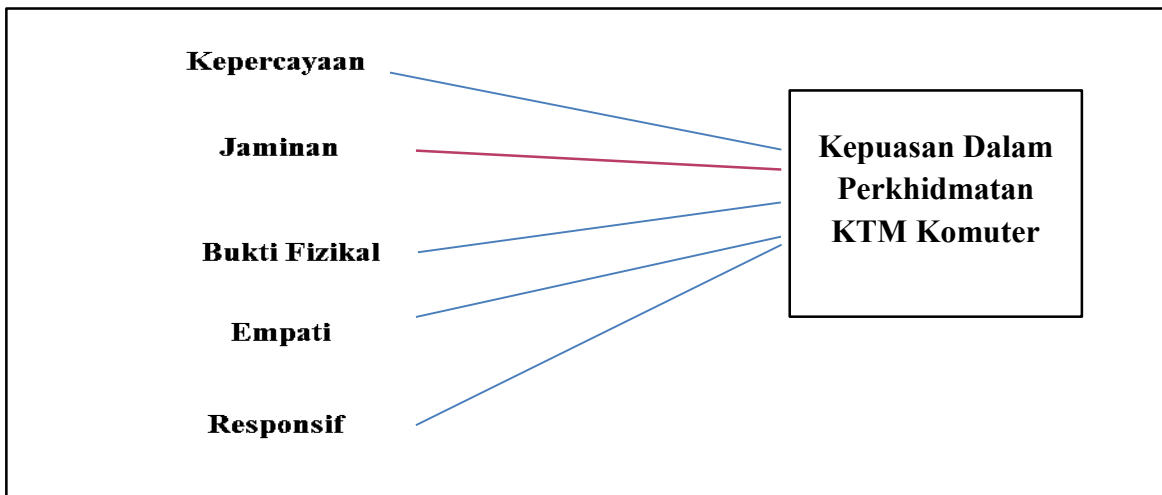
4. Model Kepuasan Pelanggan SERVQUAL

Service Quality (SERVQUAL) telah dibangunkan oleh Parasuraman, Berry, dan Zeithaml pada tahun 1988 bagi mengukur persepsi kualiti perkhidmatan dalam bidang pemasaran dan kemudiannya telah digunakan secara meluas dalam bidang lain.

SERVQUAL mengenalpasti jurang potensi antara jangkaan dan persepsi dalam penyampaian perkhidmatan. Ia membantu pembekal perkhidmatan memahami jangkaan dan persepsi pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan untuk membolehkan peningkatan

kualiti secara berterusan dapat dilakukan. Penilaian menggunakan konsep SERVQUAL akan menilai kepuasan perkhidmatan berdasarkan lima dimensi di mana ia merupakan dimensi yang paling dinilai oleh pelanggan dalam mencapai kepuasan terhadap sesuatu perkhidmatan iaitu kebolehpercayaan, jaminan, bukti fizikal, empati, dan responsif.

Dalam kajian ini, lima dimensi SERVQUAL tersebut digunakan untuk menilai kualiti perkhidmatan yang ditawarkan oleh KTM Komuter kepada pengguna yang memilih menggunakan perkhidmatan KTM Komuter.



(Sumber: Parasuraman SERVQUAL management framework, 1985).

4.1 Kebolehpercayaan

Menurut Fadilah M. N., et al. (2014), kebolehpercayaan ialah keupayaan untuk melaksanakan perkhidmatan yang dijanjikan dengan tepat. Dimensi kebolehpercayaan tertumpu kepada kemampuan kakitangan organisasi perkhidmatan dalam menepati janji melalui pemberian perkhidmatan yang berkualiti kepada pelanggan. Elemen seperti mampu menyelesaikan masalah pelanggan dan menyediakan perkhidmatan seperti yang dijanjikan, merupakan pengukur utama dalam penyampaian perkhidmatan yang berkualiti.

Menurut R. Rofiei, N. M. Tawil, I. M. S. Usman (2013), pengangkutan awam seperti KTM Komuter diintegrasikan bersama jaringan lebuh raya di sekitar kawasan pinggir Lembah Klang agar memudahkan golongan eksekutif muda yang bekerja di kawasan Lembah Klang untuk berulang alik sepanjang masa.

