

*Kepuasan Pelanggan Terhadap Restoran Makanan Segera :  
Satu Kajian Di Masjid Tanah Melaka.  
Hartini Adenan, Dina Syamilah Zaid,  
Siti Mahera Ahmat Amin &  
Dziela Muhammad Parid*

## **KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP RESTORAN MAKANAN SEGERA : SATU KAJIAN DI MASJID TANAH MELAKA**

**Hartini Adenan**

Pensyarah, Fakulti Pengurusan Hospitaliti dan Pelancongan,  
Kolej Universiti Islam Melaka

**Dina Syamilah Zaid**

Pensyarah, Fakulti Pengurusan Hospitaliti dan Pelancongan,  
Kolej Universiti Islam Melaka

**Siti Mahera Ahmat Amin**

Pensyarah, Fakulti Pengurusan Hospitaliti dan Pelancongan,  
Kolej Universiti Islam Melaka

**Dziela Muhammad Parid**

Pensyarah, Fakulti Pengurusan Hospitaliti dan Pelancongan,  
Kolej Universiti Islam Melaka

*Corresponding Author's Email: [hartini@kuim.edu.my](mailto:hartini@kuim.edu.my)*

### **Article history:**

*Received* : 13 Ogos 2021

*Accepted* : 10 September 2021

*Published* : 3 Disember 2021

### **ABSTRAK**

Restoran Makanan Segera dan dikenali sebagai *Quick Service Restaurant (QSR)* adalah restoran yang menghidangkan makanan dan minuman dalam waktu singkat dari tempahan oleh pelanggan. Kebiasaannya, menu makanan adalah segera dihidangkan seperti burger atau ayam goreng. Kepuasan pelanggan terhadap restoran makanan segera menjadi subjek utama untuk menarik pelanggan datang ke restoran dan seterusnya datang kembali selepas mendapat perkhidmatan yang memuaskan hati mereka. Pada masa kini, kebanyakan pelanggan yang datang makan di restoran mempunyai pendedahan dan pengetahuan tentang kualiti perkhidmatan yang diberi melalui pelbagai sumber. Berdasarkan beberapa kajian lepas, pelanggan di restoran percaya mereka mempunyai pengetahuan yang tinggi tentang perkhidmatan yang diberi oleh pekerja seperti kebersihan makanan yang dihidangkan kepada mereka di restoran makanan segera. Mereka juga percaya bahawa restoran yang dikunjungi harus mempunyai layanan yang baik dari pekerja kepada pelanggan untuk menarik mereka datang kembali ke restoran. Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk melihat kebersihan makanan, pekerja yang menghormati pelanggan dan layanan yang diterima baik di restoran berkenaan samada mempengaruhi atau tidak terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Makanan Segera sekitar Masjid Tanah, Melaka. Responden kajian terdiri daripada pelanggan yang telah mendapatkan perkhidmatan di restoran berkenaan di sekitar Masjid Tanah, Melaka. Kajian ini diharap mampu membantu terutamanya pihak industri perkhidmatan makanan untuk melaksanakan dan meneruskan perkhidmatan yang berkualiti kepada pelanggan untuk menjamin kepuasan hati mereka dan menjalankan operasi restoran dengan lebih baik dan teratur.

**Kata kunci:** Restoran Makanan Segera, Kebersihan makanan, Pekerja, Layanan, Kepuasan pelanggan

## **CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS FAST FOOD RESTAURANT: A STUDY IN MASJID TANAH MELAKA**

### **ABSTRACT**

*Fast Food Restaurant and known as Quick Service Restaurant (QSR) is a restaurant that serves food and beverages within a short time of ordered by customers. Usually, the food menu is immediately served such as burgers or fried chicken. Customer satisfaction of fast food restaurants is the main subject to attract customers to come to the restaurant and subsequently come back after getting their satisfactory service. Nowadays, most of the customers who come to eat at restaurants have exposure and knowledge about the quality of service provided through various sources. Based on some past studies, customers in restaurants believe they have a high level of knowledge about the services provided by employees such as the hygiene of food served to them in fast food restaurants. They also believe that the restaurants visited should have good service from the employees to the customers to attract them to come back to the restaurant. Therefore, this study aims to look at food hygiene, employees who respect customers and the service received well in the restaurant whether it affects or not on customer satisfaction in Fast Food Restaurants around Masjid Tanah, Melaka. The respondents of the study consisted of customers who had obtained services at the restaurant around Masjid Tanah, Melaka. It is hoped that this study will be able to help especially the food service industry to implement and continue quality services to customers to ensure their satisfaction and run the restaurant operation better and orderly.*

