

Pemilihan Restoran Mamak dalam Kalangan Belia di Selangor

UMMI MUNIRAH SYUHADA MOHAMAD ZAN
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
ummi@kuis.edu.my

WAN SURAYA WAN HASSIN
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
wansuraya@kuis.edu.my

MOHAMMED RIZKI MOI
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
rizki@kuis.edu.my

NADZIRAH MOHD FAUZI
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
nadzirah@kuis.edu.my

ABSTRAK

Kewujudan restoran India Muslim atau lebih dikenali sebagai mamak adalah tidak asing di Malaysia dan merupakan sebuah tempat yang sering dikunjungi oleh pelbagai lapisan masyarakat serta merentasi etnik. Budaya popular melepak di restoran mamak telah menjadi kebiasaan dalam semua peringkat masyarakat Malaysia tanpa mengira etnik, agama dan umur. Restoran mamak juga menjadi tempat “pemburu kegemilangan” bola sepak dengan tayangan perdana setiap kali perlawanan. Berdasarkan pemerhatian, kebanyakan mereka yang melepak sehingga lewat malam adalah golongan belia. Oleh itu, timbul persoalan mengapakah belia masa kini semakin gemar mengunjungi restoran mamak. Apakah faktor-faktor yang menyebabkan mereka memilih restoran mamak? Kajian ini bertujuan mengenal pasti jika terdapat perbezaan antara tiga etnik utama di Malaysia dalam memilih restoran mamak dan mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi golongan belia memilih restoran mamak. Kajian tinjauan secara keratan rentas dilaksanakan ke atas golongan belia sekitar Bangi dan Kajang. Kedua-dua kawasan ini merupakan kawasan tumpuan bagi golongan belia kerana terdapat beberapa universiti awam, universiti swasta dan juga kemudahan yang pelbagai. Seramai 394 orang belia terlibat sebagai sampel bagi kajian ini dengan menggunakan teknik pensampelan mudah. Hasil kajian berdasarkan ujian min Anova menunjukkan tiada perbezaan antara etnik dalam memilih restoran mamak. Ini menunjukkan restoran mamak telah menjadi pilihan bagi semua etnik di Malaysia. Restoran mamak juga merupakan salah satu alat perpaduan iaitu mereka boleh bertemu, berkongsi dan berhubung antara satu sama lain dalam kawasan yang sama. Melalui ujian regresi, faktor-faktor yang telah mempengaruhi golongan belia memilih restoran mamak adalah kualiti makanan, harga dan juga persekitaran. Namun, faktor yang paling mempengaruhi adalah kualiti makanan yang disediakan. Kualiti makanan yang banyak, sedap dan pelbagai telah menarik minat belia untuk mengunjungi restoran mamak.

Kata Kunci: Kualiti, Harga, Persekitaran, Belia, Restoran Mamak

PENGENALAN

Industri perkhidmatan makanan di Malaysia merangkumi pelbagai jenis mengikut citarasa setiap etnik. Restoran yang berasaskan etnik dapat dilihat dalam kumpulan etnik Melayu, Cina, India, Punjabi, Mamak sehinggalah berasaskan kumpulan etnik luar negara seperti Jepun, Korea, German mahupun Perancis. Satu-satunya pilihan restoran yang menggabungkan kepelbagaian pilihan makanan yang sesuai bagi semua etnik adalah restoran mamak. Perkataan mamak kebiasaannya merujuk kepada identiti India Muslim. Mamak merupakan satu ungkapan yang difahami oleh semua adalah mereka yang berasal daripada India tetapi beragama Islam. Pilihan ataupun senarai makanan yang biasa diperoleh di restoran mamak adalah teh tarik yang sememangnya pilihan orang ramai, pelbagai jenis roti canai, capati, naan dan pelbagai jenis kuah termasuk dhal, kari dan sambal. Restoran mamak popular disebabkan oleh makanannya murah dan pelbagai, lokasi, beroperasi 24 jam sehari, layanan kepada pelanggan dan menerapkan amalan-amalan murni. Restoran mamak semakin berkembang di Malaysia dan telah diterima oleh masyarakat setempat dan pelancong yang telah menyediakan pelbagai jenis pengalaman dan makanan (Ramly, Ahmad & Ahmadin, 2004).