Menurut Syed Mahadzir Syed Ibrahim (2008), peningkatan jumlah penduduk menambah kesesakan lalulintas. Walaubagaimanapun, masyarakat dilihat kurang gemar menggunakan pengangkutan awam kerana terpaksa berasak-asak pada waktu puncak di samping berdepan perkhidmatan kurang cekap seperti pembatalan jadual tren, kerap lewat dan kesukaran mendapatkan pengangkutan awam. Kecekapan perkhidmatan pengangkutan awam bermula daripada kaunter tiket selain perkhidmatan yang pantas, maklumat yang baik, kemudahan tempahan, pilihan laluan serta ketepatan waktu, gagal dijadikan sebagai petunjuk penting bagi menambat hati pengguna untuk terus menggunakan pengangkutan awam. Pelbagai isu dibangkitkan saban waktu, antaranya ketidakcekapan pengurusan

operasi, keadaan kenderaan awam yang tidak selesa dan lain-lain. Hal ini menyebabkan berlakunya kurangnya kebolehpercayaan pengguna terhadap perkhidmatan KTM Komuter.

4.2 Jaminan

Menurut Parasuraman et al. (1991), jaminan ialah personaliti yang berpengetahuan dan berbudi bahasa serta berkeupayaan untuk menaruh kepercayaan dan keyakinan. Jaminan juga bergantung kepada kemahiran komunikasi, kredibiliti, kompetensi, budi bahasa dan keselamatan. Pengetahuan dan kemesraan kakitangan yang terlibat dalam memberi perkhidmatan dapat membantu meyakinkan pelanggan. Secara tidak langsung aspek jaminan boleh mewujudkan kepercayaan pelanggan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan dan membolehkan pelanggan menerima perkhidmatan yang berkualiti. Dengan adanya jaminan ini pelanggan akan lebih berasa selesa terhadap perkhidmatan yang ditawarkan.

Menurut kajian yang dilakukan oleh Nicholas J. Blanchette (2001), dimensi jaminan mencapai tahap kepuasan yang tinggi di One-Stop pusat kerja Wisconsin berbanding dengan dimensi lain. Kakitangan yang berpengetahuan dalam menyediakan perkhidmatan kepada pelanggan membuatkan pelanggan berpuas hati dengan perkhidmatan yang disampaikan. Manakala menurut Nurul Hamiza (2009), hasil daripada analisis regresi mendapati bahawa dimensi jaminan mempunyai hubungan yang signifikan antara persepsi pelajar dengan keseluruhan perkhidmatan yang diberikan oleh dewan penginapan pelajar.

Manakala menurut kajian Muhamad Nazri Borhan (2013), pemilikan kenderaan persendirian meningkatkan masalah yang serius seperti kesesakan lalu lintas, pencemaran alam sekitar dan kemalangan. Oleh itu, penggunaan pengangkutan awam seperti KTM Komuter adalah menjadi pilihan kepada mereka supaya masalah ini dapat dikurangkan. Hal ini juga menunjukkan bahawa pelanggan meletakkan jaminan yang tinggi dari sudut keselamatan terhadap perkhidmatan KTM Komuter.

4.3 Bukti Fizikal

Bukti fizikal merupakan kemudahan fizikal, keadaan peralatan dan penampilan personaliti (Parasuraman 1991). Ini termasuk kemudahan fizikal serta penampilan semua yang terlibat dalam memberi perkhidmatan. Bukti fizikal merupakan elemen yang boleh dilihat ataupun dirasa. Bukti fizikal juga merupakan satu elemen yang senang dikesan kelemahannya jika perkhidmatan yang ditawarkan tidak menepati kehendak pelanggan. Oleh itu, dimensi ini hendaklah diberi penekanan kerana ia mencerminkan kualiti perkhidmatan yang berkesan oleh sesebuah organisasi serta mudah dikesan kelemahannya jika perkhidmatan yang ditawarkan tidak menepati kehendak pelanggan.

