

## **Cukai Perkhidmatan dan Caj Perkhidmatan: Impak Kepada Permintaan Pengguna Terhadap Makanan Di Restoran**

Norain Mod Asri  
Email: norain@ukm.my

Salwah Bulis  
Atikah Azmi  
Wook Endut  
Md. Zyadi Md Tahir

Pusat Pengajian Ekonomi  
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan  
Universiti Kebangsaan Malaysia

### **ABSTRAK**

Perubahan gaya hidup serta penglibatan wanita secara aktif dalam pasaran buruh telah menyumbang kepada peningkatan permintaan terhadap makanan siap yang dijual di restoran. Namun, seiring dengan pertambahan pendapatan negara, didapati kerajaan mengenakan cukai perkhidmatan terhadap restoran bersaiz besar bagi menambahkan lagi hasil kerajaan. Dalam masa yang sama, restoran tersebut juga turut mengenakan caj perkhidmatan kepada pengguna pada kadar lebih tinggi berbanding kadar cukai perkhidmatan. Justeru, dengan menggunakan soalselidik yang dijalankan di Kajang, Bandar Baru Bangi dan Putrajaya, maka kajian ini mengeksplorasi dua isu utama. Pertama, gelagat pembelian dan tahap kesedaran pengguna di restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Kedua, persepsi pengguna terhadap pelaksanaan cukai dan caj perkhidmatan yang akan dianalisis berdasarkan nilai min. Dapatan membuktikan pengguna yang tinggal di bandar berpuashati dengan perkhidmatan dan menu yang ditawarkan oleh restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Namun, mereka berpendapat bahawa harga yang dikenakan adalah tidak berpatutan kerana mereka bersetuju bahawa kadar cukai dan caj perkhidmatan adalah tinggi serta membebankan pengguna. Secara keseluruhannya, memandangkan pengenaan cukai dan caj perkhidmatan ini dilihat mempengaruhi permintaan terhadap aktiviti restoran yang merupakan sebahagian daripada industri perkhidmatan, lantas ia sebenarnya turut mendasari transformasi ekonomi Malaysia ke arah menjadi negara maju.

Kata kunci: Cukai Perkhidmatan, Caj Perkhidmatan, Makanan Siap, Restoran, Analisis Min

### **ABSTRACT**

*Changes in lifestyle and active participation of women in the labor market have contributed to demand incremental for ready made food sold in restaurants. However, in line with the increase in national income, the federal government applies service tax on big scale restaurant to increase government revenue. At the same time, the restaurants are also applies service charge to consumers at a higher rate than the rate of service tax. Thus, using the survey in Kajang, Bandar Baru Bangi and Putrajaya, this study explores two main issues. First, purchase behavior and consumer awareness on restaurants that impose tax and/or service charges. Second, consumers' perceptions of the implementation of tax and service charge will be analyzed based on the mean value. The findings demonstrate that consumers who live in the city are satisfied with the service and the menu offered by the restaurant that imposed taxes and/or service charges. However, they argue that the prices charged are unreasonable because they agreed that the rate of tax and service charge is high and consumers have to bear the burden. Overall, since the imposition of tax and service charge can affect the demand for restaurant activities that are part of the service industry, thus it is also underlie the Malaysian economic transformation towards developed country.*

*Keywords: Service Tax, Service Charge, Ready Made Food, Restaurant, Mean Analysis*

## PENGENALAN

Dewasa ini, industri makanan merupakan salah satu penyumbang utama dalam sektor perkhidmatan di Malaysia. Ini berikutan daripada permintaan yang tinggi terhadap makanan siap yang dijual oleh kedai makan dan restoran, lantas ia mewujudkan persaingan sengit dalam pasaran dengan pertambahan bilangan peserta baru yang semakin mendadak. Di samping itu, inovasi yang tinggi dalam industri tersebut telah menyumbang kepada kepelbagaian produk dan perkhidmatan makanan yang ditawarkan. Namun, satu perkembangan baru yang perlu diberi perhatian adalah kebanyakan restoran kini bukan sahaja mengenakan cukai perkhidmatan seperti yang diperuntukkan oleh perundangan, tetapi mereka turut mengenakan caj perkhidmatan kepada pelanggan.

Cukai perkhidmatan seperti yang termaktub mengikut Akta Cukai Perkhidmatan 1975 dikenakan ke atas apa-apa perkhidmatan yang kena dibayar cukai yang disediakan oleh mana-mana orang yang kena membayar cukai. Ia adalah terpakai di seluruh Malaysia kecuali Langkawi, Labuan, Zon Bebas dan Kawasan Pembangunan Bersama. Cukai perkhidmatan pada awalnya dikenakan pada kadar 5 peratus dari nilai perkhidmatan yang diberikan. Namun pada tahun 2011, kadar cukai perkhidmatan telah meningkat kepada 6 peratus dari nilai perkhidmatan yang diberikan. Pindaan kadar cukai perkhidmatan baru ini dikuatkuasakan melalui Perintah Cukai Perkhidmatan (Kadar Cukai) (Pindaan) 2010. Caj perkhidmatan pula bukan merupakan cukai yang dikenakan oleh kerajaan tetapi bayaran tambahan yang dikenakan kepada pengguna oleh restoran itu sendiri. Pada amalnya, didapati pihak pengurusan restoran akan mengenakan kadar caj perkhidmatan yang tinggi berbanding cukai perkhidmatan yang dikenakan oleh kerajaan.

Senario di atas telah memberikan motivasi kepada kajian ini untuk menerokai impak cukai dan caj perkhidmatan dalam mempengaruhi permintaan pengguna terhadap makanan siap yang ditawarkan oleh restoran bagi kes bandar, yang mana membeli makanan di luar telah menjadi sebahagian cara hidup masyarakat kota. Rentetan itu, menerusi analisis min, reaksi pengguna terhadap perubahan cukai dan caj perkhidmatan dapat dikenal pasti serta ia menjadi panduan kepada penggubal dasar untuk merangka dasar dan peraturan berkaitan bagi menjamin kebajikan pengguna terpelihara serta merencanakan lagi aktiviti industri restoran domestik ke pasaran global.

Kertas ini dibahagikan kepada beberapa bahagian. Bahagian kedua membincangkan secara ringkas sorotan kajian lepas. Bahagian ketiga menjelaskan metodologi kajian. Bahagian keempat membentangkan analisis kajian, manakala bahagian kelima meringkas dan merumuskan hasil kajian.