Kepelbagaian pilihan makanan dan persekitaran restoran mamak telah menarik minat golongan belia untuk berkunjung ke restoran mamak. Gaya hidup belia masa kini lebih cenderung menjadi pelanggan kedai makanan. Budaya melepak di restoran mamak lebih ketara dalam kalangan belia. Ini kerana kebanyakan restoran mamak telah memasang skrin besar apabila berlangsungnya perlawanan berskala besar dan yang paling popular adalah perlawanan bola sepak. Kebiasaan perlawanan ini pula akan berlangsung pada waktu malam dan akan menarik minat mereka untuk berkumpul bersama kawan-kawan sambil memesan makanan dan minuman. Kelaziman ini menarik minat penyelidik bagi mengkaji faktor apa yang menyebabkan golongan belia lebih suka memilih untuk ke restoran mamak. Takrifan belia berdasarkan Dasar Pembangunan Belia Negara adalah mereka yang berumur antara 15 hingga 40 tahun. Golongan belia merupakan tunjang utama kepada kesinambungan pembangunan sesebuah negara dan merupakan golongan terpenting dalam membawa sesebuah budaya atau perubahan ke dalam masyarakat Malaysia.

Corak urbanisasi (pembangunan) di Malaysia menunjukkan peningkatan yang ketara bagi negeri Selangor. Peratus penduduk bandar bagi tahun 2010 adalah 89.1% berbanding negeri lain. Oleh itu, kawasan kajian bagi kertas kerja ini adalah Kajang dan Bangi. Berdasarkan pemerhatian penyelidik juga, kebanyakan anak-anak muda lebih suka makan di luar kerana faktor ibu bapa yang bekerja. Faktor ini mungkin disebabkan restoran mamak mempunyai pelbagai jenis masakan yang akan dipilih mengikut citarasa, kuantiti yang banyak mahupun harga yang berpatutan. Isu bahan yang digunakan dalam masakan sehinggalah isu kebersihan restoran juga merupakan isu yang sering dikaitkan dengan restoran mamak. Obesiti dan kegemukan di Malaysia sering kali dikaitkan dengan faktor pemakanan. Oleh itu, kertas kerja ini akan meneliti beberapa faktor penting yang dikaitkan dengan tindakan memilih untuk ke restoran mamak.

KAJIAN-KAJIAN LEPAS

Soriano (2000) menyatakan penting untuk mengetahui apa pelanggan mahu dan apa yang menyebabkan mereka sering kali berkunjung ke sesuatu restoran. Faktor penting yang menyebabkan pelanggan memilih restoran mamak adalah operasi perniagaan, lokasi, tempat bersosial, tempat letak kenderaan, perkhidmatan, persekitaran, kepelbagaian atau variasi, rasa, tarikan, harga, kebersihan dan persembahan (Alina Shuhaida et al., 2004). Liu dan Jang (2009) menyatakan kepentingan prestasi sesebuah restoran berdasarkan faktor rasa, kesegaran makanan, perisa, keselamatan makanan, kebersihan dan suhu yang sesuai. Kebanyakan

pelanggan mahu makanan seperti dijanjikan dalam menu, dimasak, disedia dengan betul, bersih dan ada rasa yang baik.