Kajian Effaziela Mohamad Tahar (2008) mendapati antara elemen-elemen yang terdapat dalam dimensi bukti fizikal adalah peralatan moden, keterampilan semasa dan bahan-bahan bacaan. Menurut N. A. Hamid (2010) terdapat beberapa masalah yang berlaku yang menggugat tahap kepuasan pelanggan antaranya ialah pengambilan penumpang yang berlebihan, aturan keluar masuk penumpang dalam tren, perkhidmatan yang tidak bersistematik serta gerabak sedia ada tidak mencukupi. Penumpang juga tidak beratur dan saling tolak-menolak untuk memasuki tren. Selain itu, keadaan tren amat sesak sehingga sesetengah penumpang perlu menunggu tiga tren yang seterusnya tiba di stesen. Tahap kebersihan di ruang stesen dan juga tren komuter KTM adalah tidak memuaskan jika dibandingkan dengan transit aliran ringan yang lain seperti Star-LRT, Putra-LRT dan

Monorail. Kajian seterusnya yang dijalankan oleh N.A Hamid (2014) mendapati bahawa tempat duduk menunggu di stesen KTM Komuter agak terhad kerana sebahagian pengguna terpaksa berdiri sambil menunggu ketibaan KTM Komuter dan keadaan ini amat ketara terutamanya pada hujung minggu dan musim perayaan. Bilangan pengguna pada masa ini adalah jauh lebih ramai berbanding dengan hari lain.

4.4 Empati

Elemen empati adalah satu perasaan yang wujud apabila pihak KTM memahami perasaan pengguna dengan menawarkan perkhidmatan yang memuaskan hati. Dimensi empati dalam kajian ini melihat sejauhmana pihak KTM Komuter memberi layanan yang sama rata kepada semua pengguna, mesra serta memahami keperluan pengguna yang menggunakan perkhidmatan KTM Komuter.

Fadilah M. N. et al. (2014) mendapati bahawa dimensi empati mempunyai hubungan yang paling hampir dengan kepuasan pelanggan serta memberi kesan terhadap penambahbaikan perkhidmatan perbankan. Empati dalam kajian beliau merujuk kepada persekitaran mengikut pandangan pelanggan, misalnya kakitangan yang berpengetahuan memudahkan pihak bank berkomunikasi, memberi layanan mesra dan memahami keperluan pelanggan.

Kajian yang dijalankan oleh Cahyadi (2006) menghuraikan bahawa alasan pemilihan mod pengangkutan adalah masa perjalanan dari tempat asal ke tempat tujuan. Permintaan pelanggan untuk memilih pengangkutan adalah berdasarkan kepada keselesaan dalam perjalanan. Pengangkutan KTM Komuter adalah salah satu mod pengangkutan yang dapat memenuhi standard keselesaan. Ini menunjukkan kebanyakan pengguna KTM Komuter berpuas hati dengan usaha dan peningkatan infrastruktur pengangkutan KTM Komuter.

4.5 Responsif

Menurut Fadilah M. N. et al. (2014), dimensi responsif merujuk kepada keinginan kakitangan dalam membantu dan memberi perkhidmatan yang diperlukan kepada pelanggan dengan secepat mungkin. Responsif juga merujuk kepada kesediaan mereka yang terlibat dalam proses memberi perkhidmatan untuk membantu pelanggan dan menyediakan perkhidmatan dengan kadar segera.

Dalam kajian yang telah dilakukan oleh Na'asah Nasrudin (2006), beliau mendapati bahawa pelanggan mengharapkan perkhidmatan yang boleh memberi tindak balas terhadap kehendak mereka. Justeru pihak pembekal perkhidmatan perlu mengambil berat aspek persekitaran dan peralatan yang lengkap untuk kemudahan pelanggan serta kakitangan yang bertugas dan secara tidak langsung dapat memenuhi kehendak pelanggan. Peralatan moden bukan sahaja dapat memudahkan dan mempercepatkan urusan perkhidmatan malah ia juga turut mempengaruhi sistem dan prosedur penyampaian perkhidmatan. Contoh peralatan moden yang perlu disediakan oleh pihak pembekal perkhidmatan adalah mesin-mesin atau komputer yang boleh memudahkan urusan dilakukan.

