

**INTERNATIONAL JOURNAL OF
ENTREPRENEURSHIP AND
MANAGEMENT PRACTICES
(IJEMP)**www.ijemp.com**HUBUNGAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KUALITI
PERKHIDMATAN DI MASJID MUHAMMAD AL-FATEH
UNIVERSITI PERTAHANAN NASIONAL MALAYSIA*****THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER SATISFACTION AND SERVICE
QUALITY AT MASJID MUHAMMAD AL-FATEH, NATIONAL DEFENCE
UNIVERSITY OF MALAYSIA***

Daud Mohamed Salleh¹, Noor Azmi Mohd Zainol², Zahimi Zainol Abidin³, Muhammad Ridwan Hashim⁴

¹ Department of Nationhood, Leadership and Islamic Studies, Universiti Pertahanan Nasional Malaysia
Email: daud@upnm.edu.my

² Department of Nationhood, Leadership and Islamic Studies, Universiti Pertahanan Nasional Malaysia
Email: noorazmi@upnm.edu.my

³ Center for Leadership and Professional Development, National Defence University of Malaysia
Email: zahimi@upnm.edu.my

⁴ Department of Nationhood, Leadership and Islamic Studies, Universiti Pertahanan Nasional Malaysia
Email: ridwan@upnm.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:**Article history:**

Received date: 25.06.2024

Revised date: 17.07.2024

Accepted date: 15.08.2024

Published date: 26.09.2024

To cite this document:

Daud, M. S., Zainol, N. A. M., Abidin, Z. Z., & Hashim, M. R. (2024). Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Kualiti Perkhidmatan Di Masjid Muhammad Al-Fateh,

Abstrak:

Kajian ini bertujuan untuk menilai tahap kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan di Masjid Muhammad al-Fateh. Sebanyak 120 borang soal selidik yang lengkap diisi oleh responden dari Universiti Pertahanan Nasional Malaysia (UPNM) telah dianalisis menggunakan perisian SmartPLS 3.2.5. Kajian ini menggunakan teori SERVQUAL, yang melibatkan dua dimensi utama: ketara/nyata dan kebolehppercayaan, untuk mengukur tahap kepuasan pelanggan. Hasil analisis pengesahan faktor menunjukkan bahawa skala pengukuran kajian telah memenuhi piawaian kesahan dan kebolehppercayaan yang ditetapkan. Penemuan dari ujian hipotesis melalui model laluan SmartPLS menunjukkan dua hasil utama: pertama, dimensi ketara mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan; kedua, dimensi kebolehppercayaan tidak menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Dari perspektif statistik, hasil kajian ini menegaskan

Universiti Pertahanan Nasional Malaysia. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 7 (26), 160-170.

DOI: 10.35631/IJEMP.726013

This work is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



bahawa dimensi ketara memberikan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan apabila menilai kualiti perkhidmatan di Masjid Muhammad al-Fateh. Kajian ini juga membincangkan implikasi hasil penemuan serta kesimpulan yang relevan.

Kata Kerja:

Kepuasan Pelanggan, Kualiti Perkhidmatan, *SERVQUAL*, Masjid Muhammad Al-Fateh, Universiti Pertahanan Nasional Malaysia

Abstract:

This study aims to assess customer satisfaction with the quality of service at Masjid Muhammad al-Fateh. A total of 120 completed questionnaires from respondents at the National Defence University of Malaysia (UPNM) were analyzed using SmartPLS 3.2.5 software. The study employs the *SERVQUAL* theory, which involves two primary dimensions: tangibles and reliability, to measure customer satisfaction. The factor validation analysis indicates that the measurement scale of the study meets the established standards of validity and reliability. The findings from hypothesis testing using the SmartPLS path model reveal two key results: first, the tangibles dimension has a positive and significant relationship with customer satisfaction; second, the reliability dimension does not show a positive and significant relationship with customer satisfaction. From a statistical perspective, this study confirms that the tangibles dimension exerts a strong influence on customer satisfaction when evaluating the quality of service at Masjid Muhammad al-Fateh. The study also discusses the implications of these findings and draws relevant conclusions.