*Keywords: Fast Food Restaurant, Food Hygiene, Staff, Service, Customer Satisfaction*

### **PENGENALAN**

Apabila amalan pemakanan diperkatakan, ini menunjukkan satu budaya makan diluar telah di amalkan dan berlakunya corak pemakanan sihat atau tidak. Gaya hidup makan diluar ini bukan hanya untuk memenuhi keperluan dalam kehidupan malahan digunakan juga sebagai untuk bersosial, mahupun berbincang tentang sesuatu pekerjaan di restoran tersebut (Abdullah, 2017). Perubahan hidup masyarakat juga telah menimbulkan kesan pada pertumbuhan perniagaan makanan dan minuman yang berkembang dengan pesat. Pertumbuhan perniagaan makanan dan minuman dicatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di seluruh dunia. Ini dibuktikan dengan banyaknya kemunculan restoran atau kafe baru di Malaysia boleh membuatkan ramai pelanggan yang tertarik untuk makan di restoran (Nonto, 2006). Kini, gaya hidup masyarakat sudah banyak mengalami perubahan, seperti memiliki pola hidup yang lebih kerap menghabiskan waktu untuk makan di luar rumah iaitu dengan pergi ke restoran. Apabila berlaku pola hidup baru ini, ia mempengaruhi restoran- restoran untuk menyediakan persekitaran fizikal restoran yang mampu menarik lebih ramai pelanggan datang makan di restoran mereka. Persekitaran fizikal restoran juga mempunyai pengaruh besar terhadap imej restoran secara fizikal. Rekabentuk restoran harus berubah mengikut trend di pasaran, yang membawa kesan yang positif terhadap pelanggan. Kebersihan restoran adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi pilihan pelanggan sebagai membuat mereka setia kepada makanan tertentu dan minuman (Chow Keng Yong, 2013). Kualiti makanan juga mempunyai kesan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualiti makanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan daripada kualiti perkhidmatan yang akan membantu mengekalkan pelanggan untuk masa depan.

*Kepuasan Pelanggan Terhadap Restoran Makanan Segera :  
Satu Kajian Di Masjid Tanah Melaka.  
Hartini Adenan, Dina Syamilah Zaid,  
Siti Mahera Ahmat Amin &  
Dziela Muhammad Parid*

## **PERMASALAHAN KAJIAN**

Kewujudan restoran makanan segera seperti cendawan tumbuh selepas hujan. Kebersihan restoran telah dilihat oleh penyelidik untuk menjadikan salah satu faktor utama dalam kepuasan pelanggan bagi tahap penilaian kualiti restoran makanan segera (Barber & Scarcelli 2009). Setakat ini, kajian yang dijalankan akan melihat kebersihan di restoran makanan segera dari sudut kawasan pandangan sekeliling. Selain itu juga, terdapat banyak kajian sebelum ini telah mengkaji bahawa layanan kepada pelanggan adalah penyumbang kepada kepuasan pelanggan. Walaubagaimanapun faktor ini kerap kali mendapat aduan dari pelanggan terhadap perkhidmatan dan layanan yang diterima oleh mereka kurang mendapat perhatian dari pengkaji.

Perkhidmatan sahaja tidak cukup untuk mendapatkan kepuasan pelanggan seperti yang diinginkan. Dalam industri perkhidmatan makanan, kualiti layanan haruslah dijaga dan diamalkan untuk menjadikan layanan terbaik itu sebatik dalam diri pekerja lebih peka dengan personaliti baik yang sesuai ketika melayan pelanggan (Wei, 2019). Manakala pekerja pula sewajarnya dilatih untuk memiliki ilmu pengetahuan dan kemahiran yang mencukupi untuk mengadapi pelanggan dan berhujah dengan baik (Wei 2019). Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualiti layanan iaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan atau kualiti layanan yang diharapkan dan kualiti layanan yang dapat diterima (Tjiptono, Fandy, & Chandra, 2005). Jika layanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualiti layanan yang dirasakan baik dan memuaskan, jika layanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualiti layanan yang dirasakan sebagai ideal kualitasnya. Sebaliknya, jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualiti layanan dianggap sebagai kualiti layanan yang buruk (Tjiptono, Fandy, & Chandra, 2005). Selain itu, harga yang ditetapkan di sesebuah restoran makanan segera juga menjadi masalah dalam memberi kepuasan kepada pelanggan. Hal ini menunjukkan bahawa penilaian

