

**KESETIAAN PELANGGAN GENERASI Y TERHADAP PERKHIDMATAN
PANDU LALU KE ATAS PELAJAR FAKULTI PERNIAGAAN DI KUIM**

**Zamry Gafar¹, Noorizda Emellia Mohd Aziz², Siti Bariah Bustamam³,
Maryam Mohd Esa⁴ & Zurairah Jais⁵**

^{1, 2, 4, 5}Pensyarah Fakulti Inovasi Perniagaan dan Teknologi, Kolej Universiti Islam Melaka.

³Pelajar Ijazah Sarjana Muda Pentadbiran Perniagaan (Keusahawanan), Kolej Universiti Islam Melaka.

ABSTRAK

Artikel ini membincangkan tentang perkhidmatan pandu lalu yang kini telah menjadi gaya hidup masa kini kepada generasi muda yang menginginkan sesuatu dengan cepat dan mudah. Oleh itu, perkhidmatan pandu lalu telah banyak yang dipelbagaikan seperti perkhidmatan farmasi pandu lalu, pinjaman buku pandu lalu, pembayaran bil utiliti pandu lalu, pos laju pandu lalu dan sebagainya. Tinjauan dijalankan terhadap 82 pelajar fakulti inovasi perniagaan di KUIM bagi melihat hubungan antara kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu yang tertumpu kepada faktor-faktor kualiti servis, persepsi nilai, daya tarikan promosi dan harga. Data dikumpulkan melalui borang soal selidik yang telah disediakan dan dianalisis menggunakan sistem perisian SPSS. Hasil kajian yang telah dianalisis dapat meningkatkan tahap kesetiaan terhadap perkhidmatan pandu lalu. Secara keseluruhannya, peningkatan tahap kesetiaan terhadap perkhidmatan pandu lalu dapat membantu meningkatkan ekonomi dalam negara.

Kata Kunci: *Kesetiaan, Kesetiaan Pelanggan, Kualiti Servis, Persepsi Nilai, Daya Tarikan Promosi, Harga, Pandu Lalu, Perkhidmatan Pandu Lalu*

Y GENERATION CUSTOMER LOYALTY TOWARDS DRIVE THRU SERVICE ON BUSINESS FACULTY AT KUIM

ABSTRACT

This article discusses drive thru service that has become a modern lifestyle for young people who want something quick and easy. As such, drive thru service have been diversified such as drive thru pharmacy services, drive thru book loans, drive thru utility bill payments, last-minute postage and so on. A survey was conducted on 82 students of business innovation faculty at KUIM to look at the relationship between Y-generation customer loyalty to drive thru service focused on service quality factors, value perception, promotional attractiveness and price. Data were collected through the questionnaire form prepared and analyzed using the SPSS software system. The results of the study have been analyzed to improve the level of loyalty to drive thru service. Overall, increasing the level of loyalty to drive thru services can help boost the domestic economy.

Keywords: *Loyalty, Customer Loyalty, Quality of Service, Perception of Value, Promotional Attraction, Price, Navigation, Navigation Services*

PENGENALAN

Perkhidmatan pandu lalu (*drive thru*) adalah merupakan sesuatu perkhidmatan atau pembelian barangan tanpa perlu turun daripada kenderaan. Menurut Farahmand dan Martinez (1996), mereka akan berbaris dilayanan drive-thru untuk memesan, membayar dan mengambil produk melalui kaunter yang telah disediakan.

Menurut artikel Berita Edisi Hujung Minggu, Metro 2017, idea transaksi menerusi kaunter pandu lalu dicetuskan di Amerika Syarikat (AS) oleh Jordan Martin pada 1930-an. Pada peringkat awal sistem ini terhad kepada perbankan yang mana pemandu kereta boleh berurusan terus dengan juruwang menerusi tingkap khas di laluan. Amerika Syarikat adalah negara paling banyak memiliki fasiliti pandu lalu merangkumi pelbagai sektor perniagaan. Perkhidmatan pandu lalu amat popular dengan industri makanan iaitu restoran makanan segera.