Makanan merupakan pandangan pertama bagi keseluruhan restoran (Sulek & Hensley, 2004). Lima elemen penting dalam kualiti makanan adalah suasana, kualiti, harga, kepelbagaian menu dan keselesaan (Lewis, 1981). Namkung dan Jang (2007) pula menyatakan tiga faktor penting yang memberi kesan kepada pengalaman makan di restoran iaitu kualiti perkhidmatan, kualiti produk dan persekitaran. Persembahan dan rasa sesuatu makanan itu juga merupakan elemen penting bagi menggambarkan kualiti makanan yang disediakan (Ryu, Lee & Kim, 2012). Ha dan Jang (2012) mencadangkan faktor penting bagi kualiti makanan adalah kepelbagaian makanan. Oleh itu kualiti makanan merujuk kepada kesegaran, rasa, persembahan makanan. Kajian yang dilaksanakan oleh Mohd Zool Fahdli et al. (2017) menyatakan kualiti makanan dan persekitaran mempengaruhi kepuasan pelanggan restoran mamak namun kualiti perkhidmatan tidak mempengaruhi secara signifikan. Kebanyakan kajian empirikal menunjukkan kualiti makanan merupakan satu faktor penting bagi membuat keputusan sama ada mahu mengunjungi restoran atau tidak seperti dinyatakan oleh Susskind dan Chan (2000).

Abu Bakar dan Farinda (2012) berpendapat faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk memilih restoran adalah jenis makanan, kualiti makanan, harga, suasana, lokasi, kelajuan perkhidmatan, pengalaman baru dan masa beroperasi. Harga sesuatu makanan, pengalaman makan dengan restoran yang sama jenis, lokasi yang strategik dan faktor luaran kedai dan pekerja merupakan faktor penting bagi seseorang pelanggan untuk memilih restoran (Sweeney, Johnson & Armstrong, 1992).

Persekitaran fizikal dan perkhidmatan oleh restoran adalah kunci kesetiaan pelanggan (Chen, 2012). Walaupun persekitaran atau suasana adalah konsep pemasaran, namun hari ini persekitaran sesuatu tempat perniagaan seperti pengcahayaan, muzik, warna, suhu dan reka bentuk perlu dititiberatkan (Bitner, 1990). Kotler (1973) pula menyatakan suasana akan merangsang persepsi dan emosi pelanggan seterusnya akan memberi kesan terhadap tingkah laku mereka. Menurut Namasivayam dan Matilla (2007) juga menyatakan bahawa sebelum pelanggan merasai makanan sebenar atau perkhidmatan sesuatu restoran, elemen persekitaran akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Suasana atau persekitaran boleh didefinisi sebagai usaha untuk menjadikan suasana kedai boleh dibeli seterusnya menyebabkan emosi pelanggan untuk bertindak dan memilih tempat tersebut. Suasana boleh dijadikan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan lagi perlakuan seseorang pelanggan seperti dinyatakan oleh Kumar, Garg dan Rahman (2010). Hubungan di antara tindakan psikologi ke atas suasana dan tindakan pelanggan telah dikaji oleh penyelidik (Matilla & Wirtz, 2001). Wall dan Berry (2007) menjelaskan walaupun kualiti makanan merupakan faktor asas bagi kejayaan sesebuah restoran, persekitaran dan prestasi perkhidmatan juga akan menyumbang penilaian pelanggan. Beberapa aspek yang penting bagi pengukuran persekitaran adalah suasana, kebersihan, warna, kelengkapan, susunan, pengcahayaan dan reka bentuk (Countryman & Jang, 2006; Ha & Jang, 2012).

Oleh itu, berdasarkan pembacaan dan analisis kajian-kajian lepas dapat disimpulkan bahawa terdapat tiga faktor penting dalam mempengaruhi tindakan seseorang untuk memilih restoran mamak iaitu kualiti makanan, harga dan juga persekitaran. Kertas kerja ini akan menganalisis berdasarkan faktor-faktor ini bagi menjawab tiga objektif iaitu:

- Mengenal pasti perbezaan pemilihan ke restoran mamak berdasarkan etnik.
- Mengenal pasti hubungan di antara kualiti makanan, harga dan persekitaran dengan pemilihan ke restoran mamak.
- Menganalisis faktor yang paling mempengaruhi pemilihan ke restoran mamak.