pelanggan yang lebih tinggi terhadap industri perkhidmatan makanan akan meningkatkan harga makanan dan hingga bertaraf tinggi dan lebih sensitif di restoran tersebut (Jin, Lee & Huffman, 2012). Manakala Ali Dorosti (2012), membincangkan persaingan yang semakin meningkat antara restoran dan makanan, untuk menarik pelanggan baru tidak lagi menjamin keuntungan dan kejayaan, tetapi mengekalkan pelanggan sedia ada lebih penting. Malah, persekitaran yang berdaya saing menyediakan pilihan alternatif kepada pelanggan untuk memilih restoran baru dan kedai makanan (Yap, 2015). Ini di gambarkan dalam kajiannya tentang kualiti tinggi produk kedai makanan adalah alat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan. Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap restoran makanan segera di Masjid Tanah, Melaka. Aspek yang akan di kajian adalah penyediaan makanan, kebersihan dan pekerja terhadap restoran makanan segera tersebut.

## **LATAR BELAKANG KAJIAN**

Para pengusaha restoran amat perlu mementingkan kualiti dan kepuasan pelanggannya. Ini kerana, sekiranya restoran tidak memfokus kepada kepuasan pelanggan, mereka tidak akan datang untuk mendapatkan perkhidmatan di restoran berkenaan di sebabkan oleh reputasi perkhidmatan yang buruk (Sumaedi & Yarmen, 2015). Pelanggan merupakan sumber utama perniagaan yang sangat berharga dan oleh itu ia perlu di jaga dengan sebaik mungkin. Pelanggan perlu menjadi tumpuan utama dalam setiap proses perniagaan untuk memuaskan hati mereka. Dalam menumpukan kepuasan pelanggan, amalan hijau yang berkualiti perlu ditekankan. Menurut Wang (2012) banyak restoran di negara-negara lain telah mula mengamalkan pengurusan makanan dan minuman hijau. Hotel dan restoran mengamalkan sistem pengurusan hijau dapat mempengaruhi pelanggan dan pekerja secara positif, membawa para pekerja mempamerkan tahap kesedaran, kepuasan, semangat dan kesetiaan alam sekitar terhadap restoran kerana inisiatif kelestarian alam sekitar (Susskind & Chan, 2000). Oleh itu,

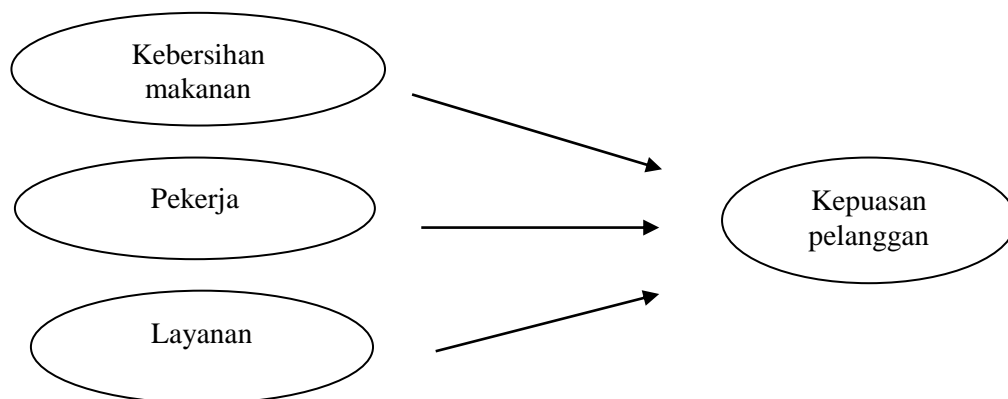
pekerja yang bekerja di restoran-restoran mesti mempunyai keupayaan untuk mengendalikan amalan pengurusan makanan dan minuman hijau untuk mempromosikan pembangunan mampan dalam industri restoran. Banyak organisasi telah mengambil langkah untuk mengurangkan bahaya kepada alam sekitar, dan mengkaji sikap dan tingkah laku pelanggan terhadap amalan hijau telah mendapat perhatian yang lebih dalam bidang pengurusan restoran (Namkung & Jang, 2013).