Di Malaysia, telah diwujudkan perkhidmatan pandu lalu yang pelbagai antaranya ialah perkhidmatan farmasi, pinjaman buku, pembayaran bil, pembayaran cukai, pos laju, pusat cuci kereta dan pelbagai lagi. Hal ini adalah disebabkan, gaya hidup masa kini masyarakat yang memerlukan sesuatu perkhidmatan yang cepat, mudah dan selesa. Terutama generasi Y yang menggemari sesuatu yang mudah dan pantas dalam setiap aktiviti harian mereka. Menurut Astro Awani Online, November 2015, yang ditulis oleh Kohilah Sekaran, menyatakan restoran makanan segera pertama di Malaysia yang mempunyai perkhidmatan pandu lalu ialah restoran A & W sejak tahun 1978 di Seremban, Negeri Sembilan.

Kesetiaan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu boleh dilihat apabila mereka mengunjungi atau menggunakan perkhidmatan itu secara berterusan atau berulang. Menurut Brandon Carter (2018), kesetiaan pelanggan boleh ditakrifkan apabila seseorang berurusan dengan jenama atau membeli produk tertentu secara berterusan. Hal ini jelas kelihatan terutama di kawasan bandar yang sibuk dengan urusan kerja atau peribadi. Bagi mereka perkhidmatan pandu lalu sangat memudahkan mereka dalam pembelian makanan dengan cepat dan harga yang berpatutan tanpa mengira pada waktu siang atau malam.

Menurut Rashid dan Izzudin (2013), masyarakat yang menggunakan layanan drive-thru setiap hari merasakan banyak keuntungan seperti sistem ini cukup nyaman, mudah dan cepat serta telah menjadi bagian penting dari orang moden untuk mencapai efisiensi di tengah kehidupan mereka yang sibuk. Tambahan pula, jadual kerja bagi individu kini terlalu padat sehingga lewat malam bagi menampung keadaan ekonomi hidup mereka. Jadi terdapat ibu bapa yang bekerja dan terkadang tidak dapat menjalankan urusan seperti pembayaran bil atau makanan anak-anak mereka di rumah. Manakala bagi individu bekerja yang mahu membuat pembayaran bil utiliti mahupun cukai dapat dilakukan dengan pantas tanpa perlu beratur dan berurusan di kaunter.

Maka mereka dapat membuat pembayaran bil sama ada waktu rehat atau waktu pulang dari kerja. Sebagai contoh, Syarikat Air Melaka Berhad (SAMB) menyediakan perkhidmatan pandu lalu bagi memudahkan pengguna menjelaskan bil. Kutipan pembayaran bil telah meningkat sejak perkhidmatan pandu lalu bagi pembayaran bil ditubuhkan pada tahun 2011 lagi. Hal ini telah membuktikan tahap kesetiaan pengguna terhadap perkhidmatan pandu lalu ini. Begitu juga, generasi Y yang berniaga atas talian atau 'on line' kini boleh menggunakan perkhidmatan Pos Laju iaitu EziDrive-Thru untuk membuat penghantaran barang kepada pelanggan. Perkhidmatan ini dilancarkan pada tahun 2016 dan merupakan perkhidmatan kurier pandu lalu yang pertama di Malaysia. Pelanggan boleh menghantar kiriman hanya melalui tingkap kenderaan dan sekiranya mereka memerlukan bantuan, kakitangan EziDrive-Thru akan membantu memunggah keluar barang berkenaan. Perkhidmatan ini dapat memberi kemudahan kepada usahawan untuk melaksanakan perniagaan mereka dengan lebih cekap dan lancar tanpa perlu datang ke kaunter Pos Laju.

Perkhidmatan pandu lalu di Malaysia mempunyai pelbagai jenis perkhidmatan pandu lalu. Contohnya, perkhidmatan pandu lalu makanan, farmasi, pinjaman buku, pembayaran bil dan cucuk, pos laju, pusat cuci kereta dan sebagainya. Perkhidmatan pandu lalu adalah menjadi gaya hidup masa kini generasi Y. Permasalahan yang dikaji adalah sama ada faktor kualiti servis, persepsi nilai, daya tarikan promosi dan kesimpulan kualiti harga mempunyai hubungan dengan kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu. Perkhidmatan pandu lalu banyak memberikan kemudahan kepada pengguna terutama kepada generasi Y, individu yang bekerja juga berkeluarga. Hal ini adalah disebabkan perkhidmatan ini memudahkan pengguna untuk menyelesaikan pembayaran-pembayaran bil, membeli makanan dan minuman, mengambil ubat di farmasi bahkan mencuci kereta. Generasi Y yang ramai berniaga di atas talian juga mendapat banyak manfaat setelah wujudnya EziDrive-Thru di Pos Laju. Pengguna tidak perlu lagi beratur di kaunter bagi pengeposan barangan niaga mereka.