METODOLOGI

Kertas kerja ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dijalankan berasaskan reka bentuk keratan rentas (*cross-sectional design*). Pemilihan reka bentuk ini sesuai dengan keperluan kajian iaitu untuk membolehkan penyelidik mengumpul data daripada responden kajian pada satu titik masa yang ditetapkan. Populasi kertas kerja ini ialah kumpulan belia yang berada di dua kawasan iaitu Bangi dan Kajang. Kedua-dua kawasan ini merupakan kawasan tumpuan bagi golongan belia kerana terdapat beberapa universiti awam, universiti swasta dan juga kemudahan yang pelbagai. Unit analisis kertas kerja ini ialah individu. Seramai 394 orang belia terlibat sebagai sampel dengan menggunakan teknik pensampelan mudah.

Instrumen kertas kerja ini mengandungi empat bahagian. Pembangunan instrumen ini adalah berpandukan kajian empirikal yang lepas dan hipotesis kajian yang dibentuk. Bahagian A terdiri daripada soalan berkaitan ciri demografi responden, Bahagian B mengandungi soalan-soalan berkaitan tindakan memilih restoran mamak (5 item). Bahagian C adalah berkaitan dengan kualiti makanan (6 item), Bahagian D mengandungi soalan-soalan berkaitan harga (5 item) dan Bahagian E adalah mengenai persekitaran (5 item). Instrumen kajian yang telah dibangunkan diambil dan diadaptasi daripada beberapa kajian yang telah dijalankan oleh Namasivayam & Mattila, 2007; Namkung & Jang, 2007 dan Bowden & Dagger, 2011 dengan mengukur ke atas kualiti makanan, harga dan persekitaran. Oleh itu, instrumen ini boleh dianggap mempunyai kebolehpercayaan dalam mengukur tindakan memilih ke restoran mamak berdasarkan tiga faktor yang telah dipilih. Responden kertas kerja ini perlu memilih satu jawapan berdasarkan skala likert 5 tanda daripada sangat tidak setuju (1) kepada sangat setuju (5). Alat perisian SPSS digunakan bagi menganalisis data ini dengan menggunakan analisis deskriptif, ujian ANOVA, korelasi Pearson dan analisis regresi berganda.

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Majoriti responden adalah Perempuan (59.1%), memiliki tahap pendidikan sehingga Ijazah Sarjana Muda (68.3%) dan bergelar sebagai pelajar (81.2%). Kebanyakan responden merupakan seorang pelajar kerana majoriti golongan belia adalah mereka yang masih menuntut ilmu dalam peringkat universiti atau kolej. Kawasan yang dipilih juga sememangnya dikelilingi oleh universiti awam, swasta dan juga kolej. Sebanyak 75.9% berada dalam kategori umur 21-30 tahun. Kumpulan umur ini juga merupakan secara purata umur seorang belia yang masih belajar peringkat selepas persekolahan menengah. Kebanyakan responden adalah etnik Melayu (95.7%), diikuti oleh Cina sebanyak 2.5%, India (1.3%) dan lain-lain (4.6%). Latar belakang responden kertas kerja ini adalah seperti dalam Jadual 1.

Jadual 1: Profil Responden

Item	Bilangan	Peratus
Jantina		
Lelaki	161	40.9
Perempuan	233	59.1
Tahap pendidikan		
SPM/STPM	30	7.6
Diploma	86	21.8
Ijazah Sarjana Muda	269	68.3
Ijazah Sarjana dan ke atas	9	2.3
Pekerjaan		
Penjawat Awam	13	3.3
Sektor Swasta	43	10.9
Pelajar	320	81.2
Lain-lain	18	4.6

Umur			
	20 tahun dan ke bawah	91	23.1
	21-30 tahun	299	75.9
	31-40 tahun	4	1.0
Etnik			
	Melayu	377	95.7
	Cina	10	2.5
	India	5	1.3
	Lain-lain	2	0.5
Pendapatan Sebulan			
	RM1500 dan ke bawah	320	81.2
	RM1501-RM3000	48	12.2
	RM3001-RM4500	24	6.1
	RM4501-RM6000	2	0.5

Ujian ANOVA dilaksanakan bagi menguji objektif kertas kerja yang pertama iaitu mengenal pasti perbezaan pemilihan restoran mamak mengikut etnik. Jadual 2 menunjukkan nilai p adalah 0.581, iaitu lebih besar daripada 0.05. Dapatan ini menggambarkan bahawa tiada perbezaan antara etnik dalam tindakan memilih ke restoran mamak. Dapatan ini juga jelas menggambarkan pilihan rakyat Malaysia adalah sama tidak kira mewakili etnik apa, di mana masih memilih untuk ke restoran mamak.