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan bermaksud sebagai kepuasan pengunjung, ini merujuk kepada industri pelancongan, dimana kepuasan pengunjung merupakan konsep penting dalam meningkatkan prestasi pelbagai destinasi pelancongan (Masarrat, 2012), dan sering dilihat sebagai hasil yang sesuai kerana pengunjung yang berpuas hati adalah salah satu objektif pelancongan pengurus destinasi (Taplin, 2013). Menurut Rajput dan Gahfoor (2020), faktor utama yang mempunyai kesan terbesar terhadap kepuasan pengunjung adalah kawasan persekitaran sementara faktor lain seperti keselamatan, infrastruktur dan imej sangat penting dalam memastikan tahap kepuasan pengunjung yang tinggi. Kajian ini telah dikaji sebelum ini oleh (Alhkami & Alarussi, 2016) bagi mengupas faktor yang menjadi penyumbang kepada kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan di sesuatu hotel. Pelanggan adalah seseorang individu berada dalam organisasi yang kukuh bagi membentuk hubungan baik dengan orang lain khususnya pengeluar dalam bidang yang diusahakan. Terdapat dua jenis pelanggan iaitu pelanggan luaran dan dalaman, serta keduanya memerlukan keperluan jasmani dan rohani.

Pelanggan adalah orang yang menjadi pembeli produk yang telah disediakan dan dipasarkan oleh sesebuah perusahaan, dimana individu ini bukan hanya sekali membeli produk tersebut tetapi berulang-ulang (Hayati et al (2020). Sedangkan menurut Nasution dan Mavondo (2008), pelanggan suatu perniagaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk atau perkhidmatan dalam suatu perniagaan. Perkhidmatan adalah proses yang terdiri daripada rangkaian aktiviti yang kurang ketara serta berlaku dalam interaksi antara pelanggan dan pekerja perkhidmatan atau sumber fizikal atau barang. Sistem penyediaan perkhidmatan, menyediakan penyelesaian kepada pelanggan yang mengalami masalah. Kotler dan Keller (2011) mendefinisikan perkhidmatan dengan menggabungkan definisi berasaskan akta dan pemilikan. Menurut mereka, perkhidmatan "adalah apa-apa tindakan atau prestasi yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasar yang tidak nampak (Sandeep, 2011).

Dalam kajian ini, pemboleh ubah tidak bersandar adalah kebersihan makanan, pekerja dan layanan, manakala pemboleh ubah bersandar ini adalah kepuasan pelanggan. Memandangkan tujuan penyelidikan adalah untuk mengkaji faktor-faktor yang menyumbang terhadap kepuasan pelanggan di restoran makanan segera di Masjid Tanah, Melaka, maka kerangka teori ini telah dibangunkan dari sumber-sumber literatur terdahulu. Berdasarkan kerangka yang digambarkan dalam rajah 1, pengkaji melihat kesemua pemboleh ubah bersandar mempunyai hubungan dengan pemboleh ubah tidak bersandar.



*Kepuasan Pelanggan Terhadap Restoran Makanan Segera :  
Satu Kajian Di Masjid Tanah Melaka.  
Hartini Adenan, Dina Syamilah Zaid,  
Siti Mahera Ahmat Amin &  
Dziela Muhammad Parid*

### **Hubungan antara kebersihan makanan dan kepuasan pelanggan**

Kebersihan restoran telah dilihat oleh para penyelidik untuk menjadi salah satu faktor utama dalam kepuasan pelanggan bagi tahap penilaian kualiti restoran (Barber & Scarcelli 2009). Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kebersihan dari sudut pandangan pelanggan, Kajian ini akan mengkaji kebersihan di kawasan restoran tersebut. Faktor utama yang menyumbang kepada perkhidmatan makanan yang baik adalah kebersihan sesebuah restoran itu sendiri. Manakala pekerja dan pengendali makanan perlu sentiasa menjaga kebersihan tangan semasa bertugas dalam menyediakan dan membungkus makanan Abdul (Wahid & Mazilah, 2010). Penjagaan kebersihan yang baik serta amalan dari segi kebersihan diri menyumbang sebahagian besarnya kepada faktor yang berkaitan dengan kehidupan sihat dan pencegahan bahaya dari penyakit. Faktor risiko kesihatan ini secara langsung berkaitan dengan beberapa aktiviti harian penting yang terlibat dengan tindakan operasional yang layak dan tanggungjawab wajib, seperti mencuci tangan sebelum makan dan selepas kekalahan dengan sabun, memberus gigi sekurang-kurangnya dua kali sehari khasnya selepas sarapan pagi dan selepasnya makanan, mandi dengan sabun secara berkala, menjaga kuku pendek dan mengambil senaman tetap (Yoo,2012). Penyediaan bahan-bahan mentah juga perlu dititikberatkan kebersihan juga, ini kerana apabila bahan - bahan mentah itu tercemar ia akan menyebabkan makanan itu tidak lagi bersih dan boleh mengakibatkan berlakunya keracunan makanan. Sehubungan dengan itu, kebersihan premis makanan dan pengendali makanan merupakan faktor yang penting dalam menentukan pemilihan tempat makan. Jika restoran yang dikunjungi pelanggan tidak bersih ia akan menyebabkan pelanggan yang datang merasa tidak selesa dan mungkin juga tidak ada pelanggan yang akan berkunjung ke tempat itu (Mohd Azlan & Noraziah, 2011).