Isu yang selalu terjadi adalah berkenaan masalah parkir. Menurut artikel Edisi Hujung Minggu, Metro (2017), Mahkamah Tinggi Shah Alam menjatuhkan hukuman penjara 20 tahun ke atas 4 orang lelaki atas kesalahan membunuh seorang lelaki gara-gara berhubung masalah parkir. Ironinya semakin banyak pihak berkaitan menyediakan parkir, masalah ruang parkir tidak terhad tidak pernah selesai. Mengikut statistik, jumlah kenderaan yang berdaftar di negara ini mencecah sehingga 14.8 juta sehingga akhir tahun lalu. Di Wilayah Persekutuan dan Selangor sahaja jumlah kenderaan yang aktif di atas jalan raya mencecah 6 juta. Selain itu, isu yang melibatkan perkhidmatan pandu lalu makanan ialah masalah pesanan yang salah daripada yang dipesan oleh pelanggan. Kesilapan pesanan makanan adalah disebabkan pelanggan yang membuat pesanan makanan terlalu lama sehingga menyukarkan staf di bahagian tersebut. Sebagai contoh, McDonald's mempunyai sistem 'alarm' pesanan bagi setiap pesanan yang diterima dan mempunyai waktu yang ditetapkan. Jadi sekiranya terlambat dari waktu yang ditetapkan akan berlaku kesilapan pesanan yang diterima pelanggan.

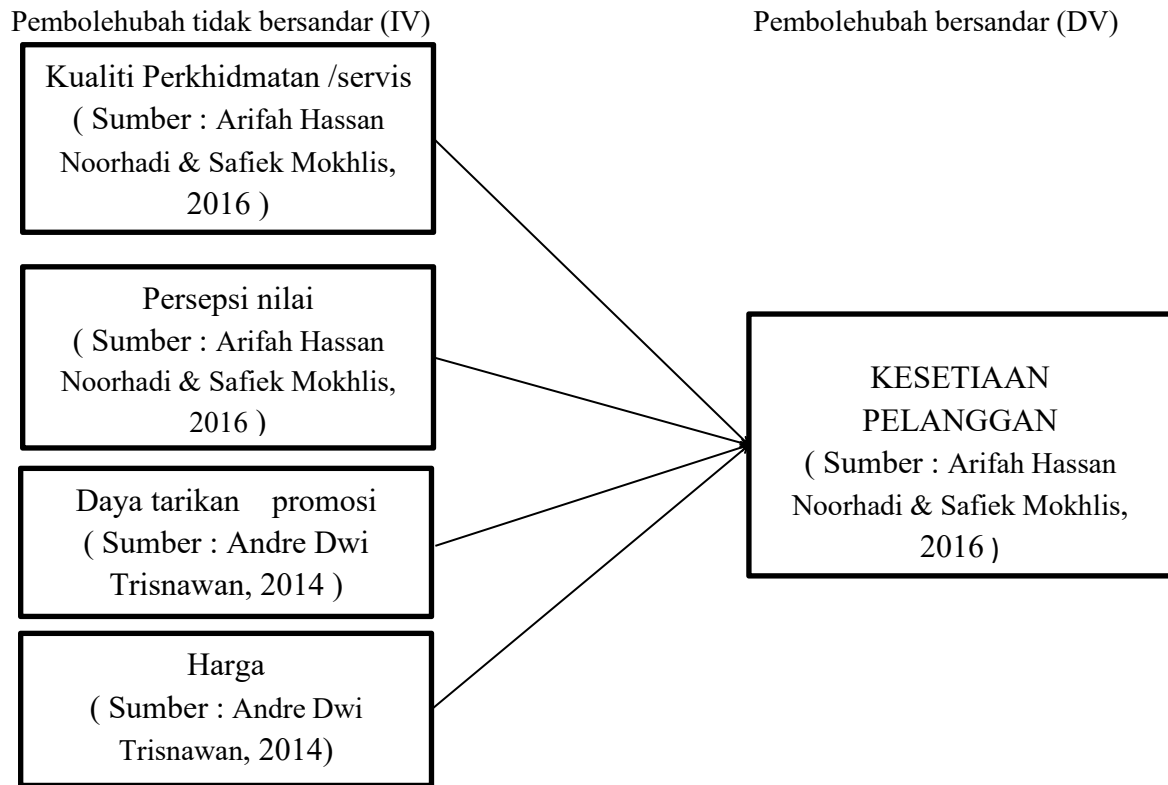
Menurut Hill K, Qiao F, Azimi M, Yu L (2016), mendedahkan penduduk di seluruh negara menggunakan perkhidmatan pandu lalu setiap hari. Kemudahan pemandu telah diperdagangkan oleh kualiti udara dan kesihatan awam. Pengguna memandu di restoran makanan segera tinggal di dalam kenderaan mereka dan enjin berjalan dan bukannya masuk ke restoran untuk membuat pesanan makanan atau minuman.