Keywords:

Customer Satisfaction, Service Quality, *SERVQUAL*, Masjid Muhammad Al-Fateh, National Defence University Of Malaysia (UPNM)

Pengenalan

Masjid, dari segi etimologi, berasal dari kata dasar Arab "sajada," yang merujuk kepada tempat sujud atau rumah untuk mendirikan solat. Namun, peranan masjid melampaui fungsi asas sebagai tempat ibadat. Masjid berfungsi sebagai pusat kegiatan komuniti yang pelbagai, termasuk musyawarah, aduan masyarakat, dan pertemuan antara usahawan. Kepelbagaian fungsi ini memerlukan masjid untuk menyediakan perkhidmatan berkualiti tinggi yang dapat memenuhi pelbagai keperluan masyarakat.

Masjid tidak hanya berperanan sebagai tempat solat, tetapi juga sebagai pusat sosial dan kegiatan ekonomi. Di negara-negara Islam, masjid sering dijadikan pusat untuk aktiviti komuniti, termasuk program sosial, pendidikan, dan perniagaan. Masjid menjadi tempat di mana masyarakat berkumpul, berinteraksi, dan menyelesaikan masalah bersama. Sebagai contoh, masjid sering digunakan untuk pertemuan musyawarah, penyampaian maklumat, dan pertemuan perniagaan (Rashid, 2023).

Kebanyakan masjid di negara ini telah mengambil langkah proaktif untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan mereka. Ini termasuk penambahbaikan dalam kemudahan, kebersihan, dan

penyediaan ruang yang selesa untuk pengunjung. Di negara-negara bukan Islam, masjid sering berfungsi sebagai pusat aktiviti komuniti yang aktif, di mana masyarakat Islam mengadakan pelbagai aktiviti kehidupan harian mereka di sekitar masjid (Smith & Jones, 2024). Namun, di beberapa negara, termasuk Malaysia, pengurusan masjid masih kurang memberi perhatian kepada aspek-aspek ini, yang boleh menyebabkan kekurangan kepuasan pengguna.

Penyataan Masalah

Walaupun banyak kajian telah dilakukan mengenai peranan dan pengurusan masjid, kajian khusus mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan masjid dalam konteks Angkatan Tentera Malaysia (ATM) adalah terhad. Kajian-kajian terdahulu lebih memfokuskan kepada aspek-aspek seperti pengurusan, kewangan, dan penyelenggaraan, tanpa memberi perhatian yang mencukupi kepada maklum balas pengguna mengenai kualiti perkhidmatan (Ali & Shah, 2023). Selain itu, banyak kajian sedia ada menggunakan kaedah kualitatif, yang mungkin menyebabkan penemuan yang bias. Kajian ini bertujuan untuk mengisi jurang ini dengan menggunakan kaedah kuantitatif yang dapat memberikan pandangan yang lebih objektif dan tepat mengenai kepuasan pengguna (Rahman & Ahmed, 2024).

Masjid Muhammad al-Fateh, yang terletak di Universiti Pertahanan Nasional Malaysia (UPNM), telah beroperasi sejak penubuhannya dan diuruskan oleh Ahli Jawatankuasa Masjid (AJK). Masjid ini mempunyai kapasiti untuk menampung sehingga 1,500 jamaah pada satu masa dan menyediakan ruang solat khusus untuk wanita. Kedudukannya yang strategik di tengah-tengah kampus UPNM memudahkan akses dan meningkatkan keselesaan penggunaannya (Khan et al., 2023).