5. Metodologi Kajian

Kajian ini dijalankan untuk mendapatkan penilaian pengguna dari segi kepuasan mereka terhadap perkhidmatan KTM Komuter di kawasan Lembah Klang. Dalam kajian ini, model yang digunakan adalah SERVQUAL yang merangkumi lima dimensi iaitu kebolehpercayaan, jaminan, bukti fizikal, empati dan responsif. Data diperolehi dengan menggunakan instrumen borang soal selidik yang diedarkan secara rawak kepada 200 pengguna KTM Komuter di stesen komuter sekitar Lembah Klang.

6. Dapatan Kajian

6.1 Analisis Demografi

Jadual 1. Statistik Jantina, Status, Pekerjaan, Umur dan Bangsa

Bil	Perkara	Kekerapan	Peratus %
1	Jantina		
	Lelaki	55	28
	Perempuan	145	72
2	Status		
	Bujang	172	86
	Berkahwin	28	14
3	Pekerjaan		
	Bekerja Sendiri	4	2
	Pekerja Kerajaan	7	3
	Pekerja Swasta	30	15
	Belajar	159	80
4	Umur		
	18 tahun ke bawah	5	3
	19 - 29 tahun	177	88
	30 - 40 tahun	12	6
	41 tahun ke atas	6	3
5	Bangsa		
	Melayu	188	94
	India	6	3
	Cina	3	2
	Lain – Lain	3	1

Jadual 1 menunjukkan bahawa majoriti pengguna KTM Komuter adalah wanita (72%), seramai 86% responden berstatus bujang, dan majoriti responden adalah dalam kalangan pelajar (80%). Dari segi umur, majoriti responden berumur dalam lingkungan 19 - 29 tahun (88%) serta berbangsa Melayu (94%).

6.2 Analisis Regresi

Analisis Regresi berganda digunakan untuk menguji kekuatan hubungan di antara pembolehubah tidak bersandar (lima dimensi SERVQUAL) dengan pembolehubah bersandar (kepuasan terhadap perkhidmatan KTM Komuter).

Jadual 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.767 ^a	.588	.577

Jadual 2 menunjukkan bahawa lima dimensi model SERVQUAL iaitu kebolehpercayaan, jaminan, bukti fizikal, empati dan responsif mempunyai kekuatan hubungan yang tinggi dengan dengan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan KTM komuter pada kadar ramalan 57%. Ini bermaksud 57% varian dalam model tahap kepuasan pelanggan dalam perkhidmatan KTM Komuter dapat diketahui melalui lima dimensi SERVQUAL.

Kedudukan kadar ramalan ini adalah lebih tinggi jika dibandingkan dengan kajian-kajian lain samada kajian berdasarkan teori atau tahap kepuasan. Sebagai contoh, Aminuddin Yusof (2008) mendapati bahawa kadar ramalan hubungan kualiti perkhidmatan sukan Kolej Matrikulasi dengan kepuasan pelajar ialah 8% (*adjusted R*² = 0.082) yang menunjukkan bahawa keseluruhan kualiti perkhidmatan hanya meramal lapan peratus sahaja kepada tahap kepuasan pelajar.

Jadual 3 di bawah pula menunjukkan bahawa kesemua dimensi SERVQUAL memberi kesan positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna KTM Komuter [F(55.389)= 6.061, p= 0.000].

Jadual 3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.304	5	6.061	55.389	.000 ^b
	Residual	21.228	194	.109		
	Total	51.533	199			

Jadual 4. Analisis regresi terhadap perkhidmatan KTM Komuter

Dimensi	Standardized Coefficient (Beta)	T	Sig.
Kebolehpercayaan	.149	2.279	.024
Jaminan	.121	1.962	.051
Bukti Fizikal	.207	2.969	.003
Empati	.260	3.548	.000
Responsif	.212	3.557	.000

Jadual 4 menunjukkan dapatan kajian apabila analisis regresi dijalankan terhadap setiap dimensi SERVQUAL. Berdasarkan analisis ini, didapati kesemua dimensi SERVQUAL mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan KTM Komuter dengan nilai p yang kurang daripada 0.05 (tahap keyakinan 95% iaitu pada aras signifikan $\alpha = 0.05$). Walaubagaimanapun, dimensi jaminan mencatatkan nilai p yang sedikit melebihi 0.05 ($p = 0.051$). Ini menunjukkan bahawa faktor jaminan kurang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna.