### **Hubungan antara pekerja dan kepuasan pelanggan**

Keseronokan pelanggan datang dari beberapa perkara antaranya ialah sikap dan perhatian pekerja, ketepatan masa perkhidmatan, tempat penginapan dan jualan yang bersifat permintaan dari pelanggan (Pascua, 2013). Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberikan perkhidmatan yang sangat baik kepada para tamu seperti beramah - mesra, membantu dan memperhatikan mereka yang memerlukan, sopan, menyapa tetamu dan kesediaan untuk berkhidmat dengan senyuman (Harrington, Ottenbacher & Way, 2010). Pekerja merupakan individu yang mempunyai hubungan langsung dengan pelanggan. Oleh itu, pihak pengurusan perlu memastikan pekerja mengikuti peraturan yang telah ditetapkan dengan cara menyediakan pakaian seragam yang lengkap beserta topi keselamatan atau topi dan apron untuk pekerja dibahagian dapur yang merupakan kelebihan dalam menggambarkan budaya kebersihan (Abdullah, Hamali & Abduraman, 2013). Tahap prestasi individu yang bekerja sentiasa menjadi cabaran dalam pengurusan organisasi, merangka kaedah operasi untuk memotivasi pekerja individu untuk berjaya dan menyampaikan prestasi kerja kualitatif serta melonjak tahap kecekapan organisasi adalah objektif utama dari setiap organisasi perniagaan ( Lee & Wu 2011). Pekerja dianggap sebagai aset perniagaan utama yang mempercepatkan pencapaian dan tugas biasa sesebuah pertubuhan (Inuwa, Mashi & Salisu (2017). Kebanyakan pekerja hari ini mempunyai tahap ketidakpuasan pekerjaan yang tinggi yang mewujudkan sikap yang tidak diinginkan terhadap pekerjaan dan seterusnya merosot keupayaan prestasi mereka dan tempat kerja mereka juga (Mowday, Porter & Steers 2013). Ahmad dan Khurram (2011) juga berpendapat bahawa prestasi pekerja melambangkan kepercayaan terhadap para pekerja mengenai tingkah laku dan sumbangan mereka terhadap pencapaian organisasi. Sikap positif menonjolkan prestasi pekerja, dengan itu menggalakkan kreativiti dan produktiviti. Oleh itu, jika pekerja mempunyai sikap yang lebih positif terhadap organisasi meningkatkan produktiviti mereka dan segala sesuatu yang sama, organisasi akan menjadi lebih bijak dan berkesan (George, et al, 2012).

## **Hubungan antara layanan dan kepuasan pelanggan**

Layanan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono, Fandy & Chandra, 2011). Beliau mendefinisikan kualiti layanan secara sederhana, iaitu ukuran seberapa bagus tingkat perkhidmatan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Briggs, Sutherland, dan Drummond (2007), dimensi kualiti layanan terdiri dari kebolehpercayaan. Terdapat hubungan positif antara kebolehpercayaan kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan. Kebolehpercayaan kualiti perkhidmatan dikenali sebagai keupayaan penyedia perkhidmatan untuk menyediakan dan memberikan perkhidmatan yang relevan dan betul dengan cara yang dijanjikan kepada pelanggan (Bharwana, Bashir & Mohsin, 2013). Sekiranya penyedia perkhidmatan dapat memberikan maklumat yang tepat yang dapat memenuhi permintaan pelanggan, pelanggan tertentu cenderung memberikan kualiti layanan yang tinggi yang dapat memberikan kesan keseluruhan kesan terhadap layanan hotel (Gunarathne, 2014).