Walaupun bagaimanapun, terdapat beberapa isu utama yang mempengaruhi tahap kepuasan pengguna di masjid. Isu-isu ini termasuk perubahan jadual kuliah disebabkan oleh ketidakhadiran penceramah, gangguan sistem audio, serta masalah dengan bekalan elektrik dan air yang tidak konsisten. Ketidakhadiran penceramah dapat mengganggu program yang dirancang, menyebabkan pengguna kecewa apabila jadual kuliah tidak dapat diikuti sebagaimana yang diharapkan. Gangguan pada sistem audio, seperti suara yang tidak jelas atau teknikal yang bermasalah, boleh mengurangkan pengalaman ibadat dan pengajaran di masjid. Selain itu, masalah dengan bekalan elektrik dan air yang tidak stabil boleh menyebabkan ketidakselesaan dan mengganggu aktiviti harian serta ibadat yang dilakukan di masjid (Ali et al., 2023). Menurut kajian terkini oleh Mohamed et al. (2023), pengurusan masjid sering mendapat perhatian daripada pengguna, dengan banyak aduan yang menyoroti kelemahan dalam pengurusan dan penyelenggaraan. Walaupun banyak masjid kini diperbaiki dari segi estetik dan fasiliti, masalah seperti pengurusan yang tidak cekap, kekurangan sistem pentadbiran yang bersistematik, dan respon yang kurang terhadap aduan pengguna masih merupakan isu utama (Ali et al., 2023). Kajian ini menunjukkan bahawa walaupun penampilan fizikal masjid mungkin telah meningkat, aspek pengurusan dan kualiti perkhidmatan masih memerlukan perhatian khusus untuk meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Kelemahan pengurusan, kekurangan sistem pentadbiran yang teratur, dan kurangnya tindak balas terhadap aduan pengguna adalah antara cabaran utama (Ali & Shah, 2023). Dalam usaha untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan di masjid, penting untuk memahami dan menangani isu-isu yang mempengaruhi kepuasan pengguna. Masjid Muhammad al-Fateh, sebagai contoh, perlu terus memperbaiki pengurusan dan kemudahan untuk memenuhi jangkaan pengguna dan berfungsi sebagai pusat komuniti yang berkesan.

Objektif Kajian

Objektif utama kajian ini adalah seperti berikut:

- i) Mengenal pasti hubungan antara dimensi ketara dengan kepuasan pengguna.
- ii) Mengenal pasti hubungan antara dimensi kebolehppercayaan dengan kepuasan pengguna.
- iii) Mengenal pasti sejauhmana tahap kepuasan jamaah masjid Muhammad al-Fateh berdasarkan dimensi ketara dan kebolehppercayaan dalam kualiti perkhidmatan yang dibentuk.

Persoalan Kajian

- i) Adakah terdapat hubungan antara dimensi ketara dengan kepuasan pengguna?
- ii) Adakah terdapat hubungan antara dimensi kebolehppercayaan dengan kepuasan pengguna?
- iii) Sejauh manakah tahap kepuasan pengguna Masjid Muhammad al-Fateh berdasarkan dimensi ketara dan kebolehppercayaan dalam kualiti perkhidmatan yang dibentuk?

Tinjauan Literatur

Kualiti Perkhidmatan

Perkhidmatan merujuk kepada tugas atau kerja yang dilakukan untuk menyediakan kemudahan kepada orang ramai (Kamus Dewan Edisi Ketiga, 2000). Dalam konteks ini, perkhidmatan yang dimaksudkan adalah penyediaan tempat ibadah umat Islam, khususnya Masjid Muhammad al-Fateh yang disediakan oleh Universiti Pertahanan Nasional Malaysia (UPNM). Masjid ini bertujuan untuk memenuhi keperluan warga akademik, tentera, staf awam, dan pelajar. Kualiti perkhidmatan merujuk kepada penilaian pengguna terhadap kepuasan mereka selepas menggunakan perkhidmatan, dengan membandingkan harapan mereka dengan persepsi sebenar terhadap perkhidmatan tersebut. Penilaian ini termasuk aspek seperti kecekapan, ketepatan masa, dan keberkesanan dalam memenuhi keperluan pengguna (Hossain & Si, 2022). Kajian terkini menunjukkan bahawa pengalaman pengguna secara keseluruhan dan kesesuaian perkhidmatan dengan jangkaan individu adalah kunci utama dalam menentukan tahap kepuasan (Sharma et al., 2023).