Walaupun drive-thru mudah dan mereka menjimatkan masa untuk pelanggan, mereka mungkin mempunyai kesan negatif terhadap kualiti udara. Kendalikan kenderaan yang menunggu di laluan di gas sisa kemudahan memandu, membahayakan kualiti udara dan meningkatkan pelepasan gas rumah hijau. Perkhidmatan pandu lalu sebenarnya penyelesaian kepada banyak masalah. Bukan setakat membeli makanan dari restoran makanan segera sahaja. Kemudahan ini juga ditawarkan beberapa pihak lain, namun disebabkan, kurangnya promosi, mungkin ramai pengguna yang tidak perasan akan kewujudannya. Sebagai contoh, perkhidmatan pembayaran zakat secara pandu lalu dan kitar semula secara pandu lalu yang baru dilancarkan pada tahun 2018.

Objektif kajian antaranya adalah untuk mengenalpasti hubungan antara kualiti servis dengan kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu, untuk mengenalpasti hubungan antara persepsi nilai dengan kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu, untuk mengenalpasti hubungan antara daya tarikan promosi dengan kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu dan untuk mengenalpasti hubungan antara harga dengan kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu.

KERANGKA KAJIAN

Kerangka bagi kajian ini telah diambil hasil gabungan daripada Arifah Hassan Noorhadi & Safiek Mokhlis, 2016 bertajuk ‘Kepuasan Pelanggan Terhadap Restoran Servis Pantas: Antecedan Dan Konsekuen’ dan Andre Dwi Trisnawan, 2014 bertajuk ‘Pengaruh Kualiti Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung.’



Rajah 3.1 : Kerangka Kajian

METODOLOGI

Skop Kajian

Kajian ini akan tertumpu kepada pelajar-pelajar Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM). Skop kajian pengkaji adalah pelajar-pelajar Ijazah Sarjana Muda Fakulti Inovasi Perniagaan dan Perakaunan. Antara sebab pengkaji memilih pelajar-pelajar Ijazah Sarjana Muda adalah kerana mereka merupakan golongan generasi Y yang kebanyakannya tinggal di luar kolej. Mereka merupakan responden yang sesuai untuk pengkaji membuat kajian tentang perkhidmatan pandu lalu. Oleh itu, responden daripada pelajar-pelajar ini akan membantu pengkaji mengkaji hubungan kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu ke atas pelajar-pelajar Ijazah Sarjana Muda Fakulti Inovasi Perniagaan dan Perakaunan.

Reka Bentuk Kajian

Jadual 4.1 : Reka Bentuk Kajian

Reka Bentuk Kajian	Kaedah Pengumpulan	Responden/Sampel	Jenis Data
Kajian Deskriptif	Soal selidik	Pelajar	Kuantitatif

Instrumen Kajian

Instrumen Kajian yang akan digunakan dalam kajian ini adalah satu set soal selidik yang dijawab sendiri oleh responden. Soal selidik yang digunakan membolehkan ia diedarkan dengan cepat. Ia berfaedah dari segi kos dan masa.