Jadual 2: Ujian ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.179	3	0.393	0.655	0.581
Within Groups	234.421	391	0.599		
Total	235.600	394			

Ujian korelasi seperti ditunjukkan dalam Jadual 3 menunjukkan kesemua pembolehubah iaitu kualiti makanan, harga dan juga persekitaran mempunyai hubungan positif secara signifikan dengan tindakan memilih ke restoran mamak ($p < 0.01$). Hasil ini telah menjawab objektif kedua iaitu mengenal pasti hubungan di antara kualiti makanan, harga dan persekitaran dengan pemilihan ke restoran mamak. Nilai pekali keofisyen yang paling tinggi adalah bagi faktor kualiti makanan ($r = 0.701$), diikuti oleh faktor harga makanan ($r = 0.594$) dan faktor persekitaran ($r = 0.471$). Ini menunjukkan kualiti makanan mempunyai hubungan yang kuat dan positif dengan tindakan memilih. Bagi faktor harga makanan dan persekitaran dengan tindakan memilih mempunyai hubungan positif yang sederhana. Dapatan ini selari dengan dapatan yang diperolehi Ernest K.S. Lim (2017) iaitu kualiti perkhidmatan, kualiti makanan dan persekitaran mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan di restoran mamak.

Jadual 3: Ujian Korelasi

Pembolehubah	Tindakan Memilih
Kualiti Makanan	0.701**
Harga	0.594**
Persekitaran	0.471**

**Korelasi signifikan pada tahap 0.01 (dua hujung)

Jadual 4 menunjukkan hasil analisis bagi ujian regresi berganda bagi kualiti makanan, harga dan persekitaran terhadap tindakan memilih. Ketiga-tiga faktor ini juga mempunyai pengaruh yang positif terhadap tindakan memilih ke restoran mamak berdasarkan nilai p yang kurang daripada 0.05 ($p < 0.05$). Berdasarkan nilai koefisyen beta, faktor kualiti makanan ($\beta = 0.603$) merupakan faktor yang mempengaruhi golongan belia memilih untuk ke restoran mamak. Hasil analisis juga telah menjawab objektif kertas kerja ini yang ketiga iaitu

menganalisis faktor yang paling mempengaruhi pemilihan ke restoran mamak. Faktor yang kedua penting dalam menentukan pemilihan ke restoran mamak adalah harga makanan ($\beta=0.110$) dan faktor yang terakhir adalah persekitaran ($\beta=0.097$). Hasil analisis ini menunjukkan golongan belia memilih untuk ke restoran mamak disebabkan faktor kualiti makanan iaitu dihidangkan dalam kuantiti yang banyak, bau makanan yang menyelerakan dan variasi makanan yang disediakan.

Jadual 4: Ujian Regresi Berganda

Variable	Standardized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)		2.837	.005
Kualiti Makanan	.603	12.660	.000
Harga	.110	2.469	.014
Persekitaran	.097	1.321	.021

KESIMPULAN

Kualiti makanan merupakan faktor terpenting dalam memilih ke restoran mamak. Oleh itu, pengusaha restoran mamak perlu memahami kekuatan dalam penyediaan makanan dan meningkatkan lagi kualiti makanan sedia ada. Sebagai contoh, menyediakan makanan sihat seperti kurang garam dan minyak dalam makanan kerana masyarakat sekarang lebih peka dengan kesihatan. Selain daripada itu, memperkenalkan perkhidmatan secara penuh di mana pelayan mengambil setiap pesanan makanan daripada pelanggan di meja bukannya perkhidmatan layan diri. Restoran mamak juga dianggap satu budaya unik bagi semua rakyat Malaysia dan sebagai simbol perpaduan yang menyatukan semua rakyat tidak kira etnik atau agama.