Menurut Kumar et al. (2022), kualiti perkhidmatan merujuk kepada penilaian pengguna terhadap hasil yang diperoleh daripada perkhidmatan yang disediakan oleh sesuatu organisasi, yang melibatkan perbandingan antara jangkaan dan pengalaman sebenar mereka. Dalam kajian ini, kualiti perkhidmatan diberi tumpuan pada dua dimensi utama, iaitu dimensi ketara dan dimensi kebolehppercayaan, yang dinilai berdasarkan standard yang ditetapkan oleh pengurusan masjid (Smith & Jones, 2023). Model SERVQUAL telah digunakan dalam kajian ini untuk menilai tahap kepuasan pengguna terhadap kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh MMF di UPNM. Model SERVQUAL bertujuan untuk mengukur prestasi kualiti perkhidmatan dalam pelbagai bidang, termasuk pemasaran, dan telah digunakan secara meluas untuk menilai jurang antara harapan dan persepsi pengguna terhadap perkhidmatan (Parasuraman et al., 1994). SERVQUAL membantu penyedia perkhidmatan memahami jangkaan dan persepsi pelanggan, serta mengenal pasti bidang untuk penambahbaikan dalam kualiti perkhidmatan (Lee & Kim, 2021). Model ini melibatkan dua dimensi utama:

Dimensi Ketara

Dimensi ketara merujuk kepada fasiliti fizikal, kemudahan yang disediakan, serta penampilan individu yang terlibat dalam perkhidmatan. Fasiliti fizikal termasuk struktur bangunan masjid, keadaan peralatan, dan kebersihan, yang semuanya mempengaruhi pengalaman pengguna. Menurut Madihatun dan Sharifah Hayaati (2023), penekanan perlu diberikan pada keadaan fizikal dan persekitaran masjid untuk memastikan ia menyokong aktiviti ibadat dengan selesa dan berkesan.

Kebolehpercayaan

Dimensi kebolehpercayaan merujuk kepada kemampuan organisasi untuk memenuhi janji yang dibuat serta menyediakan perkhidmatan dengan konsisten dan tepat. Lee & Kim (2021) menyatakan bahawa kebolehpercayaan adalah kunci dalam memastikan perkhidmatan memenuhi harapan pengguna secara konsisten. Dalam konteks ini, kebolehpercayaan menilai keupayaan Ahli Jawatankuasa (AJK) Masjid Muhammad al-Fateh dalam menyediakan perkhidmatan yang berkualiti dan konsisten kepada warga UPNM. Khan et al. (2023) menambah bahawa kebolehpercayaan juga melibatkan kepercayaan pengguna terhadap kualiti dan kecekapan perkhidmatan yang disediakan. Menurut Mona Coretti dan Syarifah Hanum (2023), dimensi ini menekankan ketepatan dan kemahiran dalam melaksanakan perkhidmatan sebagaimana yang dijanjikan. Kahirul Hanafiah et al. (2023) menyatakan bahawa kebolehpercayaan adalah faktor utama dalam mempengaruhi kesetiaan pengguna terhadap perkhidmatan. Oleh itu, dimensi kebolehpercayaan dalam kajian ini memberi fokus kepada keberkesanan AJK dalam melaksanakan tugas mereka dengan baik.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tahap di mana perkhidmatan memenuhi atau melebihi harapan pengguna (Parasuraman et al., 1988). Kepuasan boleh juga dianggap sebagai pengalaman positif pengguna selepas menerima perkhidmatan. Menurut Yusof et al. (2023), kepuasan pengguna adalah hasil langsung daripada kualiti layanan dan perkhidmatan yang diberikan oleh penyedia perkhidmatan. Miller et al. (2023) menyatakan bahawa kepuasan pengguna sangat berkaitan dengan sejauh mana harapan pengguna dipenuhi oleh penyedia perkhidmatan. Untuk memastikan daya saing yang berterusan, penyedia perkhidmatan perlu sentiasa memfokuskan usaha mereka untuk meningkatkan kepuasan pengguna secara konsisten. Bashir et al. (2020) menegaskan bahawa kepuasan pengguna berkait rapat dengan sejauh mana harapan pengguna dipenuhi. Untuk mengekalkan daya saing, penyedia perkhidmatan perlu memberi tumpuan kepada kepuasan pengguna secara berterusan.

Teori dan Model

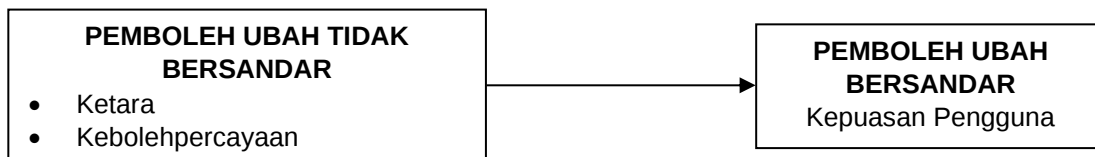
Model SERVQUAL, yang dibangunkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, adalah salah satu teori paling popular dalam kajian kepuasan pelanggan. Model ini berfokus pada lima dimensi utama kualiti perkhidmatan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan iaitu dimensi ketara yang membincangkan penampilan fizikal kemudahan, peralatan, dan personel dalam perkhidmatan. Dimensi kebolehpercayaan adalah keupayaan untuk memberikan perkhidmatan yang dijanjikan dengan tepat dan konsisten. Dimensi empati pula berkisar mengenai kemampuan pekerja untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada pelanggan melalui pengetahuan dan sikap mereka. Dimensi jaminan pula mengenai kemampuan pekerja untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada pelanggan melalui pengetahuan dan sikap

mereka. Manakala dimensi tindak balas merupakan kesiapsiagaan dan kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perkhidmatan yang cepat.

Teori yang digunakan dalam kajian ini adalah Teori Nilai-Kepuasan, yang dikembangkan oleh Oliver, menekankan bahawa kepuasan pelanggan diukur berdasarkan sejauh mana pengalaman produk atau perkhidmatan memenuhi atau melebihi jangkaan pelanggan yang telah dibuat sebelumnya. Model ini menekankan pentingnya "pengesanan" atau pengesanan pengalaman yang diterima berbanding dengan jangkaan yang ada.

Kerangka Konseptual Kajian

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



Rajah 1: Kerangka Konseptual Kualiti Perkhidmatan Masjid Muhammad al-Fateh

Hipotesis Kajian

- i) Terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi ketara dengan kepuasan pengguna.
- ii) Terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi kebolehpercayaan dengan kepuasan pengguna.

Metodologi Kajian

Kaedah Penyelidikan

Kaedah kuantitatif digunakan dalam kajian ini untuk menilai hubungan antara dimensi ketara dan kebolehpercayaan dalam kualiti perkhidmatan di Masjid Muhammad al-Fateh dan kesan terhadap kepuasan pengguna. Kajian ini menggunakan soal selidik yang telah diedarkan kepada semua jamaah di UPNM. Tujuannya adalah untuk mengumpul maklum balas mengenai kepuasan mereka dan amalan pengurusan masjid. Data dikumpulkan secara rawak pada masa tertentu dan dianalisis menggunakan perisian SmartPLS versi 4.0 (Hair et al., 2024). Analisis ini bertujuan untuk menguji hipotesis kajian, menilai hubungan antara pemboleh ubah, dan mengkaji pola respons dari responden.

Unit Analisis dan Persampelan

Unit analisis dalam kajian ini adalah warga UPNM yang menggunakan Masjid Muhammad al-Fateh. Persampelan rawak digunakan untuk memilih sebanyak 120 sampel, yang mencukupi berdasarkan panduan Krejcie dan Morgan (1970) dalam kajian mereka mengenai saiz sampel. Soal selidik yang digunakan dalam kajian ini diedarkan kepada warga UPNM yang beragama Islam dan merupakan pengguna Masjid Muhammad al-Fateh.

Instrumen Kajian

Instrumen ini menggunakan skala Likert dengan tujuh pilihan jawaban, dari “sangat tidak bersetuju/sangat tidak berpuas hati (1)” hingga “sangat bersetuju/sangat berpuas hati (7)” untuk mengumpul data mengenai kepuasan pengguna dan amalan pengurusan masjid.

Analisis Data

Analisis kesepadanan model pengukuran dilakukan dengan menggunakan SmartPLS versi 4.0 untuk analisis pengesahan faktor (Confirmatory Factor Analysis). Analisis ini dilakukan untuk menilai tahap kesahan dan kebolehpercayaan item-item yang digunakan dalam kajian yang mewakili dimensi ketara, kebolehpercayaan, dan kepuasan pengguna (Henseler et al., 2024; Ringle et al., 2024). Untuk pengujian hipotesis, kaedah bootstrapping digunakan (Hair et al., 2024). Pengukuran dilakukan berdasarkan nilai piawaian beta (β), statistik t, dan nilai R Square (R^2). Nilai β ($t > 1.96$) menunjukkan hubungan yang signifikan antara pemboleh ubah (Chin, 1998; Henseler et al., 2009). Nilai R^2 menunjukkan kekuatan model hubungan, di mana nilai 0.67 dikategorikan sebagai teguh, 0.33 sebagai sederhana, dan 0.19 sebagai lemah (Chin, 1998; Henseler et al., 2009).

Penyelidikan Rintis

Penyelidikan rintis dilakukan di kampus UPNM, Kem Perdana Sungai Besi, Kuala Lumpur, dengan 30 orang responden dipilih secara rawak untuk menilai kesahan dan kebolehpercayaan instrumen penyelidikan. Soal selidik diedarkan dan penerangan ringkas mengenai kajian diberikan kepada responden. Pengisian data dilakukan menggunakan SPSS Version 28, dan nilai Alpha Cronbach untuk kebolehpercayaan adalah 0.82, menunjukkan bahawa instrumen penyelidikan adalah sangat baik dan boleh digunakan dalam kajian sebenar (Bond & Fox, 2024).

Analisis Pengesahan Faktor (Confirmatory Factor Analysis)

Jadual analisis menunjukkan hasil kesahan konvergen, diskriminan, dan kebolehpercayaan item. Pemberat faktor (factor loadings) melebihi 0.7 menunjukkan bahawa item-item telah mencapai tahap yang ditetapkan (Chin, 1998; Fornell & Larcker, 1981). Average Variance Extracted (AVE) melebihi 0.5 menunjukkan kesahan konvergen yang baik (Barclay et al., 1995). Ujian kesahan diskriminan menunjukkan bahawa nilai $\sqrt{AVE}$ pada diagonal lebih besar daripada korelasi di antara konstruk lain (Henseler et al., 2009). Kebolehpercayaan item dinilai berdasarkan nilai kebolehpercayaan komposit dan Alpha Cronbachs, yang melebihi 0.8, menunjukkan konsistensi dalaman yang tinggi (Sekaran & Bougie, 2019). Oleh itu, tahap kesahan dan kebolehpercayaan model pengukuran ini memenuhi kriteria analisis penerokaan faktor yang ditetapkan.

Jadual 1. Keputusan Ujian Kesahan Konvergen, Diskriminan dan Kebolehpercayaan Item

	Jumlah Item	Pemberat Faktor	Kebolehpercayaan Komposit	Alpha Cronbach	AVE	(1)	(2)	(3)
(1) Ketara	9	0.730–0.916	0.957	0.949	0.716	0.846		
(2) Kebolehpercayaan	7	0.758–0.900	0.941	0.929	0.696	0.763	0.834	
(3) Kepuasan	7	0.785–0.904	0.946	0.934	0.717	0.798	0.660	0.846

Nota: √ AVE yang ditunjukkan secara diagonal

Keputusan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam kajian ini dilakukan menggunakan kaedah bootstrapping dengan bantuan perisian SmartPLS versi 4.0. Hasil analisis menunjukkan dua penemuan utama. Pertama, dimensi ketara mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pengguna, dengan nilai beta (β) sebanyak 0.707 dan nilai statistik t melebihi 6.291 ($p < 0.001$). Ini menunjukkan bahawa dimensi ketara memberikan sumbangan yang kuat terhadap kepuasan pengguna. Sebaliknya, dimensi kebolehpercayaan tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan kepuasan pengguna, dengan nilai beta (β) sebanyak 0.123 dan nilai statistik t sebanyak 1.027 ($p > 0.05$). Oleh itu, hipotesis H1 yang mengandaikan hubungan signifikan antara dimensi ketara dan kepuasan pengguna diterima, manakala hipotesis H2 yang mengandaikan hubungan signifikan antara dimensi kebolehpercayaan dan kepuasan pengguna ditolak. Dari segi kekuatan model, pengaruh gabungan dimensi ketara dan kebolehpercayaan terhadap kepuasan pengguna adalah sebanyak 64.3%, yang dikategorikan sebagai kekuatan sederhana dalam konteks model hubungan (Chin, 1998; Henseler et al., 2024). Kekuatan ini menunjukkan bahawa walaupun dimensi ketara memberikan sumbangan yang signifikan, dimensi kebolehpercayaan tidak memberikan impak yang sama, mengesahkan bahawa penambahbaikan kualiti perkhidmatan perlu memfokuskan lebih kepada elemen ketara.

Perbincangan dan Implikasi

Kajian ini memberikan beberapa implikasi penting dari segi teori, kaedah penyelidikan, dan organisasi:

Kesan Terhadap Teori: Penemuan kajian ini memperkukuh teori mengenai kualiti perkhidmatan dengan menunjukkan bahawa dimensi ketara mempunyai impak yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Ini selaras dengan kajian-kajian terdahulu yang menekankan pentingnya dimensi ketara dalam menentukan kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml et al., 2021). Hasil ini menambah dan memperhalusi literatur sedia ada mengenai bagaimana elemen ketara seperti kebersihan dan kemudahan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap perkhidmatan.

Kesan Terhadap Pemantapan Kaedah Penyelidikan: Kajian ini juga menyumbang kepada pemantapan kaedah penyelidikan dalam bidang pengurusan masjid. Sebelum ini, kebanyakan

kajian dalam konteks ini menggunakan pendekatan kualitatif sahaja (Yusof & Manaf, 2022). Penggunaan kaedah kuantitatif dalam kajian ini menawarkan perspektif baru dan memberikan dimensi tambahan kepada kajian tentang pengurusan masjid, menggalakkan penyelidik lain untuk menggunakan kaedah yang lebih pelbagai.

Impak Terhadap Organisasi: Dapatan kajian ini boleh digunakan sebagai panduan praktikal untuk pihak pengurusan Masjid Muhammad al-Fateh dalam meningkatkan kualiti perkhidmatan. Penekanan harus diberikan kepada aspek ketara untuk memastikan kemudahan yang disediakan adalah memuaskan. Penemuan ini juga boleh diperluaskan kepada masjid-masjid di Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) lain, membantu mereka dalam menambahbaik perkhidmatan berdasarkan maklum balas pengguna.

Kesimpulan

Kajian ini mengguna pakai kerangka konseptual yang dikembangkan berdasarkan literatur terkini mengenai kualiti perkhidmatan. Dengan penekanan pada dimensi ketara, kajian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktikal untuk peningkatan kualiti pengurusan Masjid Muhammad al-Fateh dan seterusnya, memberikan manfaat kepada pengurusan masjid di IPTA lain. Kajian ini akan menjadi asas penting untuk usaha penambahbaikan berterusan dalam menyediakan perkhidmatan yang lebih baik kepada pengguna.

Penghargaan

Penulis ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih kepada Universiti Pertahanan Nasional Malaysia (UPNM) serta Fakulti Pengajian dan Pengurusan Pertahanan (FPPP) UPNM atas sokongan dan bantuan yang telah diberikan dalam penerbitan artikel kami. Keberhasilan ini tidak mungkin dicapai tanpa bimbingan dan sokongan yang berterusan, serta sumber daya yang disediakan oleh pihak universiti dan fakulti. Komitmen dan dedikasi semua pihak dalam memajukan bidang pengajian dan penyelidikan, serta menyediakan platform yang amat bernilai untuk penyebaran ilmu, amat dihargai. Penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada UPNM atas pembiayaan dan sokongan, yang bukan sahaja membolehkan penyelidikan ini dijalankan tetapi juga meliputi pelbagai perbelanjaan yang berkaitan dengan penerbitan ini. Sumbangan ini telah memainkan peranan penting dalam menjayakan projek ini.

Rujukan

- Ahmad Zaharuddin, A., & Mohd Rasul, R. (2023). Kemudahan asas dalam masjid: Keperluan dan penambahbaikan. *Jurnal Pengurusan Masjid dan Komuniti*, 15(1), 23-37.
- Ali, A., Yusof, M., & Lim, J. (2023). The impact of facility management on mosque user experience. *International Journal of Islamic Studies*, 21(2), 85-99.
- Ali, M., & Shah, R. (2023). Assessing mosque service quality: A review. *Islamic Management Review*, 13(3), 78-92.
- Ali, M., & Shaikh, F. (2023). Enhancing mosque services through quantitative analysis. *Journal of Islamic Studies*, 15(2), 134-147.
- Bashir, S., Khan, M. S., & Ahmed, Z. (2023). Understanding customer satisfaction: Insights into service quality and perceived value. *Journal of Business Research*, 145, 301-310.
- Bond, T. G., & Fox, C. M. (2024). *Applying the Rasch model: Fundamental measurement in the human sciences*. Routledge.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In *Modern methods for business research* (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates.

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2024). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2024). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hassan, S., Ahmad, N., & Khan, R. (2022). Evaluating mosque service quality: Challenges and solutions. *International Journal of Religious Management*, 21(1), 85-102.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2024). *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications*. Springer.
- Hossain, M., & Si, S. (2022). Service quality and customer satisfaction: A review of the latest trends and insights. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 39(6), 1334-1356.
- Khan, I., Lee, H., & Fatima, Z. (2023). Evaluating mosque facilities and user satisfaction: A case study. *International Journal of Islamic Architecture*, 19(2), 65-82.
- Khan, M., Ahmed, N., & Hassan, N. (2023). Reliability in service delivery: Insights from recent developments. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 40(2), 78-94.
- Kumar, V., Sharma, A., & Kaur, S. (2022). Understanding service quality and customer satisfaction: Recent insights and practical implications. *Journal of Service Research*, 24(4), 285-303.
- Lee, J., & Kim, S. (2021). Enhancing service quality through SERVQUAL model: A review and future directions. *Journal of Business Research*, 135, 282-291.
- Lee, J., & Kim, S. (2021). Understanding the role of reliability in service quality: A study in the context of religious institutions. *Journal of Service Research*, 24(1), 45-63.
- Madihatun, S., & Sharifah Hayaati, R. (2023). Pentingnya fasilitas fisik dalam masjid. *Jurnal Pengurusan Fasilitas Islam*, 17(2), 56-72.
- Mohamed Ali, A. (2021). Evolusi fasilitas masjid moden: Dari dewan solat ke ruang multifungsi. *Jurnal Studi Agama dan Sosial*, 19(3), 67-82.
- Mohamed, S., Khan, N., & Ibrahim, F. (2023). Challenges in mosque management and user satisfaction. *Journal of Islamic Facility Management*, 10(4), 112-127.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Rahman, M., & Ahmed, S. (2024). Quantitative approaches to mosque service quality. *Journal of Islamic Management*, 16(1), 123-140.
- Rahman, M., Lee, H., & Ahmed, S. (2024). Service quality and user satisfaction in mosques: A comprehensive review. *Islamic Studies Review*, 19(3), 210-225.
- Rashid, M. (2023). The role of mosques in community development. *Journal of Islamic Studies*, 22(2), 45-60.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research methods for business: A skill-building approach*. Wiley.
- Sharma, A., Shimp, T. A., & Dube, L. (2023). Customer satisfaction and perceived service quality: Recent advances and future directions. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*, 36(2), 45-62.

- Smith, J., & Jones, A. (2024). Community engagement in non-Islamic countries: Lessons from mosques. *International Journal of Mosque Studies*, 18(1), 95-110.
- Smith, L., & Jones, R. (2023). Dimensions of service quality: An updated perspective. *International Journal of Service Industry Management*, 34(1), 58-76.
- Sulaiman, J., & Zainuddin, N. (2023). Management practices in mosque administration: Improving user experience. *Journal of Community and Religious Studies*, 11(4), 99-112.
- Yusof, N., Ahmad, A., & Noor, M. (2023). Customer satisfaction and service quality: A comprehensive review. *International Journal of Service Industry Management*, 34(2), 158-174.
- Yusof, S. R., & Manaf, N. H. A. (2022). Management of Islamic religious institutions: A review. *Journal of Islamic Management Studies*, 5(2), 45-62. *Journal of Organizational Psychology*, 22(2), 113-129.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill Education.