Jadual 4.2 Taburan Kandungan Borang Soal Selidik

Aspek	No. Soalan
Bahagian A : Demografi	
Jantina	1
Umur	2
Semester	3
Bahagian B : Kesetiaan Pelanggan Generasi Y	
Kesetiaan	1 - 5
Bahagian C : Faktor-faktor Kesetiaan Pelanggan Generasi Y terhadap Perkhidmatan Pandu Lalu	
Kualiti servis	1-5
Persepsi nilai	6-10
Daya tarikan promosi	11-15
Harga	16 - 20
Bahagian D : Cadangan	

Pengukuran Skala Likert juga telah digunakan untuk mendapatkan tahap sebenar responden. Kesemua soalan terdiri dari skala 1 sehingga 5 dimana setiap skala mempunyai tahap jawapan yang paling minimum sehingga paling maksimum. Skor pengkelasan nombor adalah seperti, Sangat Tidak Setuju (1); Tidak Setuju (2); Biasa (3); Setuju (4); Sangat Setuju (5)

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013), dalam penelitian kuantitatif, populasi bererti sebagai wilayah generalisasi yang terdiri di atas objek atau subjek yang mempunyai kualiti dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Memandangkan kajian ini bertujuan untuk melihat berkaitan perkaitan antara pembolehubah yang dikaji, maka populasi kajian ini adalah pelajar-pelajar generasi Y iaitu yang berumur 18 hingga 33 tahun di Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).

Sampel kajian pula adalah jumlah responden yang terpilih bagi mewakili sesebuah kajian. Sampel kajian yang dipilih sekurang-kurangnya mempunyai sifat yang sama dengan populasi dalam penyelidikan. Tujuan persampelan ini adalah bagi mendapatkan maklumat tentang sesuatu populasi.

$$N > 50 + 8 (m); N = \text{sampel}; M = \text{bilangan pembolehubah}; N > 50 + 8 (4) = 82$$

Oleh itu, seramai 82 orang responden telah diberikan borang soal selidik bagi mendapatkan data analisis kajian ini.

DAPATAN KAJIAN

Analisis Demografik - Responden

Jadual 5.1 Demografi Jantina

	Kekerapan	Peratus (%)
Lelaki	36	43.9
Perempuan	46	56.1
Jumlah	82	100

Berdasarkan dapatan kajian menunjukkan bahawa pengkelasan jantina responden yang terdiri daripada 36 orang (43.9 %) lelaki dan 46 orang (56.1 %) perempuan pelajar Ijazah Sarjana Muda di Fakulti Inovasi Perniagaan dan Perakaunan.

Jadual 5.2 Demografi Umur

	Kekerapan	Peratus (%)
18 – 23 tahun	25	30.5
24 – 28 tahun	57	69.5
29 – 33 tahun	0	0
Jumlah	82	100

Berdasarkan dapatan kajian menunjukkan bahawa menunjukkan pengkelasan umur responden iaitu pelajar-pelajar Ijazah Sarjana Muda di Fakulti Inovasi Perniagaan dan Perakaunan. Responden berumur 18 hingga 23 tahun seramai 25 orang (30.5 %), responden berumur 24 hingga 28 tahun seramai 57 orang (69.5 %) dan tiada data bagi responden berumur 29 hingga 33 tahun.

Jadual 5.3 Demografi Semester

	Kekerapan	Peratus (%)
Semester 1	5	6.1
Semester 2	8	9.8
Semester 3	2	2.4
Semester 4	3	3.7
Semester 5	5	6.1
Semester 6	11	13.4
Semester 7	2	2.4
Semester 8	46	56.1
Jumlah	82	100

Berdasarkan dapatan kajian menunjukkan bahawa pengkelasan semester responden iaitu pelajar – pelajar Ijazah Sarjana Muda di Fakulti Inovasi Perniagaan dan Perakaunan. Responden semester satu seramai 5 orang (6.1%), semester dua seramai 8 orang (9.8%), semester tiga seramai 2 orang (2.4%), semester empat seramai 3 orang (3.7%), semester lima seramai 5 orang (6.1%), semester enam seramai 11 orang (13.4%), semester tujuh seramai 2 orang (2.4%) dan semester lapan seramai 46 orang (56.1%).