## **METODOLOGI**

### **Kaedah untuk mengumpul literatur**

Kertas konseptual ini hanya berasaskan semakan dan analisis penyelidikan dan data dari kajian empirikal terdahulu. Untuk literatur, kajian dilakukan terhadap beberapa jurnal dan mendapati Rajput & Gahfoor (2020) adalah jurnal yang paling relevan yang dijadikan rujukan utama untuk membina kertas konseptual ini. Kaedah lain yang digunakan adalah enjin carian google dan juga sumber buku-buku digital yang boleh didapati dalam talian.

### **Pengumpulan data untuk penyelidikan masa depan**

Kertas kajian ini adalah berbentuk kuantitatif kerana bertujuan untuk mengukur maklumat dan juga menggunakan beberapa bentuk analisis statistik. Populasi terdiri daripada Restoran Makanan Segera di Masjid Tanah, Melaka. Sampel pula terdiri daripada pelanggan yang telah datang ke Restoran Makanan Segera di Masjid Tanah, Melaka kerana mereka merupakan pengguna perkhidmatan yang utama di restoran sekitar Masjid Tanah, Melaka. Semua data dikumpulkan melalui pengedaran soal selidik kepada responden. Bagi tujuan etika, responden akan diminta membaca dan menandatangani borang persetujuan yang menyatakan bahawa mereka bersedia mengambil bahagian dalam kajian ini dan bahawa sebarang jawapan yang diberikan akan digunakan sebagai data dan disusun dalam kajian. Responden juga akan dimaklumkan bahawa penglibatan mereka dalam kajian selidik adalah sulit dan secara sukarela.

## **DAPATAN DARI KAJIAN LEPAS**

Kajian lepas membantu pengkaji untuk memahami kertas konseptual ini dengan sangat baik dan membantu pengkaji kepada beberapa penemuan yang penting. Berdasarkan kajian empirikal, didapati bahawa kebersihan makanan, pekerja dan layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran Makanan Segera, di Masjid Tanah, Melaka.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulannya, dapatan kajian ini menunjukkan bahawa faktor-faktor kebersihan makanan, pekerja dan layanan mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan di Restoran Makanan Segera di Masjid Tanah, Melaka. Justeru itu, kepuasan pelanggan terhadap kebersihan makanan, pekerja dan layanan adalah tinggi di Restoran Makanan Segera di Masjid Tanah, Melaka.

*Kepuasan Pelanggan Terhadap Restoran Makanan Segera :  
Satu Kajian Di Masjid Tanah Melaka.  
Hartini Adenan, Dina Syamilah Zaid,  
Siti Mahera Ahmat Amin &  
Dziela Muhammad Parid*