Rujukan

- Abu Bakar, K. and Farinda, A.G. (2012) *Consumers' attitude towards "mamak" food in Malaysia*. In: International Conference on Business and Economic Research, 12-13 March 2012, Bandung, Indonesia.
- Alina Shuhaida M.Ramly, Roslina, A. & Shahrul Niza, A. (2004). Factors Influencing Customers Patronizing Mamak Restaurants – A Survey in Shah Alam. *Journal of Hospitality Tourism, 1*(1), 10-21.
- Bitner. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing, 54*, 69-82.
- Bowden and Dagger. (2011). To delight or not to delight? An investigation of loyalty formation in the restaurant industry. *Journal of Hospitality Marketing and Management, 20*(5), 501- 524.
- Chen, S.C. (2012). The customer satisfaction–loyalty relation in an interactive e-service setting: The mediators. *Journal of Retailing and Consumer Services, 19*(2), 202-210.
- Countryman & Jang. (2006). The effects of atmospheric elements on customer impression: the case of hotel lobbies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 18* (7), 534-545.
- Ernest K. S. Lim. (2017). Assessing the Determinants of Mamak Restaurant Customer Satisfaction. *International Journal of Advanced Scientific Research and Management, 2*(9), 30-35.
- Ha & Jang. (2012). The effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception. *Journal of Services Marketing, 26*(3), 204-215.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing, 49*(4), 48-64.

- Kumar, Garg & Rahman. (2010). Influence of retail atmospherics on customer value in an emerging market. *Great Lakes Herald*, 4(1), 1-13.
- Lewis, R. C. (1981). Restaurant advertising-appeals and consumer's intentions. *Journal of Advertising Research*, 21(5), 69-74.
- Liu, Y. and Jang, S. (2009). The effect of dining atmospherics: an extended Mehrabian-Russell model. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 494-503.
- Matilla and Wirtz. (2001). Congruency of scent and music as a driver of in-store evaluations and behavior. *Journal of Retailing*, 77, 273-289.
- MohdZoolFadli, I., Joesri M. Saber, Raja Iskandar Putera R. Mustapha, Azlan, S., Norfadzliana, G. & Farah Aniya, H. (2017). Affecting Customer Satisfaction on Choosing Mamak Restaurant in Penang, Malaysia. *International Academic Research Journal of Social Science*, 3(1), 6-10.
- Namasivayam & Mattila. (2007). Accounting for the joint effects of the servicescape and service exchange on consumer's satisfaction evaluations. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(1), 3-18.
- Namkung, Y., & Jang, S. (2007). Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387-409.
- Ramly, Ahmad & Ahmadin. (2004). Factors influencing Customers Patronizing Mamak Restaurants - A Survey in Shah Alam. *Journal of Hospitality and Tourism*, 1(1), 10-21.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavior intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200-223.
- Sulek, J. M., & Hensley, R. L. (2004). The relative importance of food, atmosphere, and fairness of wait: the case of a full-service restaurant. *Cornell Hospitality Quarterly*, 45(3), 235-247.
- Susskind & Chan. (2000). How restaurant features affect check averages. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(6), 56-63.
- Soriano, D.R. (2000). Customers' expectations factors in restaurants; The situation is Spain. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19(8/9), 1055-1067.
- Sweeney, J. C., Johnson, L. W., & Armstrong, R. W. (1992). The effect of cues on service quality expectations and service selection in a restaurant setting. *Journal of Services Marketing*, 6(4), 15-22.
- Wall, E. A., & Berry, L. L. (2007). The combined effects of the physical environment and employee behavior on customer perception of restaurant service quality. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48(1), 59-69.