Hasil analisis regresi dalam kajian ini menunjukkan dimensi yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan KTM Komuter ialah dimensi empati berdasarkan kepada nilai koefisien (beta) yang paling tinggi ($B = 0.260$). Manakala dimensi yang paling kurang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan KTM Komuter ialah dimensi jaminan dengan nilai koefisien ($B = 0.121$).

7. Rumusan

Hasil kajian menunjukkan bahawa kesemua lima dimensi SERVQUAL mempengaruhi tahap kepuasan pelanggan. Di antara lima dimensi tersebut, dimensi empati merupakan dimensi yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna KTM Komuter, manakala dimensi jaminan kurang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna. Secara keseluruhannya, kekuatan hubungan di antara kelima-lima dimensi SERVQUAL dengan tahap kepuasan pelanggan adalah tinggi pada kadar ramalan 57% (*nilai adjusted* = 0.577).

Dapatan kajian ini adalah selari dengan dapatan kajian terdahulu berkaitan kepuasan pelanggan. Kajian yang dijalankan oleh Nina Bashirian (2011), mendapati bahawa perkhidmatan yang ditawarkan oleh hotel lima bintang di Tehran berdasarkan kepada dimensi kebolehpercayaan, jaminan, bukti fizikal, empati, dan responsif adalah pada tahap memuaskan.

Dapatan kajian mendapati bahawa dimensi yang paling memberi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah empati. Ini menunjukkan bahawa dimensi empati sangat memberi kesan kepada pelanggan yang menggunakan perkhidmatan KTM Komuter dalam mempengaruhi kepuasan mereka. Ini selari dengan dapatan kajian Fadilah M. N. et al. (2014) yang juga mendapati bahawa dimensi empati mempunyai hubungan yang paling hampir dengan kepuasan pelanggan serta memberi kesan terhadap penambahbaikan perkhidmatan perbankan. Empati dalam kajian beliau merujuk kepada persekitaran mengikut pandangan pelanggan, misalnya kakitangan yang berpengetahuan memudahkan pihak bank berkomunikasi, memberi layanan mesra dan memahami keperluan pelanggan.

Sementara itu, dimensi yang paling kurang memberi kesan positif dalam kajian ini ialah dimensi jaminan. Ini menunjukkan bahawa dimensi jaminan kurang mempengaruhi pelanggan dalam kepuasan perkhidmatan KTM Komuter. Namun, secara keseluruhan kesemua lima dimensi adalah signifikan dan boleh diterima dalam kajian yang dibuat. Kajian oleh Paliati (2004) menjelaskan tahap ukuran kepuasan pelanggan terhadap sesuatu perkhidmatan merupakan aspek yang penting dari sudut jaminan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan. Apabila berlakunya ketidakpuasan pelanggan terhadap sesuatu perkhidmatan, pelanggan boleh beralih kepada perkhidmatan yang lain sekiranya tidak ada faktor-faktor penarik yang membolehkan pelanggan setia terhadap perkhidmatan yang dijalankan. Oleh itu, semakin meningkat kepuasan dan jaminan pelanggan terhadap

perkhidmatan, semakin meningkat keuntungan (*repeat buying*) yang diperolehi daripada perkhidmatan tersebut.

8. Penutup

Kesimpulannya, dengan mengenal pasti tahap kepuasan perkhidmatan pengangkutan KTM Komuter, maka pihak KTM Komuter lebih mudah untuk mengesan faktor dimensi kualiti perkhidmatan yang lemah dan juga memudahkan pihak KTM Komuter untuk memperuntukkan sejumlah sumbernya dalam meningkatkan kualiti perkhidmatan yang ditawarkan kepada pengguna pengangkutan KTM Komuter.