Analisis Deskriptif Statistik Pemboleh Ubah

Pemboleh ubah	Soalan	Min Skor	Ulasan Dapatan
Pemboleh ubah bersandar			
Kesetiaan Pelanggan (KP)	KP1.Saya bercakap perkara yang positif tentang perkhidmatan pandu lalu kepada orang lain.	3.99	Skor min yang paling tinggi bagi pemboleh ubah bersandar untuk kesetiaan pelanggan adalah 4.15 iaitu bagi soalan ‘saya percaya bahawa menggunakan perkhidmatan pandu lalu dalam urusan harian adalah yang terbaik’. Manakala, skor min paling rendah adalah 3.83 iaitu bagi soalan ‘saya mendapati perkhidmatan pandu lalu adalah yang terbaik daripada
	KP2.Saya percaya perkhidmatan pandu lalu banyak mendapat kesetiaan daripada saya.	3.99	
	KP3.Saya akan menggalakkan kenalan untuk menggunakan perkhidmatan pandu lalu.	4.05	
	KP4.Saya percaya bahawa menggunakan perkhidmatan pandu lalu dalam urusan harian adalah yang terbaik.	4.15	
	KP5.Saya mendapati perkhidmatan	3.83	

	pandu lalu adalah yang terbaik daripada perkhidmatan perniagaan yang lain.		perkhidmatan perniagaan yang lain’.
Pemboleh ubah tidak bersandar			
Kualiti Perkhidmatan / Servis (KS)	KS1.Perkhidmatan pandu lalu mempunyai perkhidmatan keseluruhan yang sangat baik.	4.02	Skor min yang paling tinggi bagi pembolehubah tidak bersandar untuk faktor kualiti servis adalah 4.17 iaitu bagi soalan ‘saya suka terhadap kualiti perkhidmatan pandu lalu’. Manakala, skor min paling rendah adalah 3.99 iaitu bagi soalan ‘perkhidmatan pandu lalu memberikan perkhidmatan yang unggul dalam setiap cara’.
	KS2.Perkhidmatan pandu lalu mempunyai perkhidmatan yang sangat berkualiti.	4.11	
	KS3.Perkhidmatan pandu lalu menyediakan standard perkhidmatan yang tinggi.	4.00	
	KS4.Perkhidmatan pandu lalu memberikan perkhidmatan yang unggul dalam setiap cara.	3.99	
	KS5.Saya suka terhadap kualiti perkhidmatan pandu lalu.	4.17	
Persepsi Nilai (PN)	PN1.Perkhidmatan pandu lalu sentiasa mengutamakan pelanggan.	4.16	Skor min yang paling tinggi bagi pembolehubah tidak bersandar untuk faktor persepsi nilai adalah 4.1585 iaitu bagi soalan ‘perkhidmatan pandu lalu sentiasa mengutamakan pelanggan’. Manakala, skor min paling rendah adalah 3.9878 iaitu bagi soalan ‘perkhidmatan pandu lalu memastikan pelanggan tidak menunggu lama’ dan soalan ‘sistem perkhidmatan pandu lalu adalah produktif dan mengikut prosedur’.
	PN2.Perkhidmatan pandu lalu memastikan pelanggan tidak menunggu lama.	3.99	
	PN3.Sistem perkhidmatan pandu lalu adalah produktif dan mengikut prosedur.	3.99	
	PN4.Pekerja perkhidmatan pandu lalu memberikan kerjasama kepada saya.	4.02	
	PN5.Keadaan persekitaran perkhidmatan pandu lalu adalah bersih.	4.00	
Daya Tarikan Promosi (DTP)	DTP1.Promosi tentang perkhidmatan pandu lalu memberi impak kepada saya.	3.98	skor min yang paling tinggi bagi pembolehubah tidak bersandar untuk faktor daya tarikan promosi adalah 4.1098 iaitu bagi soalan ‘promosi perkhidmatan pandu lalu akan menjimatkan wang saya’ dan soalan ‘perkhidmatan pandu lalu sering melakukan promosi terhadap perkhidmatannya’. Manakala, skor min paling rendah adalah 3.8293 iaitu bagi soalan ‘promosi akan memberikan kekuatan imej kepada perkhidmatan pandu lalu’.
	DTP2.Promosi akan memberikan kekuatan imej kepada perkhidmatan pandu lalu.	3.83	
	DTP3.Promosi perkhidmatan pandu lalu akan menjimatkan wang saya.	4.11	
	DTP4.Perkhidmatan pandu lalu sering melakukan promosi terhadap perkhidmatannya.	4.11	
	DTP5.Saya akan memberi perhatian terhadap promosi perkhidmatan pandu lalu.	4.02	