## SOROTAN KAJIAN LEPAS

Cukai perkhidmatan merupakan salah satu daripada komponen cukai tidak langsung yang penting. Menurut M. Jensen (1997), salah satu kebaikan cukai tidak langsung adalah bebannya dapat disembunyikan. Justeru, jika pengguna menyedari bahawa mereka terpaksa menanggung beban cukai perkhidmatan atas pembelian sesuatu barangan, maka mereka boleh membuat keputusan untuk tidak membeli barangan tersebut bagi mengelak dari dikenakan cukai perkhidmatan dan hanya membeli barangan yang tidak dikenakan cukai perkhidmatan. Di samping itu, cukai perkhidmatan yang bersifat selektif ini juga seringkali menjadi alat untuk pihak kerajaan melaksanakan matlamat tertentu. Sebagai contoh, Chou, Grossman dan Saffer (2004), Davis dan Carpenter (2009) serta Currie et al. (2010) membuktikan makan di restoran boleh menyumbang kepada masalah obesiti. Oleh itu, Okrent dan Alston (2012) menegaskan bahawa pelaksanaan cukai perkhidmatan terhadap makanan boleh mengurangkan perbelanjaan untuk makan di luar, lantas ia dapat membantu dalam mengurangkan masalah obesiti di kalangan masyarakat.

Seterusnya, kajian oleh Chakravarti, Krish, Paul dan Srivastava (2002), Lee dan Han, (2002) serta Xia dan Monroe, (2004) mencadangkan harga makanan dan cukai perkhidmatan sepatutnya dikenakan secara berasingan. Ini kerana apabila harga makanan dan cukai perkhidmatan dikenakan secara bersama dalam satu harga, maka harga makanan yang dijual menjadi mahal dan bakal mengurangkan permintaan pelanggan terhadap makanan di restoran tersebut. Walaupun begitu, Dabholkar, Shepherd dan Thorpe (2000) menyatakan bahawa bagi mengekalkan pelanggan dan mencapai keuntungan yang tinggi dalam persekitaran persaingan yang sengit, kebanyakan firma menyedari bahawa mereka harus memberikan perkhidmatan yang berkualiti tinggi. Lewis (1981) serta Behara dan Gunderson (2001) pula telah mentakrifkan kualiti perkhidmatan sebagai takat yang mana perkhidmatan mampu mencapai keperluan dan kehendak pelanggan serta membina kepuasan pelanggan tersebut.

Di samping pelaksanaan cukai perkhidmatan, didapati kebanyakan restoran juga mengenakan pembayaran tip. Namun, senario terbaru menunjukkan restoran di kebanyakan negara Eropah yang

selama ini menggunakan sistem pemberian tip menggantikannya dengan sistem caj perkhidmatan. Ini berikutan daripada caj perkhidmatan lebih memudahkan pelanggan kerana ia telah dimasukkan terus ke dalam senarai harga yang perlu dibayar oleh pelanggan (Azar, 2004). Namun, ia disangkal oleh Kwortnik, Lynn dan Rose (2009) yang menyatakan bahawa restoran di Amerika Syarikat yang mengamalkan pemberian tip secara sukarela mempunyai nilai min perkhidmatan yang lebih tinggi berbanding restoran yang mengenakan caj perkhidmatan. Tambahan lagi, menurut Mills dan Riehle (1987), pengguna percaya bahawa pemberian tip merupakan satu insentif untuk memberikan perkhidmatan yang berkualiti.

Dari perspektif penawaran pula, Lynn (2001) menjelaskan pihak pengurusan restoran menggunakan sistem pemberian tip untuk tiga tujuan. Pertama, untuk memberi motivasi kepada pekerja agar memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan. Kedua, untuk mengukur prestasi pekerja. Ketiga, untuk mengenalpasti tahap ketakpuashatian pelanggan. Ketiga-tiga tujuan ini akan tercapai dengan andaian pelanggan bakal menerima perkhidmatan yang terbaik menerusi pembayaran tip pada jumlah yang lebih besar. Selain itu, menurut Sinay (2001), di Israel telah berlaku kenaikan upah atas perintah mahkamah yang mengarahkan supaya pekerja restoran diberikan upah tambahan minimum daripada tip yang mereka perolehi. Pada awalnya sebelum peraturan tersebut dikeluarkan, pihak restoran tidak membayar upah langsung kepada pekerja atas tip yang diperolehi. Tetapi, berikutan dari penguatkuasaan peraturan baru tersebut, didapati restoran yang sebelum ini mengamalkan pemberian tip secara sukarela menggantikannya dengan mengenakan caj perkhidmatan kepada pelanggan. Seterusnya, pihak pengurusan restoran akan menggunakan hasil caj perkhidmatan untuk membayar upah para pekerja restoran. Di Malaysia pula, presiden Persatuan Pengguna Pulau Pinang, S.M. Mohamed Idris menggesa pengusaha menyatakan nilai sebenar cukai perkhidmatan dalam bentuk nilai mutlak dan bukan dalam bentuk peratusan (Sinar Harian, 31 Julai 2012). Ini bagi mengelakkan pengguna keliru tentang kos sebenar yang sepatutnya mereka bayar untuk makan di restoran.

## **METODOLOGI**

Kajian ini merupakan kajian empirik di Bandar Baru Bangi, Putrajaya dan Kajang yang melibatkan 300 responden yang terdiri daripada pengunjung restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan dengan pelbagai latar belakang dan dipilih secara rawak. Untuk tujuan pengumpulan data, maka kajian ini menggunakan soalselidik. Muka hadapan soalselidik menyatakan tujuan kajian ini dilakukan. Manakala mukasurat yang berikutnya pula mengandungi soalan berkaitan profil responden, gelagat pembelian dan persepsi tentang restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Penggunaan skala Likert di bahagian persepsi membolehkan persepsi pengguna diukur dengan lebih tepat. Kajian ini turut mempersembahkan dapatan menerusi mengaplikasi analisis min.

## **ANALISIS KAJIAN**

### **Profil Responden**

Bahagian ini bertujuan melihat secara keseluruhan profil responden yang mengunjungi restoran yang mengenakan caj atau/dan cukai perkhidmatan di sekitar Kajang, Putrajaya dan Bandar Baru Bangi dari segi jantina, umur, bangsa, status perkahwinan, taraf pendidikan, pekerjaan, jenis waktu bekerja, tempat bekerja, pendapatan, tabungan bulanan, jarak antara rumah dengan restoran yang sering dikunjungi, bilangan tanggungan, jenis perumahan dan jenis kenderaan. Jadual 1 memaparkan analisis frekuensi dan peratusan bagi responden yang terpilih.

Daripada 300 orang responden (N), seramai 157 orang (52.3%) merupakan responden lelaki dan seramai 143 orang (47.7%) merupakan responden perempuan. Majoriti responden yang mengunjungi restoran tersebut pula adalah golongan yang berumur dalam lingkungan 20 hingga 29 tahun iaitu seramai 162 orang (54.0%) diikuti dengan golongan yang berumur 30 hingga 39 tahun iaitu seramai 78 orang (26.0%), manakala golongan terendah ialah responden yang berumur 50 hingga 59 tahun iaitu hanya seramai 8 orang (2.7%). Jelas sekali responden pada peringkat umur pertengahan lebih suka mengunjungi restoran yang mahal dan mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan.

Dari segi bangsa pula, kebanyakan responden merupakan bangsa Melayu iaitu seramai 266 orang (88.7%), diikuti dengan bangsa Cina 19 orang (6.3%) dan India 15 orang (5.0%). Hal ini menunjukkan bahawa bangsa Melayu lebih gemar mengunjungi restoran yang mengenakan cukai atau/dan caj perkhidmatan memandangkan kebanyakan penduduk di Bandar Baru Bangi dan Putrajaya merupakan orang Melayu. Selain itu, majoriti responden adalah golongan bujang iaitu seramai 160

orang (53.3%) dan selebihnya seramai 140 orang (46.7%) merupakan responden yang sudah berkahwin. Senario ini mungkin disebabkan orang bujang lebih suka makan di restoran yang agak mahal dengan suasana fizikal restoran yang menarik serta menawarkan perkhidmatan layanan kepada pelanggan.

Berkaitan taraf pendidikan pula, jumlah tertinggi ialah responden yang mempunyai diploma iaitu seramai 110 orang (36.7%) diikuti oleh responden yang mempunyai taraf pendidikan SPM/STPM 109 orang (36.3%) dan responden paling sedikit ialah responden dengan taraf pendidikan PhD iaitu hanya seorang (0.3%). Dari segi pekerjaan, didapati paling ramai responden bekerja di sektor awam iaitu seramai 111 orang (37.0%) dan paling sedikit responden yang termasuk dalam kategori lain-lain iaitu seramai 6 orang (2.0%). Ini mencerminkan pekerja sektor awam mempunyai lebih masa lapang untuk mengunjungi restoran tersebut berbanding pekerja di sektor lain.

Di samping itu, majoriti responden juga merupakan golongan yang bekerja pada waktu kerja biasa dan bekerja di pejabat iaitu seramai 155 orang (51.7%). Ini diikuti oleh responden yang bekerja mengikut shift 43 orang (14.3%) dan responden bekerja dalam kategori lain-lain tempat seperti kedai dan kilang seramai 29 orang (9.7%). Dari segi pendapatan responden, didapati ramai responden mempunyai pendapatan antara RM1,001 hingga RM3,000 iaitu seramai 155 orang (51.7%) diikuti golongan berpendapatan RM1,000 dan ke bawah seramai 93 orang (31%). Namun, responden yang mempunyai pendapatan yang agak tinggi didapati kurang mengunjungi restoran tersebut, iaitu golongan berpendapatan antara RM5,001 hingga RM7,000 (seramai seorang atau 0.3%). Ini menggambarkan golongan berpendapatan tinggi kurang cenderung berbelanja terhadap makanan siap di restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Manakala golongan berpendapatan sederhana dan rendah lebih memilih restoran tersebut yang dilihat menawarkan menu makanan yang sedap, menepati citarasa dan layanan yang cepat.

Seterusnya dari segi tabungan, didapati majoriti responden mempunyai tabungan kurang dari RM250 iaitu seramai 246 orang (82.0%). Ini mungkin disebabkan kos makanan di restoran tersebut yang mahal, lantas mereka tidak dapat menabung dengan banyak. Dari segi jarak restoran pula menunjukkan bahawa kebanyakan responden iaitu seramai 143 orang (47.7%) cenderung mengunjungi restoran yang berada lebih 10 kilometer dari rumah mereka dan hanya 40 orang (13.3%) responden yang mempunyai jarak antara rumah dan restoran kurang 5 kilometer. Ini menunjukkan bahawa responden sanggup pergi ke restoran tersebut walaupun jaraknya jauh asalkan mereka dapat membeli makanan yang dijual di restoran tersebut. Sebaliknya, responden cenderung mengunjungi restoran yang mempunyai jarak kurang daripada 10 kilometer daripada pejabat memandangkan masa rehat mereka yang terhad.

Walaupun begitu, dari segi bilangan tanggungan, didapati kebanyakan responden mempunyai tanggungan kurang dari 3 orang tanggungan iaitu seramai 152 orang (50.7%), diikuti seramai 135 orang (45.0%) responden mempunyai tanggungan antara 3 hingga 5 orang dan hanya 13 orang (4.3%) responden mempunyai tanggungan lebih dari 5 orang. Ini menunjukkan responden yang mempunyai saiz keluarga yang kecil lebih cenderung mengunjungi restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Akhir sekali, kebanyakan responden yang mengunjungi restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan tinggal di rumah teres setingkat iaitu seramai 131 orang (43.2%) dan mempunyai kenderaan sendiri iaitu seramai 219 orang (73%). Jelas sekali bahawa dengan memandu kenderaan persendirian, maka tidaklah menghairankan apabila responden sanggup pergi ke restoran tersebut yang terletak jauh dari rumah mereka.

### **Gelagat Pembelian**

Bagi melihat gelagat pembelian responden, maka perbincangan dimulakan dengan menganalisis kesedaran pengguna tentang restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Dapatan di Jadual 2 menunjukkan 80.3% daripada responden tahu dan sedar bahawa restoran yang mereka kunjungi mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Daripada jumlah responden yang sedar ini, kebanyakan mereka (43.6%) tahu restoran tersebut hanya mengenakan cukai perkhidmatan sahaja. Namun, lebih 50% daripada responden yang sedar ini juga memilih restoran tersebut disebabkan makanan yang ditawarkan memenuhi cita rasa berbanding tempat lain. Bagi responden yang tidak tahu pula, 55.9% daripada mereka memberikan alasan makanan di restoran tersebut lebih sedap sebagai penyebab mereka mengunjungi restoran tersebut. Jelas sekali, sama ada responden sedar atau pun tidak, faktor kesedaran makanan menjadi tarikan utama kepada pengunjung restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan tersebut.

Walaupun begitu, didapati 57.7 peratus responden tidak bersetuju restoran mengenakan caj perkhidmatan dengan alasan ia membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal. Sebaliknya, 59.5% responden bersetuju restoran mengenakan cukai perkhidmatan seperti yang telah

ditetapkan oleh kerajaan kerana ia merupakan salah satu sumber hasil fiskal yang penting. Bagi kes restoran yang mengenakan kedua-dua cukai dan caj perkhidmatan secara serentak pula, 67.4% responden tidak bersetuju ia dilaksanakan secara serentak kerana beban cukai dan caj perkhidmatan tersebut sepatutnya turut ditanggung oleh pihak restoran, bukannya dipindahkan sepenuhnya kepada pelanggan. Seperkara yang menarik adalah walaupun responden bersetuju cukai perkhidmatan dikenakan oleh pihak restoran, tetapi lebih 50% responden tidak bersetuju dengan kadar cukai dan kadar caj perkhidmatan yang dikenakan disebabkan harga makanan sudah mahal dan tidak setimpal dengan layanan yang diberikan oleh pihak pengurusan restoran.

Selain itu, 55.4% responden mengetahui restoran tersebut mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan melalui pengalaman mereka sebelum ini. Hal ini mencerminkan pengguna kini peka dengan harga sebenar yang mereka bayar berdasarkan item yang tercatat di resit pembayaran. Di samping itu, lebih 70% responden mengunjungi restoran tersebut 1 hingga 3 kali seminggu terutama sekali pada hujung minggu. Dari segi teman mengunjungi restoran, kebanyakan responden mengunjungi restoran tersebut bersama rakan-rakan (47%) diikuti bersama keluarga (45%) dan seorang diri (8%). Namun, apabila diperhalusi secara terperinci seperti yang dipaparkan di Jadual 3, didapati orang lelaki, golongan yang berumur kurang daripada 30 tahun dan orang bujang gemar berkumpul dan berbual bersama rakan di restoran tersebut. Manakala kaum wanita, responden yang berusia 30 tahun ke atas dan golongan berkahwin cenderung ditemani keluarga mereka.

Seterusnya, dapatan di Jadual 2 juga menunjukkan majoriti responden (218 orang atau 72.7%) secara purata berbelanja kurang daripada RM50 bagi setiap kunjungan. Walaupun begitu, keputusan di Jadual 4 membuktikan golongan yang berusia sekitar 20 hingga 39 tahun paling banyak berbelanja secara purata melebihi RM50 bagi setiap kunjungan. Dari segi pendapatan pula, responden yang memperoleh pendapatan isirumah sekitar RM1001 hingga RM3000 paling banyak berbelanja pada purata kurang RM50 dan purata RM50 hingga RM100 bagi setiap kunjungan. Seperkara yang perlu diberi perhatian adalah golongan yang berpendapatan lebih daripada RM7000 berbelanja secara purata melebihi RM50, lantas ini mencerminkan golongan berpendapatan tinggi sanggup berbelanja lebih bagi setiap kunjungan ke restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan tersebut.

Berdasarkan Jadual 2 lagi, 54.7% responden mengunjungi restoran tersebut sekadar untuk menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan. Kebanyakan responden (85%) juga dilihat lebih suka makan di restoran tersebut berbanding dengan membungkus makanan untuk dibawa pulang. Jika sebelum ini responden didapati kurang bersetuju dan tidak berpuas hati dengan pelaksanaan cukai dan caj perkhidmatan, namun 53% responden merasakan harga yang mereka bayar selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan adalah berpatutan. Ini disebabkan responden berpendapat harga akhir yang mereka bayar berpadanan dengan kualiti makanan (termasuk cara hidangan) dan perkhidmatan yang mereka perolehi, lantas mereka tidak kisah membayar harga yang lebih tinggi. Hal ini terbukti apabila lebih 85% responden bersetuju bahawa kualiti perkhidmatan dan kualiti makanan memenuhi keperluan dan kehendak mereka. Keputusan ini diperkukuhkan lagi dengan lebih 90% responden berpandangan bahawa pihak pengurusan restoran sentiasa mementingkan kebersihan restoran serta menu makanan yang segar dan berzat. Tetapi, perlu diingatkan pihak pengurusan restoran harus lebih peka terhadap harga kerana 77.7% responden menegaskan peningkatan harga amat mempengaruhi permintaan mereka terhadap makanan di restoran tersebut. Dalam kata lain, bagi mengekalkan permintaan pengguna, maka pihak pengurusan restoran perlu sentiasa menawarkan produk mereka pada harga yang berpatutan. Walaupun begitu, secara amnya, lebih 60% responden tidak bersetuju terhadap tindakan pihak pengurusan restoran mengenakan caj perkhidmatan dan memindahkan beban cukai perkhidmatan kepada mereka, dengan bilangan bilangan responden yang tidak bersetuju terhadap pelaksanaan caj perkhidmatan lebih tinggi daripada cukai perkhidmatan.

### **Persepsi Pengguna Terhadap Restoran Yang Mengenakan Cukai Dan/Atau Caj Perkhidmatan**

Jadual 5 akan memaparkan 45 soalan yang merangkumi pelbagai dimensi persepsi pengguna terhadap restoran yang mengenakan cukai dan caj perkhidmatan. Nilai skala likert yang digunakan ialah 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Berdasarkan Jadual 5 di bawah, bagi persepsi tentang harga yang ditawarkan, nilai min yang paling tinggi ialah 3.87, iaitu responden bersetuju bahawa harga makanan di restoran ini munasabah berbanding restoran lain. Namun, responden juga bersetuju tentang tiga perkara berikut; pertama, harga yang ditawarkan adalah setimpal dengan kualiti makanan, kedua, harga makanan jika dimakan di restoran tersebut atau dibungkus untuk dibawa balik adalah sama sahaja, serta ketiga, harga yang ditawarkan adalah seragam (standard) antara semua restoran dalam kategori yang sama. Walaupun dalam Jadual 2 sebelum ini responden bersetuju bahawa harga adalah berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan, tetapi analisis min di Jadual 5 membuktikan responden tidak pasti sama ada harga yang dikenakan adalah tidak mahal kerana

termasuk caj dan cukai perkhidmatan. Min kumpulan yang bernilai 3.23 pula mencerminkan responden bersetuju dengan harga yang dikenakan oleh restoran tersebut.

Seterusnya, bagi faktor kualiti perkhidmatan, nilai min yang paling tinggi ialah 3.93 iaitu responden bersetuju pihak restoran memberi layanan yang sama rata kepada semua pelanggan. Ini diikuti dengan responden bersetuju bahawa restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan menyediakan kemudahan pembayaran secara tunai dan kad kredit (3.87), makanan dan minuman yang dipesan cepat diterima (3.65) dan restoran tersebut menyediakan kemudahan restoran yang lengkap seperti TV, ASTRO, radio dan wifi (3.58). Seperkara yang perlu diberi perhatian adalah responden tidak pasti bahawa mereka sanggup membayar caj perkhidmatan untuk mendapat layanan istimewa daripada restoran dengan nilai min 2.65. Secara keseluruhan nilai min kumpulan sebanyak 3.03 menunjukkan responden bersetuju dengan kualiti perkhidmatan restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan tersebut.

Bagi faktor menu dan kualiti makanan, didapati responden bersetuju menu yang disediakan adalah pelbagai, bersih, lazat dan berkhasiat disebabkan nilai min bagi setiap kenyataan dan min kumpulan melebihi 3.50. Responden turut berpendapat kualiti makanan yang ditawarkan adalah tinggi akibat penenaan caj dan cukai perkhidmatan. Keputusan yang sama juga diperolehi untuk faktor kemudahan dan keadaan fizikal restoran yang mana responden bersetuju bahawa keadaan dan persekitaran restoran adalah selesa, bersih dan menarik dengan nilai min setiap kenyataan dan min kumpulan melebihi 3.50. Selain itu, berkaitan cukai dan caj perkhidmatan yang dikenakan, pengguna bersetuju kadar caj dan cukai perkhidmatan yang dikenakan adalah tinggi dengan nilai min 3.42. Justeru, responden juga sangat bersetuju semua caj dan cukai perkhidmatan perlu didedahkan kepada pengguna melalui resit atau poster di restoran dengan min bernilai 4.25. Dalam masa yang sama, responden dilihat tidak pasti sama ada cukai perkhidmatan yang dikenakan melebihi daripada caj perkhidmatan (nilai min 2.69).

Selanjutnya, responden bersetuju bahawa atmosfera restoran seperti muzik latar, peragaan makanan, susunan menu dan penggunaan pinggan mangkuk yang menarik membolehkan mereka bebas berbual dengan rakan-rakan dan keluarga. Ini terbukti apabila min kumpulan bagi atmosfera restoran bernilai 3.32. Akhir sekali, responden turut bersetuju lokasi restoran adalah bersesuaian kerana banyak ruang parkir, berdekatan dengan rumah atau pejabat responden, tidak jauh dari kemudahan awam dan berdekatan dengan banyak restoran lain. Bagi faktor lokasi ini, didapati nilai min setiap kenyataan dan min kumpulan melebihi 3.20.

Secara keseluruhannya, dapatlah disimpulkan bahawa pengguna bersetuju dengan kesemua perkhidmatan yang ditawarkan oleh restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Tetapi, pengguna juga didapati masih tidak bersetuju dengan kadar cukai dan caj perkhidmatan yang dikenakan kerana ia menyebabkan harga makanan menjadi lebih mahal.

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI DASAR**

Dapatan kajian ini membuktikan pengguna yang tinggal di bandar berpuashati dengan perkhidmatan dan menu yang ditawarkan oleh restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Namun, mereka berpendapat bahawa harga yang dikenakan adalah tidak berpatutan kerana mereka bersetuju bahawa kadar cukai dan caj perkhidmatan adalah tinggi serta membebankan pengguna. Justeru, keputusan ini secara langsung boleh dimanfaatkan oleh peniaga, kerajaan dan pengguna dalam pembuatan keputusan seharian. Sebagai peniaga yang bertanggungjawab, peniaga seharusnya menawarkan perkhidmatan yang berkualiti tinggi setanding dengan caj perkhidmatan yang dikenakan kepada pengguna. Memandangkan kadar caj perkhidmatan seringkali melebihi kadar cukai perkhidmatan, maka pihak pengurusan restoran perlu sentiasa menaiktaraf kualiti perkhidmatan mengikut keperluan dan kehendak pengguna. Perlu diingatkan bahawa jaringan internet yang luas telah membolehkan pengguna mengakses maklumat restoran dengan pantas, lantas pengguna kini mampu menilai kecekapan perkhidmatan restoran dengan mudah. Satu-satunya perkara yang boleh menjamin kelangsungan restoran dalam pasaran adalah pihak restoran perlu menawarkan produk dan perkhidmatan yang baik, dengan kadar caj perkhidmatan yang dikenakan haruslah berpatutan mengikut kemampuan pengguna.

Bagi kerajaan pula, kadar cukai perkhidmatan perlulah sentiasa dikaji dengan mengambilkira situasi inflasi semasa. Ini kerana pelaksanaan cukai perkhidmatan terhadap restoran besar sebenarnya bakal mengarah kepada peningkatan harga makanan siap kerana pihak restoran pasti akan mengalihkan beban cukai tidak langsung ini kepada pengguna. Di samping itu, kerajaan juga perlu merangka satu undang-undang berkait dengan pelaksanaan caj perkhidmatan bagi mengelakkan penipuan oleh pihak restoran yang tidak bertanggungjawab. Secara langsung, peraturan ini diyakini mampu melindungi

pengguna dan merencanakan lagi aktiviti restoran yang merupakan sebahagian daripada industri perkhidmatan, lantas ia turut mendasari transformasi ekonomi Malaysia ke arah menjadi negara maju. Manakala bagi pengguna pula, mereka haruslah lebih bijak dalam mengatur perbelanjaan terhadap makanan dengan berpandukan kepada kemampuan mereka. Di samping itu, pengguna juga disarankan untuk memilih restoran yang benar-benar mampu memberi perkhidmatan yang setimpal dengan caj perkhidmatan yang dikenakan.

## RUJUKAN

- Behara, R.S. & Gundersen, D.E. (2001). Analysis of Quality Management Practices in Services, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 18(6), 584-603.
- Chakravarti, D., Krish, R., Paul, P. & Srivastava, J. (2002). Partitioned presentation of multi-presentation component bundle prices: evaluation, choice and underlying processing effects. *Journal of Consumer Psychology*, 12(3), 215-229.
- Chou, S.Y., Grossman, M. & Saffer, H. (2004). An economic analysis of adult obesity: Results from the Behavioral Risk Factor Surveillance System. *Journal of Health Economics*, 23(3), 565-587.
- Currie, J., Vigna, S.D., Moretti, E. & Pathania, V. (2010). The effect of fast food restaurants on obesity and weight gain. *American Economic Journal: Economic Policy*, 2(3), 32-63.
- Dabholkar, P. D., Shepherd, C. D. & Thorpe, D. I. (2000). A comprehensive framework for service quality: An investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of Retailing*, 76(2), 139-173.
- Davis, B. & Carpenter, C. (2009). Proximity of fast-food restaurants to schools and adolescent obesity. *American Journal of Public Health*, 99(3), 505-510.
- Jensen, E.M. (1997). The apportionment of 'direct taxes': Are consumption taxes constitutional?. *Columbia Law Review*, 97, 2334.
- Kwortnik, R.J., Lynn, W.M. & Ross, W.T. (2009). Buyer monitoring: A means to insure personalized service. *Journal of Marketing Research*, 46(5), 573-583.
- Lee, Y. H. & Han, C. Y. (2002). Partitioned pricing in advertising: Effect on brand and retailer attitudes. *Marketing Letters*, 13(1), 27-40.
- Lewis, R.C. (1981). Restaurant advertising: Appeals and consumers intentions. *Journal of Advertising Research*, 21(5), 60-74.
- Lynn, M. (2001). Restaurant tipping and service quality: A tenuous relationship. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42, 14-20.
- Mills, S. & Riehle, H. (1987). What Customers Think About Tips vs Service Charges. *Restaurants USA*, 20-22.
- Okrent, A. & Alston, J.M. (2012). The Demand for Disaggregated Food-Away-From-Home and Food-at-Home Products in the United States. *Economic Research Report No. (ERR-139)*.
- Sinar Harian 31 Julai 2012. <http://www.sinarharian.com.my/bisnes/cap-gesa-pengusaha-restoran-pamer-harga-sebenar-1.71845>
- Sinay, R. (2001). Trying to protect waiters hurts their income. *Ha'aretz*, 4 June (in Hebrew).
- Xia, L. & Monroe, K. B. (2004). Price partitioning on the internet. *Journal of International Marketing*, 18(4), 63-73.

JADUAL 1: Profil Responden Yang Mengunjungi Restoran Yang Mengenakan Caj Atau Cukai Perkhidmatan

Latarbelakang responden	Bilangan (orang)	Peratusan (%) daripada N
<u>Jantina</u>		
Lelaki	157	52.3
Perempuan	143	47.7
<u>Umur</u>		
Kurang dari 20 tahun	38	12.7
20 – 29 tahun	162	54.0
30 – 39 tahun	78	26.0
40 – 49 tahun	14	4.7
50 – 59 tahun	8	2.7
<u>Bangsa</u>		
Melayu	266	88.7
Cina	19	6.3
India	15	5.0
<u>Status perkahwinan</u>		
Bujang	160	53.3
Berkahwin	140	46.7
<u>Taraf pendidikan</u>		
SPM/STPM	109	36.3
Diploma	110	36.7
Ijazah Sarjanamuda	65	21.7
Ijazah Sarjana	15	5.0
PhD	1	0.3
<u>Pekerjaan responden</u>		
Pelajar	70	23.3
Pesara	8	2.7
Surirumah	22	7.3
Pekerja sektor awam	111	37.0
Pekerja sektor swasta	83	27.7
Lain-lain	6	2.0
<u>Jenis waktu bekerja</u>		
Biasa	155	51.7
Shift	43	14.3
Lain-lain	3	1.0
<u>Tempat bekerja</u>		
Pejabat	155	51.7
Travelling	6	2.0
Site	10	3.3
Lain-lain	29	9.7

Nota: N merujuk kepada bilangan responden iaitu 300 orang.

JADUAL 1 (bersambung)

Latarbelakang responden	Bilangan (orang)	Peratusan (%) daripada N
<u>Pendapatan reponden</u>		
RM1,000 dan ke bawah	93	31.0
RM1,001 – RM3,000	155	51.7
RM3,001 – RM5,000	51	17.0
RM5,001 – RM7,000	1	0.3
<u>Pendapatan isirumah</u>		
RM1,000 dan ke bawah	80	34.3
RM1,001 – RM3,000	110	36.7
RM3,001 – RM5,000	63	21.0
RM5,001 – RM7,000	31	10.3
Lebih dari RM7,000	16	5.3
<u>Tabungan sebulan</u>		



Kurang dari RM250	246	82.0
RM251 – RM500	46	15.3
Lebih dari RM500	8	2.7
<u>Jarak restoran daripada rumah</u>		
Kurang dari 5 km	40	13.3
5 km – 10 km	117	39.0
Lebih daripada 10 km	143	47.7
<u>Jarak restoran daripada pejabat</u>		
Kurang dari 5 km	60	20
5 km – 10 km	63	20.7
Lebih daripada 10 km	54	18
<u>Anda merupakan ketua keluarga</u>		
Ya	85	28.3
Tidak	215	71.7
<u>Pekerjaan pasangan</u>		
Pelajar	3	1.0
Pesara	1	0.3
Surirumah	30	10.0
Pekerja sektor awam	68	22.7
Pekerja sektor swasta	37	12.3
Lain-lain	1	0.3
<u>Bilangan tanggungan</u>		
Kurang dari 3 orang	152	50.7
3 – 5 orang	135	45.0
Lebih dari 5 orang	13	4.3
<u>Jenis perumahan yang didiami</u>		
Banglo	11	3.7
Rumah kampung	28	9.3
Villa	1	0.3
Konduminium	9	3.0
Pangsa	55	18.3
Teres setingkat	131	43.7
Teres dua tingkat	49	16.3
Lain-lain	16	5.3
<u>Adakah memiliki kenderaan?</u>		
Ya	219	73.0
Tidak	81	27.0

JADUAL 2: Gelagat Pembelian Responden

Bil.	Perkara	Bilangan (orang)	Peratusan (%)
1.	<u>Adakah anda tahu restoran ini mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan?</u>		
	Ya	241	80.3
	Tidak	59	19.7
2.	<u>Mengapa memilih restoran tersebut berbanding restoran lain yang tidak mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan?</u>		
	Makanan memenuhi cita rasa berbanding tempat lain	130	53.9
	Kualiti perkhidmatan dan makanan lebih baik	49	20.3
	Restoran berdekatan dengan kediaman	46	19.1
	Lain-lain	16	6.7
3.	<u>Restoran ini mengenakan:</u>		
	Caj perkhidmatan sahaja	52	21.6
	Cukai perkhidmatan sahaja	105	43.6
	Caj dan cukai perkhidmatan	84	34.8

4.	<u>Mengapa memilih makanan di restoran tersebut sedangkan anda tidak tahu ia mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan?</u>		
	Makanan di sini lebih sedap	33	55.9
	Perkhidmatan yang diberikan berkualiti setanding dengan harga	15	25.4
	Jenama makanan dan restoran yang mahal	9	15.3
	Lain-lain	2	3.4
5.	<u>Adakah wajar restoran ini mengenakan caj perkhidmatan?</u>		
	Ya	41	42.3
	Tidak	56	57.7
Alasan: Bagi jawapan Ya: Dapat menaikkan taraf dan kualiti makanan Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal			
6.	<u>Adakah wajar restoran ini mengenakan cukai perkhidmatan?</u>		
	Ya	66	59.5
	Tidak	45	40.5
Alasan: Bagi jawapan Ya: Sebagai sumber pendapatan negara Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal dan ia sepatutnya dibayar/ditanggung oleh restoran.			
7.	<u>Adakah wajar restoran mengenakan caj dan cukai perkhidmatan secara serentak?</u>		
	Ya	30	32.6
	Tidak	62	67.4
Alasan: Bagi jawapan Ya: Sebagai sumber pendapatan negara dan perlu menyediakan kualiti perkhidmatan yang baik Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal dan ia sepatutnya dibayar/ditanggung oleh restoran.			
8.	<u>Adakah anda berpuashati dengan kadar caj perkhidmatan yang dikenakan oleh restoran ini?</u>		
	Ya	33	34.0
	Tidak	64	66.0
Alasan: Bagi jawapan Ya: Berpatutan mengikut kualiti perkhidmatan yang diberikan Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna dan harga makanan sudah mahal sebelum dikenakan caj perkhidmatan			
9.	<u>Adakah anda berpuashati dengan kadar cukai perkhidmatan yang dikenakan oleh restoran ini?</u>		
	Ya	48	43.2
	Tidak	63	56.8
Alasan: Bagi jawapan Ya: Berpatutan dan telah ditetapkan oleh kerajaan serta kadarnya tidak terlalu mahal berbanding caj perkhidmatan. Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal			
10.	<u>Adakah anda berpuashati dengan kadar cukai dan caj perkhidmatan yang dikenakan secara serentak oleh restoran ini?</u>		
	Ya	22	23.9
	Tidak	70	76.1
Alasan: Bagi jawapan Ya: Jika kadar yang dikenakan bersesuaian dengan layanan dan kualiti perkhidmatan Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna dengan kadar yang terlalu tinggi dan tidak setimpal dengan layanan yang diberikan.			

11.	<u>Sumber mengetahui restoran ini mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan:</u> Pengalaman sendiri Rakan-rakan Keluarga Lain-lain	166 91 34 9	55.4 30.3 11.3 3.0
12.	<u>Berapa kali anda mengunjungi restoran ini dalam seminggu?</u> 1 – 3 kali 4 – 6 kali 7 – 10 kali Lebih 10 kali	265 34 1 0	88.4 11.3 0.3 0.0
13.	<u>Pada hari apakah anda sering mengunjungi restoran ini?</u> Hari bekerja Hujung minggu	83 217	27.7 72.3
14.	<u>Siapa teman mengunjungi restoran ini?</u> Seoran diri Keluarga Rakan-rakan	24 135 141	8.0 45.0 47.0
15.	<u>Purata perbelanjaan bagi setiap kunjungan:</u> Kurang RM50 RM50 – RM100 Lebih RM100	218 68 14	72.7 22.7 4.6
16.	<u>Tujuan anda sering berkunjung ke restoran ini:</u> Berkumpul dan bersembang dengan rakan Berjumpa klien Meraikan hari istimewa Sekadar menikmati makanan dan minuman Lain-lain	82 4 42 164 8	27.3 1.3 14.0 54.7 2.7
17.	<u>Cara penggunaan:</u> Makan sana Bawa balik	255 45	85.0 15.0
18.	<u>Adakah harga berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan?</u> Ya Tidak	159 141	53.0 47.0
19.	<u>Adakah peningkatan harga akan mempengaruhi permintaan anda terhadap makanan di restoran ini?</u> Ya Tidak	233 67	77.7 22.3
20.	<u>Adakah kualiti perkhidmatan restoran ini memenuhi keperluan dan kehendak anda?</u> Ya Tidak	260 40	86.7 13.3
21.	<u>Adakah menu dan kualiti makanan memenuhi citarasa anda?</u> Ya Tidak	278 22	92.7 7.3
22.	<u>Adakah pihak pengurusan restoran mengutamakan kebersihan restoran ini?</u> Ya Tidak	288 12	96.0 4.0
23.	<u>Adakah anda mementingkan makanan yang segar dan berzat dalam menu yang ditawarkan?</u> Ya Tidak	293 7	97.7 2.3

24.	<u>Secara keseluruhan, adakah anda bersetuju restoran mengenakan caj perkhidmatan?</u>		
	Ya	88	29.3
	Tidak	212	70.7
25.	<u>Secara keseluruhan, adakah anda bersetuju restoran mengenakan cukai perkhidmatan?</u>		
	Ya	108	36.0
	Tidak	192	64.0

JADUAL 3: Teman Mengunjungi Restoran

Mengunjungi restoran mengikut	Seorang diri		Keluarga		Rakan-rakan	
	Bilangan (orang)	Peratusan (%) daripada N	Bilangan (orang)	Peratusan (%) daripada N	Bilangan (orang)	Peratusan (%) daripada N
Jumlah keseluruhan	24	8	135	45	141	47
<u>Jantina</u>						
Lelaki	11	3.7	60	20.0	86	28.7
Perempuan	13	4.3	75	25.0	55	18.3
<u>Umur</u>						
> 20 tahun	5	1.7	9	3.0	24	8.0
20 – 29 tahun	10	3.3	59	19.6	93	31.0
30 – 39 tahun	5	1.7	52	17.3	21	7.0
40 – 49 tahun	2	0.7	9	3.0	3	1.0
50 – 59 tahun	2	0.7	6	2.0	0	0
<u>Status perkahwinan</u>						
Bujang	11	3.7	36	12	113	37.7
Berkahwin	13	4.3	99	33	28	9.3

JADUAL 4: Purata Perbelanjaan Setiap Kunjungan

Purata perbelanjaan mengikut	Purata perbelanjaan					
	< RM50		RM50 – RM100		> RM100	
	Bilangan (orang)	Peratusan (%) daripada N	Bilangan (orang)	Peratusan (%) daripada N	Bilangan (orang)	Peratusan (%) daripada N
Jumlah keseluruhan	218	72.7	68	22.7	14	4.6
<u>Umur</u>						
> 20 tahun	30	10.0	8	2.7	0	0
20 – 29 tahun	131	43.7	26	8.7	5	1.7
30 – 39 tahun	46	15.3	26	8.7	6	2.0
40 – 49 tahun	7	2.3	5	1.7	2	0.6
50 – 59 tahun	4	1.3	3	1.0	1	0.3
<u>Pendapatan isirumah</u>						
RM1,000 dan ke bawah	64	21.3	15	5.0	1	0.3
RM1,001-RM3,000	89	29.7	19	6.3	2	0.7
RM3,001-RM5,000	46	15.3	15	5.0	2	0.7
RM5,001-RM7,000	18	6.0	11	3.7	2	0.7
Lebih daripada RM7,000	1	0.3	8	2.7	7	2.3

JADUAL 5: Persepsi Responden

Soalan	Kepuasan	Tidak Setuju (%)	Kurang Setuju (%)	Tidak Pasti(%)	Setuju (%)	Sangat Setuju (%)	Nilai min	Min kumpulan
Persepsi Tentang Harga Yang Ditawarkan								
1.	Harga yang dicajkan adalah berpatutan termasuk caj dan cukai perkhidmatan.	14.7	24.0	13.0	45.7	2.7	2.98	3.23
2.	Harga yang ditawarkan adalah setimpal dengan kualiti makanan.	3.0	9.3	13.7	64.3	9.7	3.68	
3.	Harga yang dicajkan adalah tidak mahal kerana termasuk caj dan cukai perkhidmatan.	6.0	68.7	8.0	8.3	9.0	2.46	
4.	Kualiti makanan setimpal dengan harga yang dicajkan.	2.0	11.0	18.3	38.3	30.3	3.84	
5.	Harga yang ditawarkan adalah standard antara semua restoran.	6.0	23.0	20.0	47.3	3.7	3.20	
6.	Harga bagi makan sana dan bawa balik adalah sama sahaja.	7.3	9.0	14.0	59.3	10.3	3.56	
7.	Harga makanan di restoran ini munasabah berbanding restoran lain.	2.3	9.0	19.7	37.3	31.7	3.87	
8.	Harga bagi makan sana adalah lebih mahal berbanding bawa balik.	35.7	24.7	25.3	11.3	3.0	2.21	

Jadual 5 (bersambung)

Soalan	Kepuasan	Tidak Setuju (%)	Kurang Setuju (%)	Tidak Pasti(%)	Setuju (%)	Sangat Setuju (%)	Nilai min	Min kumpulan
Persepsi Tentang Kualiti Perkhidmatan								
9.	Pihak restoran memberi layanan yang sama rata kepada semua pelanggan.	2.3	7.7	2.3	69.7	18.0	3.93	3.03
10.	Pengguna sanggup membayar caj perkhidmatan untuk mendapat layanan istimewa daripada restoran.	21.7	28.7	17.3	27.7	4.7	2.65	
11.	Restoran ini menerima bayaran secara tunai dan kad kredit.	3.3	3.7	13.3	62.0	17.7	3.87	
12.	Restoran ini tidak menerima bayaran secara tunai.	67.3	19.0	12.3	1.3	0.0	1.48	

13.	Kemudahan restoran yang lengkap seperti TV, ASTRO, radio dan wifi.	4.7	16.7	9.0	55.0	14.7	3.58	
14.	Makanan dan minuman yang dipesan cepat diterima.	4.0	10.0	9.7	69.7	6.7	3.65	
15.	Restoran ini menerima bayaran secara tunai sahaja.	40.3	28.7	18.0	11.3	1.7	2.05	
Persepsi Tentang Menu dan Kualiti Makanan Yang Ditawarkan								
16.	Makanan dan minuman yang disediakan adalah bersih.	2.0	0.3	8.3	80.7	8.7	3.94	3.85
17.	Kualiti makanan yang ditawarkan adalah tinggi akibat pengenaan caj dan cukai perkhidmatan.	3.3	9.7	17.0	63.7	6.3	3.60	
18.	Restoran ini menawarkan pelbagai pilihan makanan.	0.7	7.0	8.0	74.0	10.3	3.86	
19.	Makanan dan minuman yang disediakan adalah lazat dan berkhasiat.	0.7	1.7	12.3	79.0	6.3	3.89	
20.	Kualiti makanan yang ditawarkan adalah tidak rendah akibat pengenaan caj dan cukai perkhidmatan.	1.3	5.7	19.3	42.3	31.3	3.97	
Persepsi Tentang Kemudahan dan Keadaan Fizikal Restoran								
21.	Keadaan dan persekitaran restoran adalah selesa dan bersih.	0.0	3.3	4.3	76.3	16.0	4.05	4.00
22.	Susun atur restoran adalah teratur dan kemas.	0.0	4.3	4.0	75.3	16.3	4.03	

Jadual 5 (bersambung)

Soalan	Kepuasan	Tidak Setuju (%)	Kurang Setuju (%)	Tidak Pasti (%)	Setuju (%)	Sangat Setuju (%)	Nilai min	Min kumpulan
23.	Keadaan restoran yang menarik seperti terdapat air cond, gambar dan lain-lain.	0.7	6.7	2.3	79.3	11.0	3.93	
24.	Persekitaran restoran ini adalah tidak kotor.	0.0	2.7	6.3	46.0	45.0	4.33	
25.	Fasiliti fizikal seperti bilik air di restoran kelihatan baik dan bersih.	0.7	12.7	11.0	67.3	8.3	3.70	
26.	Suasana restoran amat nyaman dan tenang.	2.0	6.0	9.3	75.3	7.3	3.80	

27.	Keadaan restoran yang menarik kerana mempunyai lukisan-lukisan dinding.	0.3	5.0	10.0	46.0	38.7	4.18	
Persepsi Tentang Caj dan Cukai Perkhidmatan Yang Dikenakan								
28.	Kadar caj dan cukai pekhidmatan yang dikenakan adalah tinggi.	5.7	13.3	22.7	49.7	8.7	3.42	3.10
29.	Kadar caj dan cukai pekhidmatan yang dikenakan adalah tidak rendah.	1.3	14.0	25.7	32.3	26.7	3.69	
30.	Semua caj dan cukai perkhidmatan perlu didedahkan kepada semua pengguna melalui resit atau poster di restoran.	0.0	3.3	8.0	48.7	40.0	4.25	
31.	Semua caj dan cukai perkhidmatan tidak perlu didedahkan kepada semua pengguna melalui resit atau poster di restoran.	51.3	33.0	9.7	5.7	0.3	1.71	
32.	Cukai perkhidmatan yang dikenakan lebih daripada caj perkhidmatan.	13.3	17.0	60.0	7.0	2.7	2.69	
33.	Cukai perkhidmatan yang dikenakan tidak kurang daripada caj perkhidmatan.	2.7	24.0	63.7	6.7	3.0	2.83	
Persepsi Tentang Atmosfera Kedai								
34.	Muzik latar di restoran tersebut mempengaruhi keputusan pembelian saya	27.7	30.3	20.7	21.0	0.3	2.36	3.32

Jadual 5 (bersambung)

Soalan	Kepuasan	Tidak Setuju (%)	Kurang Setuju (%)	Tidak Pasti (%)	Setuju (%)	Sangat Setuju (%)	Nilai min	Min kumpulan
35.	Alunan muzik di restoran tidak menjejaskan keputusan pembelian saya	0.7	9.3	16.3	38.7	35.0	3.98	
36.	Peragaan makanan di restoran tersebut menarik	2.3	6.0	12.0	72.7	7.0	3.76	
37.	Saya bebas berbual dengan rakan-rakan di restoran ini	0.3	1.3	7.3	63.7	27.3	4.16	
38.	Orang ramai di restoran menyukarkan saya untuk berbual dengan rakan-rakan atau	21.3	57.3	15.3	5.3	0.7	2.07	

	keluarga							
39.	Susunan menu di restoran ini menarik perhatian	0.7	16.0	16.0	40.0	27.3	3.77	
40.	Penggunaan pinggan dan mangkuk di restoran ini unik dan menarik.	7.0	20.3	21.3	50.0	1.3	3.18	
Persepsi Tentang Lokasi Restoran								
41.	Terdapat banyak ruang parking di sekitar restoran ini	3.0	22.0	9.7	59.3	6.0	3.43	3.44
42.	Restoran ini terletak berdekatan dengan rumah/pejabat saya	13.0	16.0	8.7	56.7	5.7	3.25	
43.	Tidak sukar untuk mengunjungi restoran ini kerana beroperasi 24 jam	2.3	39.3	16.3	17.0	25.0	3.23	
44.	Kedudukan restoran tidak berjauhan daripada kemudahan awam	0.0	34.3	8.7	35.3	21.7	3.44	
45.	Terdapat banyak restoran lain yang berdekatan dengan restoran ini.	2.0	6.3	13.0	63.7	15.0	3.83	