Dapatan kajian ini telah membuktikan bahawa kesemua dimensi SERVQUAL memberi kesan positif kepada pengguna dan merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap KTM Komuter. Rumusan yang boleh dibuat berdasarkan dapatan ini adalah kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pihak KTM Komuter adalah pada tahap memuaskan.

Secara keseluruhannya, terdapat kesan positif yang mempengaruhi keseluruhan faktor dimensi SERVQUAL dengan tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan pengangkutan KTM Komuter. Walau bagaimanapun pihak KTM Komuter perlu membuat penambahbaikan terhadap faktor yang kurang dominan iaitu jaminan yang mencapai nilai pekali standard 0.51. Pihak KTM Komuter perlulah meningkatkan tahap jaminan kepada pelanggan supaya dapat menarik pelanggan untuk menggunakan pengangkutan KTM Komuter. Selain itu, kualiti perkhidmatan KTM Komuter perlu ditingkatkan dari semasa ke semasa supaya dapat memberi keselesaan kepada pelanggan yang menggunakan pengangkutan KTM Komuter.

Rujukan

- Aida Suraya Hj. A. Kahar. (2008). Model Kepuasan Pelanggan Bagi Laman Web E-Runcit. Projek Sarjana. Skudai: Universiti Teknologi Malaysia.
- Aminuddin Yusof. (2008). Transformational leadership and leadership substitutes in sports: Implications on coaches' job satisfaction. *International Bulletin of Business Administration*.
- Effaziela Mohamad Tahar. (2008). Expectation and Perception of Postgraduate Students for Service Quality in UTM. *Masters Thesis, Universiti Teknologi Malaysia*.
- Fadilah M. N. et al. (2014). Tahap Kepuasan Pelanggan terhadap Kualiti Perkhidmatan Pengangkutan Awam di KUIS. *Prosiding 1st International Conference on Management and Muamalah*.
- Faizah Izzani Zakaria. (2010). Era baru sistem pengangkutan awam. www.utusan.com.my.
- Na'asah Nasrudin. (2006). Penilaian Elemen Responsif Terhadap Kaunter Pertanyaan: Kajian Kes di FSPU, UiTM Shah Alam.
- Muhamad Nazri Borhan et al., (2013). Kesan Kenaikan Harga Bahan Bakar Terhadap Penggunaan Pengangkutan Awam. *Jurnal Teknologi*.
- Nina Bashirian. (2011). The role of standard service quality in front office of five star hotels in Tehran in order to satisfy customers. *Master Thesis, Lulea University of Technology*.

- Nicholas J. Blanchette. (2001). Customer Satisfaction at Wisconsin's One-Stop Job Centers: Development and Implementation of a Customer Satisfaction Instrument.
- Nurul Hamiza, Hamzah. (2009). A Study Students' Perception Toward the Quality of Services Provided by the Students' Residential Hall, Universiti Utara Malaysia. *Masters thesis, Universiti Utara Malaysia*.
- Palilati, Alida. (2004). Pengaruh tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan perbankan di wilayah etnik Bugis. *Analisis*, 1(2). Retrieved October 15, 2008.
- Parasuraman, Berry, Zeithaml. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- R. Rofiei, N. M. Tawil, & I. M. S. Usman. (2013). Pembangunan Kerangka Konsep Rumah Mampu Milik Bertanah di Pinggir Bandar bagi Golongan Eksekutif Muda di Lembah Klang. pp. 65-70.
- Sik Sumaedi, I Gede Mahatma Yuda Bakti, Nidya Judhi Astrini, Tri Rakhmawati, Tri Widiyanti, & Medi Yarmen. (2014). Public Transport Passengers' Behavioural Intentions: Paratransit in Jabodetabek-Indonesia, *Springer Science+Business Media*.
- Siti Faridah Mohd Sunif. (2011). Perkhidmatan Pengangkutan Awam di Malaysia. *Universiti Teknologi Malaysia*.
- U. A. Khalid, S. Bachok, M. M. Osman, & M. Ibrahim. (2014). User Perceptions of Rail Public Transport Services in Kuala Lumpur, Malaysia: KTM Komuter. *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, 153: 566–573.
- Laman Web Suruhanjaya Pengangkutan Awam Darat (SPAD) (2014).