## **RUJUKAN**

- Abdullah, F., Abdurahman, A. Z. A., & Hamali, J. (2013). The dimensions of customer preference in the foodservice industry. *Business: Theory and Practice*, 14, 64
- Ahmad, S., & Shahzad, K. (2011). HRM and employee performance: A case of university teachers of Azad Jammu and Kashmir (AJK) in Pakistan. *African Journal of Business Management*, 5(13), 5249.
- Abdullah, T. (2017). Motivasi Pelanggan Restoran Di Bandung Ketika Makan Di Luar Rumah. *Tourism Scientific Journal*, 2(2), 179-191.
- Abdul Wahid Bin Mukhari & Mazilah Binti Ibrahim (2011). Persepsi pengendali makanan terhadap amalan kebersihan dan keselamatan di Taman Seri Pulai, Johor, Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia. *Journal of Technical, Vocational and Engineering Education*.
- Alhkami, A. A., & Alarussi, A. S. (2016). Service quality dimensions and customer satisfaction in telecommunication companies. *Asian Journal of Business and Management*, 4(3).
- Barber, N. And Scarcelli, J. (2009). Clean Restrooms: How Important are they to Restaurant Customers?, *Journal of Food Service*, 20.
- Bharwana, T. K., Bashir, M., & Mohsin, M. (2013). Impact of service quality on customers' satisfaction: A study from service sector especially private colleges of Faisalabad, Punjab, Pakistan. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(5), 1- 7.
- Briggs, S., Sutherland, J., & Drummond, S. (2007). Are hotels serving quality? An exploratory study of service quality in the Scottish hotel sector. *Tourism Management*, 28(4), 1006-1019.
- Chow, K. Y., Ong, D. C. S., Tham, W. L., & Wong, Y. K. (2013). Factors influencing dining experience on customer satisfaction and revisit intention among undergraduates towards fast food restaurants (Doctoral dissertation, UTAR).
- Dorosti, A., & Rahnama, A. (2012). Evaluation of factors affecting customer loyalty in the restaurant industry. *African journal of business management*, 6(14), 5039-5046.
- George, R., & Jayan, C. (2013). Moderating Role of Organizational Culture on Job Attitude and Personal Effectiveness. *Anvesha*, 6(4).
- Gunarathne, U. W. H. D. P. (2014). Relationship between service quality and customer satisfaction in Sri Lankan hotel industry. *International journal of scientific and research publications*, 4(11), 1-7. (Gunarathne, 2014).
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C., & Way, K. A. (2013). QSR choice: Key restaurant attributes and the roles of gender, age and dining frequency. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, 14(1), 81-100.
- Hayati, S., Suroso, A., Suliyanto, S., & Kaukab, M. (2020). Customer satisfaction as a mediation between micro banking image, customer relationship and customer loyalty. *Management Science Letters*, 10(11), 2561-2570
- Inuwa, M., Mashi, M. S., & Salisu, I. M. (2017). Job Attitude and Employee Performance: An Empirical Study of Non-Academic Staff of Bauchi State University Gadau Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 1(1).
- Jin, N., Lee, S., & Huffman, L. (2012). Impact of restaurant experience on brand image and customer loyalty: Moderating role of dining motivation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(6), 532-551.
- Kayastha, S. (2011). Defining service and non-service exchanges. *Service Science*, 3(4), 313- 324.
- Kotler P, Keller KL (2011). *Marketing Management*, 14th edn. Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall.
- Lee, P.W. 2011. *Pembangunan modul pendidikan keperluan tenaga dan komposisi tubuh untuk kegunaan ahli profesion kesihatan*. Tesis Ijazah Sarjana Muda. Jabatan Pemakanan dan Dietetik, Universiti Kebangsaan Malaysia

- Masarrat, G. (2012). Tourist's satisfaction towards tourism products and market: A case study of Uttaranchal. *Int. J Busi. Inf. Tech*, 2(1), 16-25.
- Mohd Azlan Abdullah dan Noraziah Ali (2011). Amalan pemakanan dalam kalangan pelajar universiti dan implikasinya terhadap pembelajaran. *Jurnal Personalia Pelajar*.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (2013). *Employee—organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. Academic Press.
- Namkung, Y., & Jang, S. S. (2013). Effects of restaurant green practices on brand equity formation: Do green practices really matter?. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 85-95.
- Nasution, H. N., & Mavondo, F. T. (2008). Customer value in the hotel industry: What managers believe they deliver and what customer experience. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 204-213.
- Nonto, A. W. (2006). You are what you invest. *Majalah Pengusaha*, Mei.
- Pascua, C.G. (2013). *Service and product Quality as Determinants of Customer Satisfaction at Figaro Coffee Company, Ultimart Mall, San Pablo City*. MIHM thesis. Lyceum of the Philippines University-Batangas.
- Rajput, A., & Gahfoor, R. Z. (2020). Satisfaction and revisit intentions at fast food restaurants. *Future Business Journal*, 6, 1-12.
- Sumaedi, S., & Yarmen, M. (2015). Measuring perceived service quality of fast food restaurant in Islamic country: A conceptual framework. *Procedia Food Science*, 3, 119-131
- Susskind, A. M., & Chan, E. K. (2000). How restaurant features affect check averages: a study of the Toronto restaurant market. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(6), 56-63
- Taplin, R. H. (2013). The influence of competition on visitor satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 36, 238-246.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, quality & satisfaction*
- Tjiptono, F. Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality & Satisfaction*.
- Wei, Y. K. (2019). The impact of service quality on customer satisfaction of a hotel at Johor Bahru, Malaysia. *Journal of Arts & Social Sciences*, 3(1), 34-46.
- Yap, L. H. (2015). *Factors influencing customer re-patronage behavior: The mediating effect of customer satisfaction* (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Yoo, S. A. (2012). *Customer perceptions of restaurant cleanliness: A cross cultural study* (Doctoral dissertation, Virginia Tech).