

PENGARUH DIMENSI JAMINAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ILMI

Wan Efendi Wan Mamat
mejwanefendi@yahoo.com

Daud Mohamed Salleh
daud@upnm.edu.my

Hasan al-Banna Mohamed
hasan@upnm.edu.my

*Fakulti Pengajian dan Pengurusan Pertahanan,
Universiti Pertahanan Nasional Malaysia*

ABSTRAK

Dalam masyarakat yang semakin celik hak kepenggunaan, kualiti perkhidmatan sentiasa diperhatikan bagi memenuhi kepuasan dan penilaian seseorang individu. Ia adalah merupakan penilaian persepsi pengguna melalui perbandingan yang dibuat antara kepuasan dan perkhidmatan. Organisasi dan pembekal yang berobjektifkan kecemerlang perkhidmatan pendidikan sentiasa mengambil tahu berkaitan kualiti perkhidmatan yang diberikan. Penilaian pengguna mampu membantu organisasi mempertingkatkan kualiti perkhidmatan yang ditawarkan. Oleh itu, kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti pengaruh dimensi jaminan terhadap tahap kepuasan pelanggan dalam kalangan peserta kursus kerjaya KAGAT di Institut Latihan dan Kefahaman Islam ATM (ILMI). Teori SERVQUAL yang melibatkan dimensi jaminan telah digunakan dalam kajian ini bagi mengukur kepuasan pelanggan yang menggunakan perkhidmatan yang disediakan. Borang soal selidik telah diedarkan kepada sejumlah 334 orang responden yang terdiri daripada peserta kursus yang menggunakan ILMI sebagai tempat menimba ilmu. Data yang diperolehi kemudiannya dianalisis menggunakan pakej perisian *SmartPLS 3.2.5*. Ujian *bootstrapping* menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan di antara jaminan dengan kepuasan pelanggan di ILMI. Secara keseluruhannya dimensi jaminan telah membuktikan bahawa tahap kepuasan pelanggan berada pada tahap yang sederhana melalui nilai R^2 .

Kata kunci: jaminan, kepuasan pelanggan, SERVQUAL, ILMI

Pengenalan

Pekerjaan dan perkhidmatan yang diberikan merupakan satu ibadah dalam Islam. Bagi memperolehi ganjaran ibadat maka ia perlu dilaksanakan secara bersungguh-sungguh, amanah

serta tekun bagi mencapai tahap kualiti yang berkesan. Islam memberi penekanan terhadap pekerjaan manusia bukan berdasarkan status sosial atau kekayaannya. Amalan baik bukan sahaja tertumpu kepada akhlak yang baik dan melaksanakan ibadah rutin malah lebih luas lagi. Ia mencakupi pendidikan, perkhidmatan, pembangunan, ekonomi dan sebagainya. Ia juga merupakan penyatuan antara kedua-dua elemen material dan spiritual dalam diri manusia (Solahuddin & Che Zarrina, 2014).

Kerja atau perkhidmatan yang berkualiti bukan sahaja dituntut oleh organisasi malah ia berkait rapat dengan kehendak agama. Pekerjaan yang berkualiti dianggap ibadah di sisi Allah SWT. Pekerjaan atau perkhidmatan menurut Mehdi (1974), ialah pergerakan fizikal secara sedar bagi mencapai matlamat yang telah ditetapkan sebaik mungkin. Manakala Sadiq (1983), menjelaskan bahawa pekerjaan dan perkhidmatan adalah perbuatan fizikal dan akal fikiran yang sihat bagi memenuhi tuntutan kehidupan dan penghasilan rezeki.

Kecemerlangan dalam pekerjaan melalui kualiti perkhidmatan yang diberikan merupakan teras utama dalam sesebuah organisasi termasuk pusat latihan dan pembangunan modal insan. Kekuatan dan keupayaan organisasi bagi mewujudkan persaingan yang berkesan bergantung kepada kecekapan sistem kualiti perkhidmatan yang disediakan (Hayaati, 2008).

Madi *et al.*, (2011), menyatakan bahawa pengaruh faktor *insaniyyah* seperti komitmen pengurusan, fokus pelanggan, penglibatan pekerja, latihan dan pendidikan, ganjaran dan pengiktirafan, serta hubungan pembekal mampu dan berkesan meningkatkan tahap kepuasan pelanggan dan secara langsung melonjakkan lagi kecemerlangan organisasi.

Oleh demikian, organisasi yang berteraskan latihan dan pembangunan insan seperti Institut Latihan dan Kefahaman Islam Angkatan Tentera Malaysia (ILMI) amat perlu kepada penyediaan perkhidmatan yang berkualiti. Ia bukan sahaja berkesan meningkatkan prestasi akademik para pelajar atau peserta malah memberikan kepuasan kepada mereka terhadap perkhidmatan yang disediakan. Kejayaan dalam penyampaian ilmu akan menambahkan lagi kekuatan fizikal dan spiritual peserta kursus kerjaya mereka.

Zafir dan Nazmi (2018) menyatakan bahawa modal insan adalah aset penting kepada industri termasuk pendidikan. Kelebihan sesebuah organisasi amat bergantung kepada keupayaan modal insan dalam meningkatkan prestasi kerja. Empat ciri penting yang sangat diperlukan oleh sesebuah insitutsi pendidikan bagi memperkukuhkan daya saing yang mampan iaitu sumber manusia yang berkesan, jarang ditemui, sukar dicitlak dan sukar ditukar ganti. Semua ciri ini ada pada modal insan. Sekiranya ILMI ingin berfungsi dengan berkesan dan mempunyai daya saing yang jitu maka aspek pembangunan modal ini ini perlu diberikan perhatian khususnya dalam melahirkan *daie asykari*.

Objektif kajian

Menurut Baharom dan Johdi (2009), sumber manusia adalah aset utama kepada sesuatu organisasi termasuk ATM. Ia perlu dibangunkan bagi meningkatkan keupayaan dan kemahiran diri. Sumber manusia yang cekap dan berkemahiran akan melonjakkan prestasi sesebuah organisasi khususnya tentera yang terlibat sepenuhnya dalam bidang pertahanan dan keselamatan negara. Dalam hal

ini KAGAT juga tidak terkecuali. Tambahan pula KAGAT juga mempunyai pusat latihan dan kecemerlangan agama yang dikenali sebagai ILMI di Port Dickson, Negeri Sembilan.

Menurut Rashidi dan Azmil (2015), ILMI adalah pusat latihan yang agak unik. Ia bukan sahaja sebagai markas bimbingan dan pengembangan pengetahuan Islam malah ia ada pusat pengembangan kerjaya anggota KAGAT. Aktiviti latihan dan pendidikannya berteraskan kepada, *ta'lim, tadrib, ta'dib, tawjih* dan *irshad*.

Sebagai sebuah institusi pendidikan Islam dalam Angkatan Tentera Malaysia (ATM), ILMI perlu memberi penekanan kepada peningkatan kualiti perkhidmatan bagi memberi kepuasan kepada penuntut yang menimba ilmu di sana. Penekanan kepada aspek kualiti perkhidmatan tidak boleh diabaikan. Oleh itu, objektif kajian ini dijalankan bertujuan untuk;

- i. untuk mengukur hubungan di antara elemen jaminan terhadap kepuasan pelanggan.
- ii. ii) mengenalpasti sejauhmana pengaruh dimensi jaminan terhadap kepuasan pelanggan di ILMI.

Persoalan penyelidikan

Persoalan kajian akan menjadi panduan bagi keperluan kajian ini adalah seperti berikut:

- i. Apakah dimensi jaminan penting dalam mengukur kepuasan pelanggan di ILMI?
- ii. Menenalpasti sejauhmana pengaruh dimensi jaminan terhadap kepuasan pelanggan di ILMI?

Kajian literatur

Takrifan kualiti amat pelbagai walaupun ia membawa maksud yang sama. Takrifan yang pelbagai oleh sarjana kualiti yang terkenal di dunia menunjukkan tentang kepentingan mencapai kualiti dalam semua bidang adalah tuntutan manusia sejagat. Kualiti ditakrif oleh Juran (1962), sebagai bersesuaian bagi tujuan kegunaan.

Kualiti perkhidmatan merupakan asas penting kepada kepuasan pelanggan. Kualiti perkhidmatan yang memenuhi kehendak pelanggan sama ada diminta atau diberi tanpa permintaan akan meningkatkan tahap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang mencapai tahap kepuasan yang maksimum akan mengekalkan kesetiaan mereka kepada organisasi yang menawarkan perkhidmatan (Vu Minh & Huan Hu 2016).

Parasuraman *et al.*, (1988) menambah lagi, *SERVQUAL* digunapakai sebagai alat pengukuran tahap kualiti perkhidmatan yang disediakan manakala pelanggan yang menerima perkhidmatan akan menilai tahap kepuasan mereka berdasarkan pengalaman dan jangkaan yang akan diperolehi melalui perkhidmatan tersebut. Secara mudah, penggunaan model ini akan menjelaskan nilai dapatan terhadap mutu dan kualiti perkhidmatan yang selama ini hanya dijelaskan berdasarkan persepsi semata-mata. Skor positif yang diberikan oleh pelanggan menunjukkan tahap kepuasan mereka semakin meningkat setelah menerima perkhidmatan yang berkualiti. Manaka skor yang rendah membuktikan kualiti yang diberikan tidak mencapai jangkaan

para pelanggan setelah mereka mengeluarkan sesuatu nilai ringgit kepada organisasi perkhidmatan tersebut.

Dalam penyelidikan ini, pandangan peserta kursus Kerjaya KAGAT di ILMI akan diambilkira bagi menilai tahap kepuasan mereka terhadap mutu perkhidmatan di ILMI. Pengkaji menggunakan Model *SERVQUAL* Parasuraman *et al.*, (1988) dalam kajian ini dengan disesuaikan berpandukan demografi penuntut kursus kerjaya KAGAT di ILMI.

4.1 Jaminan

Tibebe (2016) menyatakan bahawa jaminan adalah kepercayaan dan keyakinan yang berinspirasi. Jaminan ditakrifkan sebagai pengetahuan pelajar, kesopanan, dan kemampuan institusi dan pelajarnya untuk menyemarakkan kepercayaan dan keyakinan. Dimensi ini kemungkinan besar penting untuk perkhidmatan yang pelanggan anggap berisiko tinggi atau untuk perkhidmatan yang mereka merasa tidak yakin dengan kemampuan mereka untuk menilai hasil. Jaminan adalah usaha untuk membina kepercayaan dan kesetiaan antara pengurus hubungan utama, pekerja, dan pelanggan (Zeithaml *et al.*, 2006).

Jaminan merupakan elemen yang mampu menarik kepercayaan pelanggan untuk menerima perkhidmatan yang ditawarkan. Ia amat bergantung kepada keupayaan penyedia perkhidmatan menjelaskan sesuatu keistimewaan perkhidmatan yang ditawarkan sehingga pelanggan merasa amat yakin dengan perkhidmatan tersebut. Kemahiran komunikasi dan keupayaan memujuk amat penting dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. Dimensi jaminan bertindak sebagai bukti sesuatu perkhidmatan tersebut bermutu dan berkualiti (Faisal, 2014).

Bashir *et al.*, (2001) dalam kajiannya mengenai tahap kepuasan pelanggan bank Islam di Oman mengatakan bahawa dimensi jaminan bank adalah tarikan yang penting kepada kepercayaan dan keyakinan pelanggan untuk setia kepada perkhidmatan bank tersebut. Ia bagaikan tali pengikat antara perkhidmatan dengan kepuasan pelanggan.

4.2 Kepuasan Pelanggan

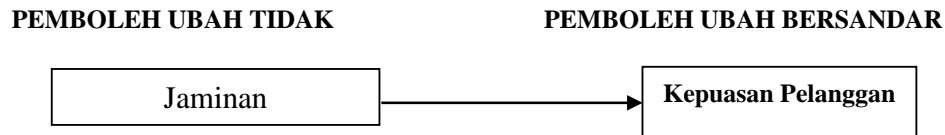
Siew dan Nizam (2019) menafsirkan kepuasan kerja sebagai keseronokan dan penerimaan yang positif hasil dari pengalaman kerja atau tindakbalas individu lain terhadap seseorang. Ia juga membabitkan emosi seseorang terhadap pekerjaannya.

Kepuasan adalah antara faktor dalaman yang patut dipertimbangkan bagi memberikan menunaikan hak pengguna. Manakala, faktor luaran adalah sebagai nilai tambah kepada tahap kepuasan pengguna seperti persekitaran, kemudahan dan ketepatan waktu. Keperluan memenuhi dua faktor tersebut akan menunaikan jangkaan dan persepsi pelanggan dalam mencari kepuasan (Siew & Nizam, 2019).

Menurut Azan (2014) dan Parasuraman *et al.*, (1988), kepuasan dimaksudkan sebagai keputusan yang diambil dengan membuat perbandingan ke atas pengharapan pelanggan terhadap perkhidmatan yang disediakan oleh pembekal perkhidmatan yang diterima oleh pelanggan.

Kerangka konseptual kajian

Berdasarkan soroton literatur di atas, sebuah kerangka konseptual telah dibentuk seperti berikut:



Rajah 1: Kerangka Konseptual Kepuasan Pelanggan di ILMI

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, hipotesis-hipotesis yang akan diuji ialah:

H1: Terdapat hubungan yang positif di antara jaminan dengan kepuasan pelanggan.

Metodologi kajian

6.1 Rekabentuk kajian

Kaedah keratan rentas telah digunakan dalam mereka bentuk kajian ini. Kaedah ini membolehkan pengkaji menggabungkan kajian literatur, temuduga terperinci dan kajian soal selidik sebagai prosedur utama pengumpulan data kajian. Kelebihan kaedah ini ialah berupaya membantu pengumpulan data secara tepat, mengelakkan wujudnya unsur berat sebelah, relevan dengan keperluan sesuatu kajian dan boleh dipercayai untuk mengukur persepsi responden terhadap pemboleh ubah-pemboleh ubah kajian (Sekaran & Bougie, 2010; Creswell, 2012).

Kajian ini menjurus kepuasan pelanggan di ILMI. Ia juga berkait rapat dengan dimensi jaminan bagi menjamin kualiti perkhidmatan di ILMI.

6.2 Temuduga terperinci

Langkah pertama dalam prosedur pengumpulan data bagi kajian ini ialah temuduga terperinci (*in-depth interview*) dengan melibatkan beberapa pegawai dan anggota KAGAT yang pernah terlibat dalam latihan dan pentadbiran ILMI. Mereka dipilih menggunakan persampelan purposif (Sekaran & Bougie, 2010) kerana mereka mempunyai pengalaman pengurusan dan latihan kursus kerjaya KAGAT. Maklumat yang diperolehi daripada mereka menerangkan bahawa kepuasan pengguna bergantung kepada kualiti yang diperolehi dari perkhidmatan yang disediakan bersesuaian dengan peranan dan tugas seperti yang telah dinyatakan. Maklumat yang diperolehi daripada temuduga terperinci menunjukkan bahawa dimensi jaminan diberi penekanan yang utama di dalam penyediaan perkhidmatan di ILMI. Kualiti perkhidmatan yang baik mampu mendorong para peserta kursus memperoleh kepuasan yang maksimum.

6.3 Soal selidik

Pengumpulan data dibuat menggunakan borang soal selidik berdasarkan skala tujuh jawapan pilihan Likert. Borang soal selidik kajian ini merangkumi tiga bahagian utama. Pertama, jaminan diukur dengan menggunakan tujuh item yang diubahsuai daripada literatur kajian berkenaan dimensi jaminan (Faiz dan Ming, 2011). Kedua, kepuasan pelanggan telah diukur menggunakan dua belas item yang diubahsuai daripada literatur kajian kepuasan pelanggan (Faiz & Ming, 2011). Teknik persampelan mudah telah digunakan untuk mengedarkan 350 borang soal selidik kepada anggota KAGAT yang pernah mengikuti kursus kerjaya KAGAT di ILMI. Daripada jumlah di atas, sebanyak 334 borang soal selidik yang diisi dengan lengkap.

Dapatan kajian

7.1 Analisis Pengesahan Faktor (Confirmatory Factor Analysis)

Jadual 2 menunjukkan keputusan ujian kesahan konvergen, diskriminan dan kebolehpercayaan item. Kesemua item di dalam konstruk-onstruk mempunyai pemberat faktor (*factor loadings*) melebihi 0.7 menunjukkan bahawa item-item tersebut telah mencapai tahap yang ditetapkan dalam pemberat faktor (Chin, 1998; Fornell & Larcker, 1981; Gefen & Straub, 2005; Henseler *et al.*, 2009). Selain itu, *average variance extracted* (AVE) melebihi 0.5 (> 0.5) menunjukkan bahawa konstruk-onstruk kajian telah memenuhi kriteria kesahan konvergen (Barclay *et al.*, 1995; Fornell & Larcker, 1981; Henseler *et al.*, 2009). Bagi ujian kesahan diskriminan pula, nilai punca ganda dua AVE (\sqrt{AVE}) yang ditunjukkan secara diagonal adalah lebih besar daripada korelasi di antara konstruk lain yang ditunjukkan secara tidak diagonal. Ini menunjukkan bahawa hasil analisis ini telah mencapai kriteria ujian kesahan diskriminan yang ditetapkan (Henseler *et al.*, 2009). Seterusnya, ujian kebolehpercayaan item diuji dengan melihat nilai kebolehpercayaan komposit dan nilai alpha Cronbachs. Nilai yang ditunjukkan adalah melebihi 0.8, menunjukkan bahawa skala pengukuran mempunyai ketekalan dalaman yang tinggi. (Chua, 2006; Henseler *et al.*, 2009; Sekaran & Bougie, 2010). Oleh itu, tahap kesahan dan kebolehpercayaan model pengukuran ini adalah memenuhi kriteria analisis penerokaan faktor yang ditetapkan.

Jadual 2. Keputusan Ujian Kesahan Konvergen, Diskriminan dan Kebolehpercayaan Item

	Jumlah Item	Pemberat Faktor	Kebolehpercayaan Komposit	Alpha Cronbachs	AVE
(1) Jaminan	7	0.797– 0.853	0.931	0.945	0.709
(2) Kepuasan Pelanggan	12	0.726 – 0.827	0.946	0.934	0.717

Nota: \sqrt{AVE} yang ditunjukkan secara diagonal

7.2 Keputusan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilaksanakan dengan menggunakan kaedah *bootstrapping*. Bagi pengujian hipotesis kesan langsung, hasil pengujian menunjukkan dimensi jaminan mempunyai hubungan

yang signifikan dengan kepuasan pelanggan ($\beta=0.743:t>19.224$). Oleh itu, H1 diterima. Dari aspek kekuatan model, kemasukan dimensi jaminan ke dalam analisis telah menyumbang sebanyak 55 peratus terhadap kepuasan pelanggan dan pencapaian ini dianggap sebagai sederhana (Chin, 1998; Henseler *et al.*, 2009).

Perbincangan dan implikasi

Impak kajian ini dapat dibahagikan kepada tiga aspek yang utama: impak kepada teori, pemantapan kaedah penyelidikan dan organisasi. Dari segi impak terhadap teori, adalah dijangkakan bahawa dimensi jaminan mempunyai pengaruh yang berkesan terhadap kepuasan pelanggan di ILMI. Penemuan kajian ini akan menyokong dan memantapkan literatur kajian berkenaan kualiti perkhidmatan sedia ada.

Daripada segi impak terhadap pemantapan kaedah penyelidikan, data yang diperolehi melalui literatur kualiti perkhidmatan, temubual, kajian rintis dan pengumpulan data dengan menggunakan borang soal selidik akan menambahkan dimensi kajian terutamanya dalam kajian berdasarkan pengurusan pengajian di institusi pendidikan agama yang kebanyakannya menggunakan kaedah kualitatif sahaja.

Impak terhadap organisasi pula, dapatan kajian ini boleh digunakan sebagai panduan oleh pihak pengurusan untuk menambahbaik kualiti perkhidmatan di ILMI dan boleh dikembangkan kepada Institut Pengajian Tinggi Awam (IPTA) yang lain.

Kesimpulan

Kajian ini akan dilaksanakan menggunakan kerangka konseptual yang dibina berasaskan kepada literatur kualiti perkhidmatan organisasi yang diubahsuai selaras dengan elemen pengurusan pengajian dan pendidikan di ILMI. Diharapkan dengan adanya kajian ini akan menambahbaik kualiti perkhidmatan di masa hadapan.

Rujukan

- A.Azan, R., (2014). Rasa Bernilai Sebagai Pemboleh Ubah Penyederhana Terhadap Hubungan Di Antara Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan Kontigen MALBATT Di Lubnan. Doktor Falsafah, Universiti Pertahanan Nasional Malaysia (Tidak Diterbitkan).
- Baharom, M. & M.Johdi, S., (2009). Kepimpinan Pendidikan Dalam Pembangunan Modal Insan. Prosiding “Seminar Pembangunan Modal Insan 2009”, Tema: Kecemerlangan Modal Insan. Pada: 23 – 24 Mac 2009. Pusat Sumber Pendidikan Negeri, Pengkalan Chepa, Kota Bharu Kelantan.
- Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The Partial Least Squares (PLS) Approach To Causal Modeling: Personal Computer Adoption And Use As An Illustration. *Technology Study*, 2 (2), 285-309.
- Bashir, A.F., Umar, A. & Yousuf, B. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman.

- Chin, W.W. (1998). The Partial Least Squares approach to Structural Equation Modelling, dalam Hoyle, R.H. (peny) *Statistical strategies for small sample research* (ms 307-341). California: Sage Publication, Inc.
- Chua, Y.P. (2006). *Kaedah Penyelidikan*. Kuala Lumpur: McGraw Hill.
- Creswell, J.W. (2012). *Educational Research: Planning, Conduct, And Evaluating Quantitative And Qualitative Research* (4th Ed.). Boston: Pearson.
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error. *Journal Of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Gefen, D., & Straub, D. (2005). A Practical Guide To Factorial Validity Using PLS-Graph: Tutorial And Annotated Example. *Communication Of The Association For Information Systems*, 16, 91–109.
- Henseler, J., Ringle, C.M., & Sinkovics, R.R. (2009). The Use Of The Partial Least Squares Path Modeling In International Marketing. *New Challenges To International Marketing Advances In International Marketing*, 20, 277-319.
- M.Faisal, B., (2014). *Kepuasan Pelajar Terhadap Kualiti Perkhidmatan Perbankan Islam Di Malaysia Disertasi Ini Dikemukakan Untuk Memenuhi Keperluan Bagi Ijazah Sarjana (Secara Kursus Dan Penyelidikan)*
- M.Rashidi, B. & Azmil, H. (2015). Pelaksanaan Aktiviti Keagamaan dan Hubungannya dengan Penghayatan Kerohanian Anggota Tentera Malaysia. *Tinta Artikulasi Membina Ummah* 1(1), 2015 176-186, e-ISSN: 2289-960X 671
- Madi, M.A., Bambang, M.B., Azman, I., & Huam, H.T. (2011). Supervisor's Role In Training Programs as a Manager of Learning Program. *Scientific Journal of Logistics*, 7(2), 17-26.
- Mehdi, B. (1974), *Work and Islam*, M. Yasefi, Ali A. Behzadnia dan Najpu Denny (terj.). USA: Free Islamic Literatures Inc., h. 32.
- N. Vu Minh & N, Huan Huu., (2016) The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. Vol. 8, Issue 2, pp. 103 - 116, June 2016 ISSN 1804-171X (Print), ISSN 1804-1728 (Online), DOI: 10.7441/joc.2016.02.08
- P.P. Siew Ching, & M. Nizam, N., (2019). Hubungan Antara Kepuasan Kerja Dengan Kualiti Perkhidmatan Dalaman Staf Majlis Sukan Negeri-Negeri Di Malaysia. *International Journal of Education, Psychology and Counseling* Volume: 4 Issues: 32 [September, 2019] pp.119-129] eISSN: 0128-164X
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Services Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- S.Hayaati, al-Qudsy (2008). *Budaya Kerja Cemerlang Menurut Perspektif Islam: Amalan Perkhidmatan Awam Malaysia*. Jurnal Pengajian Melayu, Jilid 19, 2008
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2010). *“Research Methods for Business: A Skill Building Approach”*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Solahuddin, A.H. & Che Zarrina, S., (2014). Tuntutan Bekerja Dan Kehidupan Beragama Berdasarkan Perspektif Islam. *Jurnal kefahaman Ahli Sunnah Wal Jama'ah*. Jan-Jun 2014, bil. 6, pp. 131-153 131
- Tibebe, A. (2016). Stock Returns and Interest Rates around the World: A Panel Data Approach. *Journal of Economics and Business*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jeconbus.2016.10.001>
- Zafir Mohd Makhbul & Mohd Nazmy Abd Latif (2018). *Modal Insan Dalam Landskap Industri 4.0. The 3rd CHREST International Conference*
- Zeithaml, Bitner, and Gremler, (2006). *Service Marketing*. New York: McGraw-Hill Inc.