Analisis Korelasi - Keputusan Hipotesis

Jadual Keputusan Hipotesis Berdasarkan Analisis Korelasi

PEMBOLEH UBAH	H0	H1	KORELAS I	H0 / H1	HUBUNGAN
KUALITI PERKHIDMATAN / SERVIS	H0 : Kualiti servis merupakan hubungan yang tidak mempengaruhi i kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu ke atas pelajar-pelajar Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).	H1 : Kualiti servis merupakan hubungan yang mempengaruhi i kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu ke atas pelajar-pelajar Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).	.637**	H0 telah ditolak dan H1 DITERIMA	Hubungan positif dan signifikan
PERSEPSI NILAI	H0 : Persepsi nilai merupakan hubungan yang tidak mempengaruhi i kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu ke atas pelajar-pelajar Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).	H2 : Persepsi nilai merupakan hubungan yang mempengaruhi i kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu ke atas pelajar-pelajar Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).	.709**	H0 telah ditolak dan H2 DITERIMA	Hubungan positif dan signifikan
DAYA TARIKAN PROMOSI	H0 : Daya tarikan promosi merupakan hubungan yang tidak mempengaruhi i kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu ke	H3 : Daya tarikan promosi merupakan hubungan yang mempengaruhi i kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu ke	.800**	H0 telah ditolak dan H3 DITERIMA	Hubungan positif dan signifikan

	atas pelajar-pelajar Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).	atas pelajar-pelajar Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).			
HARGA	H0: Harga merupakan hubungan yang tidak mempengaruhi kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu ke atas pelajar-pelajar Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).	H4: Harga merupakan hubungan yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu ke atas pelajar-pelajar Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM).	.637**	H0 telah ditolak dan H4 DITERIMA	Hubungan positif dan signifikan

PERBINCANGAN DAN CADANGAN PENAMBAHBAIKAN

Perbincangan kajian menunjukkan bahawa faktor demografi yang dikaji dalam kajian ini adalah dari segi jantina, umur dan semester yang terlibat. Berdasarkan taburan demografi responden, majoritinya adalah terdiri daripada pelajar perempuan (56.1%) berbanding dengan pelajar lelaki (43.9%) dan berumur 24 hingga 28 tahun (69.5%). Taburan demografi juga menjelaskan daripada aspek semester di mana responden semester lapan (56.1%) berbanding semester tiga dan tujuh (2.4%). Sehubungan dengan itu, kesemua pembolehubah mempunyai hubungan yang signifikan di antara faktor kualiti perkhidmatan, persepsi nilai, daya tarikan promosi dan harga dengan tahap kesetiaan terhadap perkhidmatan pandu lalu.

Terdapat beberapa cadangan baru, daripada komen responden antaranya adalah responden menyatakan supaya perkhidmatan pandu lalu menambahbaik sistem yang lebih moden dalam pengurusanannya, meningkatkan lebih baik lagi terhadap kualiti perkhidmatan pelanggan dan memperbanyakkan lagi perkhidmatan pandu lalu kepada orang awam. Selain itu, bagi meningkatkan tahap kesetiaan terhadap perkhidmatan pandu lalu, pemarkas perkhidmatan perlu menambahbaik sistem yang lebih moden atau terkini dalam pengurusanannya. Hal ini adalah disebabkan, terdapat kesilapan-kesilapan kecil dalam pengurusan perkhidmatan pandu lalu jika terdapat jumlah pelanggan yang ramai terutama waktu-waktu puncak. Sistem yang lebih moden akan membantu mengurangkan kesilapan-kesilapan yang dilakukan oleh pekerja mereka dalam melaksanakan tugas harian. Sistem yang moden juga dapat meningkatkan pengeluaran atau output kepada perkhidmatan pandu lalu tersebut. Dalam masa yang sama, menambah jenis perkhidmatan pandu lalu pada semua perkhidmatan yang ada dan bukan tertumpu kepada pembelian makanan segera sahaja. Pelbagai perkhidmatan secara pandu lalu boleh diwujudkan seperti pembelian barangan runcit, pengeluaran wang, dobi pakaian dan sebagainya. Hal ini adalah kerana, zaman yang serba canggih dengan teknologi dapat memberikan peluang perkhidmatan pandu lalu di kembangkan. Generasi Y juga amat menyukai perkhidmatan pandu lalu dalam aktiviti atau kerja seharian mereka. Penggunaan perkhidmatan pandu lalu dapat menjimatkan masa dan tidak lagi perlu bersusah-payah dalam mencari parkir kenderaan.

KESIMPULAN

Kesimpulannya, artikel ini telah menjelaskan, membincangkan dan menganalisis dengan lebih terperinci tentang kesetiaan pelanggan dalam kalangan pelajar-pelajar Ijazah Sarjana Muda, Fakulti Inovasi Perniagaan dan Perakaunan di KUIM terhadap perkhidmatan pandu lalu. Peningkatan tahap kesetiaan terhadap perkhidmatan pandu lalu dapat membantu meningkatkan ekonomi dalam negara. Selain itu, peluang perniagaan dapat ditingkatkan terutama kepada generasi Y. Hal ini adalah disebabkan, peluang perniagaan pada masa kini sangat luas dan bermacam jenis. Jadi generasi Y dapat meningkatkan sumber pendapatan dan membantu orang lain bagi memudahkan urusan harian mereka. Oleh itu, melalui cadangan-cadangan yang diberikan oleh pengkaji untuk membantu meningkatkan tahap kesetiaan generasi Y terhadap perkhidmatan pandu lalu. Melalui kajian ini telah membuka ruang bagi pihak KUIM dan pelajar KUIM untuk mewujudkan perkhidmatan pandu lalu di KUIM membantu memudahkan urusan di KUIM.

RUJUKAN

- Andre Dwi Trisnawan. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Di Semarang. Dokumen Karya Ilmiah Tugas Akhir Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Arifah Hassan Noorhadi & Safiek Mokhlis. (2016). Kepuasan Pelanggan Terhadap Restoran Servis Pantas: Anteseden Dan Konsekuen. Seminar in Accounting, Business and Finance (SABF 2016)
- Brandon Carter. (2018, 6 Februari). What Is The Definition of Customer Loyalty?. Diambil dari <https://blog.accessdevelopment.com/what-is-the-definition-of-customer-loyalty>
- Farahmand, Kambiz, and Alejandro Francisco Garza Martinez. 1996. Simulation and Animation of the Operation of a Fast Food Restaurant. In Proceedings of the 1996 Winter Simulation Conference, editors John M. Charnes, Douglas M. Morrice, Daniel T. Brunner, and James J. Swain, 1264-1271.
- Hill K, Qiao F, Azimi M, Yu L (2016) An Evaluation of the Effects of Drive- Through Configurations on Air Quality at Fast Food Restaurants. *J Civil Environ Eng* 6:235. doi:10.4172/2165-784X.1000235
- Kohilah Sekaran. (2015, 2 November). Restoran ikonik A&W di Seremban bakal ditutup Januari ini. Astro Awani. Diambil dari <http://www.astroawani.com/berita-bisnes/restoran-ikonik-w-di-seremban-bakal-ditutup-januari-ini-79152>
- Muhamad Safar Ahmad. (2017, 18 Jun). Khidmat pandu lalu & isu berebut parkir. Berita Edisi Hujung Minggu, Metro. Diambil dari <https://www2.hmetro.com.my/minda/3-pagi/2017/06/238653/khidmat-pandu-lalu-isu-berebut-parkir>
- Qin, H., Prybutok, V. R., & Zhao, Q. (2010). Perceived service quality in fast-food restaurants: empirical evidence from China. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 27(4), 424-437.
- Rashid, M.Z.A., Izzuddin, T.A., (2013). Control of Automatic Food Drive- Through System using Programmable Logic Controller (PLC).
- Sugiyono 2013. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung