

# Impak Cukai dan Caj Perkhidmatan terhadap Permintaan Makanan di Restoran

*(The Impact of Tax and Service Charge on Food Demand in Restaurants)*

**Norain Mod Asri**

**Wook Endut**

**Salwah Bulis**

**Atikah Azmi**

Fakulti Ekonomi dan Pengurusan

Universiti Kebangsaan Malaysia

## ABSTRAK

*Dewasa ini, kerancangan pertumbuhan industri makanan dan minuman terutama sekali di bandar sebenarnya turut disertai oleh permintaan pengguna terhadap kualiti perkhidmatan dan layanan yang baik daripada industri tersebut. Lantas, bagi memenuhi kehendak pengguna itu, banyak restoran dilihat mula mengenakan caj perkhidmatan yang diyakini mampu bertindak sebagai pengukur prestasi pelayan di restoran. Dalam masa yang sama, kerajaan Malaysia juga mengenakan cukai perkhidmatan terhadap restoran berskala besar memandangkan restoran ini kebiasaannya dikunjungi oleh pelanggan yang berkemampuan sahaja. Kedua-dua fenomena ini telah mewujudkan dua persoalan penting. Pertama, adakah cukai dan caj perkhidmatan mempengaruhi kekerapan kunjungan, jumlah perbelanjaan bagi setiap kunjungan dan keputusan pengguna untuk makan di restoran atau bawa pulang makanan tersebut? Kedua, adakah pengguna bersetuju dan berpuashati terhadap pelaksanaan cukai dan caj perkhidmatan di restoran tersebut? Dengan mengaplikasi model logit dan kuasa dua terkecil terhadap data primer yang diperolehi menerusi pengedaran soalselidik sekitar Bandar Baru Bangi, Kajang dan Putrajaya, dapatan kajian membuktikan responden cenderung meningkatkan kekerapan kunjungan serta cenderung berpuashati terhadap cukai dan caj perkhidmatan apabila ia signifikan dipengaruhi secara positif oleh faktor harga berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Namun begitu, analisis terhadap persepsi responden menunjukkan responden tidak berpuashati dengan kadar cukai dan kadar caj perkhidmatan yang dikenakan disebabkan makanan sudah mahal dan tidak setimpal dengan layanan yang diberikan oleh pihak pengurusan restoran.*

*Kata kunci: Cukai perkhidmatan; caj perkhidmatan; makanan siap; restoran; model logit; model kuasa dua terkecil.*

## ABSTRACT

*Today, the booming of the food and beverage industry, especially in the city actually joined by consumer demand for good quality service and great hospitality from the industry. Thus, to meet the needs of consumers, many restaurant start to impose service charges that is believed to act as an indicator of the performance of servers in the restaurant. At the same time, the Malaysian government also imposes a service tax on large scale restaurants since the restaurant is usually visited by customers who can afford only. This phenomenon have created two important questions. First, do tax and service charges affect the frequency of visit, total of spending per visit and consumer decision to eat at the restaurant or take-away the food? Second, does consumer agrees and satisfied with the implementation of tax and service charges at the restaurant? By applying the logit and ordinary least squares model on primary data obtained through the distribution of questionnaires around Bandar Baru Bangi, Kajang and Putrajaya, the results prove that the respondents tend to increase the frequency of visits and tend to satisfy on tax and service charge when it is significant positively influenced by the factor of reasonable price after tax and/or service charges. However, the analysis on perceptions of the respondents showed that the respondents are not satisfied with the rate of tax and service charge because the food is already expensive and not commensurate with the services provided by the management of the restaurant.*

*Keywords: Service tax; service charge; ready meals; restaurants; logit model; ordinary least square model.*

## PENGENALAN

Dekad ini memperlihatkan perkembangan mendadak industri perkhidmatan makanan dan minuman di Malaysia. Mengikut laporan Banci Ekonomi 2011 yang

dikeluarkan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia bagi perkhidmatan makanan dan minuman, didapati nilai output kasar telah melonjak sebanyak 22.7 peratus daripada RM6,062 juta pada tahun 2001 kepada RM38,251 pada tahun 2010. Di samping itu, daripada 145,320



pertubuhan yang telah beroperasi dalam perkhidmatan makanan dan minuman pada tahun 2010, 81.4 peratus adalah merupakan perkhidmatan makanan diikuti 10.1 peratus pertubuhan dalam perkhidmatan minuman dan 8.5 peratus pertubuhan dalam perkhidmatan catering. Komponen utama dalam perbelanjaan pertubuhan bagi industri ini pula adalah pembelian barangan, bahan dan perkhidmatan serta pembayaran gaji dan upah. Kedua-dua kos ini menyumbang hampir 70 peratus daripada keseluruhan perbelanjaan industri perkhidmatan makanan dan minuman. Manakala dari segi bilangan pertubuhan, Selangor mempunyai bilangan yang tertinggi diikuti Kuala Lumpur, Johor dan Perak. Keempat-empat negeri ini juga telah menyumbang separuh daripada bilangan pertubuhan dalam sektor tersebut.

Dari segi prestasi perkhidmatan makanan, walaupun gerai makanan mempunyai bilangan pertubuhan tertinggi diikuti restoran dan restoran yang juga kelab malam, kafeteria/kantin serta restoran makanan segera, tetapi restoran dan restoran yang juga kelab malam menyumbang nilai output kasar tertinggi diikuti gerai makanan, restoran makanan segera dan kafeteria/kantin. Seterusnya, bagi perkhidmatan catering, didapati perkhidmatan makanan lain seperti kantin di sekolah, hospital dan kilang mendahului aktiviti catering makanan dari sudut bilangan pertubuhan dan sumbangan output kasar. Manakala perkhidmatan minuman menunjukkan bilangan pertubuhan paling banyak bagi kedai kopi, diikuti tempat minuman lain seperti kiosk, serta pub, bar, disko, *coffee house*, ruang koktel dan karaoke. Dari aspek output kasar, kedai kopi masih menyumbang nilai output kasar tertinggi diikuti pub, bar, disko, *coffee house*, ruang koktel dan karaoke, serta tempat minuman lain seperti kiosk. Dalam masa yang sama, penyertaan wanita dalam subsektor perkhidmatan dan makanan ini juga sememangnya ketara. Didapati pertubuhan milikan wanita paling banyak di Selangor, diikuti Kelantan, Perak dan Kedah. Seperkara yang menarik adalah wanita juga lebih tertumpu pada aktiviti gerai makanan diikuti restoran dan restoran yang juga kelab malam. Jelas sekali berdasarkan laporan Banci Ekonomi 2011 tersebut, kepentingan perkhidmatan makanan dan minuman kepada ekonomi negara tidak dapat disangkal lagi.

Namun begitu, seiring dengan perkembangan sektor perkhidmatan makanan dan minuman tersebut, kerajaan juga dilihat telah mengenakan cukai perkhidmatan terhadap makanan dan minuman. Perlu dijelaskan bahawa cukai perkhidmatan seperti yang termaktub mengikut Akta Cukai Perkhidmatan 1975 dikenakan ke atas apa-apa perkhidmatan yang kena dibayar cukai yang disediakan oleh mana-mana orang yang kena membayar cukai. Ia adalah terpakai di seluruh Malaysia kecuali Langkawi, Labuan, Zon Bebas dan Kawasan Pembangunan Bersama. Cukai perkhidmatan pada awalnya dikenakan pada kadar 5 peratus dari nilai perkhidmatan yang diberikan. Namun pada tahun 2011, kadar cukai perkhidmatan telah meningkat kepada 6 peratus dari nilai perkhidmatan yang

diberikan. Pindaan kadar cukai perkhidmatan baru ini dikuatkuasakan melalui Perintah Cukai Perkhidmatan (Kadar Cukai) (Pindaan) 2010. Dalam masa yang sama, kebanyakan pihak peniaga terutama restoran bersaiz besar kini mula mengenakan caj perkhidmatan kepada pengguna. Perkara yang paling memeranjatkan adalah pada amalannya, didapati pihak pengurusan restoran mengenakan kadar caj perkhidmatan yang lebih tinggi berbanding cukai perkhidmatan yang dikenakan oleh kerajaan. Perlu diingatkan bahawa sehingga kini masih belum ada peruntukan perundangan dan perakaunan yang khusus berkaitan caj perkhidmatan makanan dan minuman di Malaysia.

Justeru, senario di atas telah memberikan motivasi kepada kajian ini untuk menerokai impak cukai dan caj perkhidmatan dalam mempengaruhi permintaan pengguna terhadap restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Menerusi aplikasi model logit dan kuasa dua terkecil, maka kesan cukai dan caj perkhidmatan tersebut akan dilihat secara terperinci terhadap empat keputusan pengguna. Pertama, berdasarkan paparan harga terhadap menu yang ditawarkan oleh pihak restoran, maka pengguna berhak menentukan pilihan menu mengikut citarasa dan kemampuan mereka. Namun, yang menjadi persoalan kini adakah pelaksanaan cukai dan caj perkhidmatan turut mempengaruhi jumlah perbelanjaan pengguna bagi setiap kunjungan ke restoran tersebut. Kedua, memandangkan pelaksanaan cukai dan caj perkhidmatan meningkatkan harga yang perlu pengguna bayar, maka tentu sekali hal ini bakal mempengaruhi kekerapan pengguna ke restoran tersebut. Ketiga, pengguna berkemungkinan bersetuju dengan pelaksanaan cukai dan caj perkhidmatan. Tetapi adakah pengguna juga berpuas hati dengan kadar cukai dan caj perkhidmatan yang dikenakan? Keempat, pengguna mempunyai pilihan untuk makan di restoran tersebut atau membawa pulang makanan yang telah dibeli. Walaupun begitu, keputusan tersebut akan dipengaruhi oleh caj perkhidmatan jika kadar caj perkhidmatan tersebut berbeza antara makan di restoran dengan membawa pulang makanan.

Dapatan daripada kajian ini sebenarnya memberi sumbangan signifikan terhadap bidang fiskal dan kepenggunaan daripada beberapa aspek. Pertama, kajian ini dilakukan di negara bersaiz kecil yang mengamalkan cukai dan caj perkhidmatan dalam industri perkhidmatan makanan dan minuman tanpa adanya pemberian *tips* di sektor tersebut. Kedua, kajian ini melihat gelagat dan maklum balas penduduk bandar terhadap pelaksanaan cukai dan caj perkhidmatan tersebut. Perlu ditegaskan di sini bahawa walaupun pelaksanaan cukai perkhidmatan bakal meluaskan asas cukai, namun kutipan cukai sangat bergantung pada kesediaan pengguna untuk membayar cukai dan tidak mengelak atau melarikan diri daripada memikul beban cukai tersebut. Lantas, pandangan pengguna berkaitan cukai dan caj perkhidmatan mampu membantu penggubal dasar (kerajaan) dan pengusaha restoran dalam merangka dasar, peraturan dan

perancangan perniagaan bagi memastikan perbelanjaan agregat di sektor perkhidmatan makanan dan minuman kian rancak tanpa mengabaikan kebajikan pengguna.

### KERANGKA TEORI

Dari jurus pandang teori, cukai perkhidmatan merupakan cukai yang dikenakan berasaskan perbelanjaan atau penggunaan. Terdapat ahli ekonomi yang menyokong pelaksanaan cukai berasaskan penggunaan ini disebabkan pencukuaian terhadap pendapatan modal mengakibatkan kejatuhan kecekapan berikutan daripada diskriminasi cukai pendapatan modal terhadap penabung. Justeru, cukai penggunaan juga dikatakan merupakan indeks kemampuan membayar yang lebih baik daripada pendapatan (Md. Zyadi & Ragayah 1990).

Walaupun begitu, cukai perkhidmatan biasanya dikenakan dalam bentuk *ad valorem*, iaitu cukai yang dikenakan sebagai peratus dari harga jualan. Tetapi ia juga bersifat cukai eksais terpilih, yang bererti kerajaan hanya mengenakan cukai perkhidmatan terhadap industri tertentu sahaja termasuk sektor perkhidmatan makanan dan minuman. Ini menyebabkan harga relatif baru yang akan dihadapi oleh pengguna akan berubah. Rentetan itu, timbul kesan penggantian yang negatif di mana tanpa mengira jenis barang dan perkhidmatan, pengguna yang rasional akan menggunakan lebih banyak perkhidmatan yang secara relatifnya murah dan mengurangkan perkhidmatan yang secara relatifnya mahal selepas dikenakan cukai perkhidmatan. Hal ini seterusnya menyebabkan pengguna berada pada tingkat utiliti sosial yang lebih rendah serta mewujudkan beban berlebihan (lebih pengguna yang hilang dan tidak dapat dikembalikan semula apabila hasil cukai yang diperoleh dikembalikan semula kepada awam). Maka tidak hairanlah apabila Jensen (1997) menegaskan jika pengguna menyedari bahawa mereka terpaksa menanggung beban cukai perkhidmatan atas pembelian sesuatu barangan, maka mereka boleh membuat keputusan untuk tidak membeli barangan tersebut bagi mengelak dari dikenakan cukai perkhidmatan dan hanya membeli barangan yang tidak dikenakan cukai perkhidmatan. Jelas sekali bahawa pelaksanaan cukai perkhidmatan telah mengherotkan kecekapan pilihan antara perkhidmatan yang dikenakan cukai dan tidak dikenakan cukai.

Berkaitan dengan caj perkhidmatan pula, pada peringkat awal, kebanyakan pengendali restoran di negara maju mengenakan *tips* kepada pelanggan untuk memberi motivasi kepada pekerja agar memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan, mengukur prestasi pekerja, dan mengenalpasti tahap ketakpuashatian pelanggan (Lynn 2001). Implikasinya, jumlah *tips* yang diberi adalah tidak tetap dan bergantung pada kepuasan pelanggan tersebut. Namun, kebanyakan restoran kini mula dilihat mengenakan caj perkhidmatan pada kadar yang tetap terutama sekali bagi majlis makan yang

melibatkan ramai peserta. Ini menunjukkan keputusan pihak pengurusan restoran untuk mengenakan *tips* atau caj perkhidmatan adalah bergantung kepada objektif mereka untuk menggalakkan penyediaan kualiti perkhidmatan yang lebih baik (Azar, 2009). Tetapi perlu diingatkan bahawa sama ada pemberian *tips* atau caj perkhidmatan, ia bererti pengguna harus mengorbankan wang mereka untuk mendapatkan perkhidmatan tersebut pada kualiti yang lebih baik. Di samping itu, bukan semua perkhidmatan memerlukan pengguna membayar *tips* atau caj perkhidmatan. Secara langsung, jumlah perbelanjaan pengguna yang dibilkan akan bertambah terhadap perkhidmatan yang menuntut pemberian *tips* atau caj perkhidmatan, lantas ia turut menimbulkan kesan penggantian negatif serta mengubah kecekapan pilihan antara perkhidmatan.

Oleh itu, memandangkan cukai dan caj perkhidmatan cenderung mengherotkan pilihan antara barang dan perkhidmatan, maka kajian ini akan menganalisis tindakbalas pengguna terhadap pelaksanaan caj dan cukai perkhidmatan di restoran menerusi kekerapan pengguna mengunjungi restoran tersebut, sama ada pengguna berpuashati dengan cukai dan caj perkhidmatan yang dikenakan, sama ada pengguna hendak makan di restoran atau bawa pulang makanan tersebut dan jumlah perbelanjaan pengguna bagi setiap kunjungan ke restoran terbabit.

### SOROTAN LITERATUR

Peningkatan penyertaan wanita berkahwin dalam pasaran buruh telah mengakibatkan wanita mempunyai masa yang terhad untuk merancang dan menyediakan makanan di rumah (Goch 1999). Justeru, akibat kesuntukan masa untuk memasak, wanita yang berkerjaya biasanya memilih untuk membeli makanan siap atau makan di luar (Mogelonsky 1998). Secara langsung, masa wanita dianggap satu unsur penting dalam meningkatkan permintaan terhadap makanan siap (Roberts & Wortzel 1979). Dalam masa yang sama, permintaan terhadap makanan luar juga kini telah menjadi sebahagian daripada gaya hidup masyarakat moden apabila kedua-dua suami dan isteri sibuk bekerja (Bae et al. 2010).

Jika dilihat dari sudut permintaan makanan siap di negara maju yang bersaiz besar seperti Amerika Syarikat (USA), didapati 90 peratus individu di sana membeli makanan mudah (*convenience foods*) dan hampir 25 peratus penggunapula menggunakan makanan jimat masa seperti *hamburger* (Hales 2003). Di samping itu, laporan AC Nielsen (2005) membuktikan 59 peratus penduduk makan di restoran dan membawa pulang makanan siap sekurang-kurangnya sekali dalam seminggu. Tidak dapat dinafikan lagi bahawa tabiat pemakanan masyarakat di USA tersebut yang cenderung untuk makan di luar rumah atau membeli makanan siap sememangnya didorong oleh peningkatan masa bekerja wanita dan pendapatan

isirumah (McCracken & Brandt 1987; Byrne, Capps & Saha 1998). Hal ini diperkukuhkan lagi oleh pandangan pengguna yang menyatakan makan di restoran merupakan sebahagian daripada gaya hidup mereka memandangkan konsep yang dipraktikkan di restoran bersesuaian dengan cara hidup yang sibuk dan cepat (AC Nielsen 2005). Namun perlu diingatkan, perbelanjaan terhadap makanan siap ini menuntut pendapatan isirumah yang tinggi (Ekelund & Watson 1991).

Berkaitan faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap makanan siap dan makan di luar, faktor sosioekonomi dan ciri-ciri demografi isirumah telah dikenal pasti menjadi penentu kepada keputusan individu untuk membeli makanan siap. Secara spesifik, faktor tersebut meliputi harga, pendapatan isirumah, kekangan masa yang dihadapi oleh isirumah, saiz isi rumah, tempat kediaman, umur, bangsa dan tahap pendidikan isirumah (Becker 1965; McCracken & Brandt 1987; Byrne, Capps & Saha 1998; Stewart et al. 2004). Dapatan tersebut turut disokong oleh Blisard dan Blaylock (1994) yang menegaskan semakin meningkat pendapatan isirumah dan selagi saiz keluarga kecil, maka semakin meningkat permintaan terhadap makanan siap. Ini juga selari dengan dapatan Adrian dan Daniel (1976) memandangkan apabila pendapatan meningkat, individu seringkali meningkatkan permintaan terhadap makanan siap kerana mereka semakin sibuk dengan alam pekerjaan.

Di samping itu, faktor nutrisi makanan turut mempengaruhi permintaan pengguna. Ini bererti jika diet sesuatu makanan itu didapati boleh menjejaskan tahap kesihatan, maka pengguna akan mengurangkan permintaan mereka terhadap makanan tersebut (Xiao & Taylor 1995; Ramezani et al. 1995; Huang 1999; Blisard & Blaylock 1994). Secara tidak langsung, dapatan tersebut mencerminkan peri penting peranan maklumat, sikap, persepsi, dan psikologi dalam mempengaruhi permintaan terhadap makan di luar rumah (Senauer 2001). Selanjutnya, Bareham (1995) membuktikan keputusan pembelian makanan oleh ahli keluarga tidak akan berlaku tanpa dipengaruhi oleh keputusan ahli keluarga yang lain. Jelas sekali keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh pembelian lepas oleh orang lain.

Selain itu, amalan makan di premis makanan siap bukan lagi sekadar untuk mengisi perut, tetapi telah menjadi satu budaya untuk beristirahat, bersosial dan bersantai serta bagi perjumpaan perniagaan (Mohd Azlan & Noraziah 2011; Noraziah et al. 2009). Senario ini dilihat rasional terutama sekali jika saiz bukaan rumah termasuk ruang dapur adalah sempit, lantas ia menyebabkan pengguna lebih selesa makan di luar bersama keluarga dan rakan-rakan (Wook et al. 2007). Dalam masa yang sama, makan di luar rumah juga mampu memberikan pengguna kepuasan, keseronokan, hiburan, menggalakkan interaksi sosial melalui transformasi suasana berbanding makan di rumah serta menjimatkan masa (Park 2004). Manakala Bourdieu (1990) dan Douglos (1975) pula menganggap makan di luar sebagai satu bentuk perhubungan keluarga.

Tambahan lagi, pengguna kini turut menjadikan makan di restoran sebagai satu kaedah mempamerkan cara hidup yang bergaya (Finkelstein 1989). Perlu dijelaskan di sini bahawa terdapat perbezaan motif antara makan di luar untuk keperluan dan keseronokan. Pengguna yang makan di luar untuk keperluan adalah merupakan golongan yang tiada masa untuk memasak di rumah. Manakala makan untuk keseronokan berlaku apabila pendapatan isirumah semakin tinggi, lantas mereka semakin gemar makan di luar sebagai simbol hidup yang mewah dan berkemampuan (Warde & Martens 2000). Namun begitu, walaupun makan di luar kini telah menjadi salah satu bentuk aktiviti di masa lapang, tetapi kebiasaannya, hanya keluarga yang berpendapatan tinggi akan lebih kerap berbelanja terhadap makanan segera di masa lapang (McCracken & Brandt 1987; Byrne et al. 1998).

Berkenaan pelaksanaan cukai perkhidmatan terhadap industri makanan dan minuman, Chou, Grossman dan Saffer (2004), Davis dan Carpenter (2009), Chen, Florax dan Snyder (2009) serta Currie et al. (2010) membuktikan bahawa makan di restoran boleh menyumbang kepada masalah obesiti. Oleh itu, Okrent dan Alston (2012) mencadangkan pengenaan cukai terhadap makanan dan minuman bagi mengurangkan perbelanjaan untuk makan di luar, yang mana hal ini dapat membantu dalam mengurangkan masalah obesiti di kalangan masyarakat. Walaupun begitu, Chakravarti et al. (2002), Lee dan Han, (2002) serta Xia dan Monroe, (2004) pula mencadangkan harga makanan dan cukai perkhidmatan sepatutnya dikenakan secara berasingan. Hal ini kerana apabila harga makanan dan cukai perkhidmatan dikenakan secara bersama dalam satu harga, maka harga makanan yang dijual menjadi mahal dan bakal mengurangkan permintaan pelanggan terhadap makanan di restoran tersebut.

Manakala berkaitan caj perkhidmatan pula, Azar (2009), menyatakan bahawa restoran di sebahagian negara Eropah yang selama ini menggunakan sistem pemberian tip sudah mula menggantikannya dengan sistem caj perkhidmatan kerana berpandangan bahawa ini akan memudahkan pelanggan memandangkan caj perkhidmatan telah dimasukkan terus ke dalam senarai harga yang perlu dibayar oleh pelanggan. Namun begitu, pandangan beliau disangkal Kwortnik, Lynn dan Rose (2009) yang menegaskan bahawa restoran di Amerika Syarikat yang mengamalkan pemberian tip secara sukarela mempunyai nilai min perkhidmatan yang lebih tinggi berbanding restoran yang mengenakan caj perkhidmatan. Tambahan lagi, menurut Mills dan Riehle (1987), pengguna percaya bahawa pemberian tip merupakan satu insentif untuk memberikan perkhidmatan yang berkualiti.

Paparan dapatan kajian terdahulu di atas jelas menunjukkan semakin berkembangnya industri makanan dan minuman, maka faktor yang mempengaruhi permintaan pengguna turut menjadi semakin kompleks dan luas.

METODOLOGI

DATA KAJIAN

Kajian ini merupakan kajian empirik di tiga buah bandar yang berdekatan antara satu sama lain iaitu Bandar Baru Bangi, Putrajaya dan Kajang. Untuk tujuan pengumpulan data, maka kajian ini menggunakan soalselidik yang mengandungi soalan berkaitan profil responden dan gelagat pembelian di restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Seramai 300 responden telah dipilih secara persampelan rawak. Responden tersebut yang merupakan pengunjung restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan telah memberikan maklumat berkaitan dengan mengisi sendiri soalselidik yang telah disediakan.

SPEKIFIKASI MODEL

Kajian ini mengaplikasi model regresi logit binomial dan kuasa dua terkecil bagi membolehkan kesan cukai dan caj perkhidmatan tersebut dilihat secara terperinci terhadap keputusan pengguna. Dalam regresi logit, tiga isu penting telah dipilih untuk diuji. Pertama, kekerapan pengguna mengunjungi restoran tersebut. Kedua, sama ada pengguna berpuashati dengan cukai dan caj perkhidmatan yang dikenakan, dan ketiga, sama ada pengguna hendak makan di restoran atau bawa pulang makanan tersebut. Seterusnya, model kuasa dua terkecil pula akan menganalisis dua isu iaitu pertama, berkait dengan jumlah perbelanjaan (dalam RM) di restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan serta kedua, kekerapan pengguna mengunjungi restoran tersebut dalam seminggu. Kesemua isu ini akan menjadi pemboleh ubah bersandar, manakala pemboleh ubah tak bersandar adalah ciri-ciri responden serta faktor-faktor lain yang mempengaruhi gelagat pembelian responden termasuk cukai dan caj perkhidmatan.

Berkaitan regresi logit binomial, perlu dijelaskan bahawa pemboleh ubah bersandar adalah berbentuk dikotomik yang mana ia akan diberi kod 1 jika sesuatu perkara itu diyakini berlaku dan 0 sebaliknya. Secara spesifiknya, bagi isu pertama, pemboleh ubah bersandar akan diberi kod 1 jika responden mengunjungi restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan melebihi tiga kali dalam seminggu. Sebaliknya, kod bernilai 0 akan diberikan sekiranya responden mengunjungi restoran terbabit sebanyak satu hingga tiga kali dalam seminggu. Untuk isu kedua, pemboleh ubah bersandar diberikan kod 1 apabila responden berpuashati dengan kadar cukai dan caj perkhidmatan yang dikenakan, dan kod 0 jika responden tidak berpuashati. Isu kedua ini juga akan dianalisis dalam dua keadaan iaitu; pertama, puashati terhadap kadar cukai perkhidmatan sahaja, dan kedua, puashati terhadap kadar caj perkhidmatan sahaja. Manakala bagi isu ketiga, kod 1 adalah untuk kes responden makan di restoran dan kod

0 adalah kes makanan dibungkus untuk dibawa pulang oleh responden.

Memandangkan pemboleh ubah tidak bersandar (penerang) lebih daripada satu, maka semua isu di atas akan diuji menggunakan model logistik multivariat yang dapat ditulis seperti berikut:

$$y = \ln \frac{p}{1-p} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e \quad (1)$$

Berdasarkan persamaan (1) tersebut,  $y$  merupakan pemboleh ubah bersandar dikotomik,  $X$  adalah pemboleh ubah tidak bersandar yang bersifat kualitatif dan kuantitatif,  $k$  merujuk kepada bilangan pemboleh ubah tidak bersandar,  $p$  pula kebarangkalian  $y$  bernilai 1 dan 0, serta  $e$  adalah ralat pembedahan. Persamaan (1) tersebut juga boleh ditulis dalam bentuk kebarangkalian sebagai:

$$p = \frac{1}{1 + [\exp - (\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k)]} \quad (2)$$

*Exponentials* (exp) terhadap koefisien  $\beta_1$  yang digabungkan kepada pemboleh ubah bebas (tidak bersandar) akan diinterpretasi sebagai *odds ratio* jika berlakunya pemboleh ubah bersandar (tiga isu yang telah diterangkan sebelum ini). Rentetan itu, kelebihan utama model logistik ini digunakan adalah ia membolehkan kita menggabungkan pelbagai faktor atau pemboleh ubah bebas, serta kita turut dapat menganalisis bagaimana pemboleh ubah penerang tersebut mempengaruhi kebarangkalian sesuatu perkara yang dikaji itu berlaku atau tidak berlaku.

Seterusnya, model kuasa dua terkecil pula dapat dinyatakan sebagai:

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e \quad (3)$$

Pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah tidak bersandar yang bersifat kuantitatif adalah dalam bentuk log semulajadi. Menerusi aplikasi kedua-dua model regresi logit binomial dan kuasa dua terkecil, maka kajian ini dapat mengupas impak pelaksanaan cukai dan caj perkhidmatan terhadap permintaan pengguna.

KEPUTUSAN EMPIRIKAL

PROFIL RESPONDEN

Perbincangan dimulakan dengan melihat secara keseluruhan profil responden yang mengunjungi restoran yang mengenakan caj atau/ dan cukai perkhidmatan di sekitar Kajang, Putrajaya dan Bandar Baru Bangi. Daripada 300 orang responden (N), seramai 157 orang (52.3%) merupakan responden lelaki dan seramai 143 orang (47.7%) merupakan responden perempuan. Majoriti responden yang mengunjungi restoran tersebut pula adalah golongan yang berumur dalam lingkungan 20 hingga 29 tahun iaitu seramai 162 orang (54.0%) diikuti dengan golongan yang berumur 30 hingga 39

tahun iaitu seramai 78 orang (26.0%), manakala golongan terendah ialah responden yang berumur 50 hingga 59 tahun iaitu hanya seramai 8 orang (2.7%). Jelas sekali responden pada peringkat umur pertengahan lebih suka mengunjungi restoran yang mahal dan mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Dari segi bangsa pula, kebanyakan responden merupakan bangsa Melayu iaitu seramai 266 orang (88.7%), diikuti dengan bangsa Cina 19 orang (6.3%) dan India 15 orang (5.0%). Hal ini menunjukkan bahawa bangsa Melayu lebih gemar mengunjungi restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan memandangkan kebanyakan penduduk di Bandar Baru Bangi dan Putrajaya merupakan orang Melayu. Selain itu, majoriti responden adalah golongan bujang iaitu seramai 160 orang (53.3%) dan selebihnya seramai 140 orang (46.7%) merupakan responden yang sudah berkahwin. Senario ini mungkin disebabkan orang bujang lebih suka makan di restoran yang agak mahal dengan suasana fizikal restoran yang menarik serta menawarkan perkhidmatan layanan kepada pelanggan. Berkaitan taraf pendidikan pula, jumlah tertinggi ialah responden yang mempunyai diploma iaitu seramai 110 orang (36.7%) diikuti oleh responden yang mempunyai taraf pendidikan SPM/STPM 109 orang (36.3%) dan responden paling sedikit ialah responden dengan taraf pendidikan PhD iaitu hanya seorang (0.3%). Dari segi pekerjaan, didapati paling ramai responden bekerja di sektor awam iaitu seramai 111 orang (37.0%) dan paling sedikit responden yang termasuk dalam kategori lain-lain iaitu seramai 6 orang (2.0%). Ini mencerminkan pekerja sektor awam mempunyai lebih masa lapang untuk mengunjungi restoran tersebut berbanding pekerja di sektor lain.

#### PERSEPSI RESPONDEN

Analisis terhadap kesedaran pengguna tentang restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan seperti yang tertera di Jadual 1 menunjukkan 80.3% daripada responden tahu dan sedar bahawa restoran yang mereka kunjungi mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Daripada jumlah responden yang sedar ini, kebanyakan mereka (43.6%) tahu restoran tersebut hanya mengenakan cukai perkhidmatan sahaja. Namun, lebih 50% daripada responden yang sedar ini juga memilih restoran tersebut disebabkan makanan yang ditawarkan memenuhi cita rasa berbanding tempat lain. Bagi responden yang tidak tahu pula, 55.9% daripada mereka memberikan alasan makanan di restoran tersebut lebih sedap sebagai penyebab mereka mengunjungi restoran tersebut. Jelas sekali, sama ada responden sedar atau pun tidak, faktor kesedaran makanan menjadi tarikan utama kepada pengunjung restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan tersebut.

Walaupun begitu, didapati 57.7 peratus responden tidak bersetuju restoran mengenakan caj perkhidmatan

dengan alasan ia membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal. Sebaliknya, 59.5% responden bersetuju restoran mengenakan cukai perkhidmatan seperti yang telah ditetapkan oleh kerajaan kerana ia merupakan salah satu sumber hasil fiskal yang penting. Bagi kes restoran yang mengenakan kedua-dua cukai dan caj perkhidmatan secara serentak pula, 67.4% responden tidak bersetuju ia dilaksanakan secara serentak kerana beban cukai dan caj perkhidmatan tersebut sepatutnya turut ditanggung oleh pihak restoran, bukannya dipindahkan sepenuhnya kepada pelanggan. Seperkara yang menarik adalah walaupun responden bersetuju cukai perkhidmatan dikenakan oleh pihak restoran, tetapi lebih 50% responden tidak bersetuju dengan kadar cukai dan kadar caj perkhidmatan yang dikenakan disebabkan harga makanan sudah mahal dan tidak setimpal dengan layanan yang diberikan oleh pihak pengurusan restoran.

#### ANALISIS REGRESI

Isu atau persoalan berkaitan kekerapan kunjungan, makan atau bawa pulang makanan, kepuasan terhadap cukai dan caj perkhidmatan serta penentu jumlah perbelanjaan bagi setiap kunjungan akan dikupas dengan menganggarkan beberapa model regresi bagi setiap isu terbabit. Keputusan bagi setiap panel seperti yang tertera di Jadual 2 sebenarnya terhasil daripada kombinasi pelbagai faktor latar belakang responden dan/atau faktor-faktor lain yang berkaitan

Berdasarkan Jadual 2 bagi model logit, kaum India dan lain-lain tempat kerja (panel A dan B) serta responden dengan pendapatan RM3001 hingga RM5000 (panel A) lebih kerap mengunjungi restoran yang mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan pada aras keertian 10 peratus. Responden yang telah berkahwin (panel A dan B) juga mempunyai kebarangkalian kekerapan kunjungan yang tinggi berbanding orang bujang pada aras keertian 10 peratus. Ini mengesahkan lagi dapatan kebanyakan kajian terdahulu yang menyatakan masyarakat moden cenderung makan di luar. Namun, faktor harga yang berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan (panel B) serta restoran terletak berdekatan rumah/pejabat (panel C) turut menyumbang kepada kekerapan kunjungan masing-masing pada aras keertian 5 dan 1 peratus. Pekerja sektor awam (panel A dan B) pula kurang kerap mengunjungi restoran tersebut berbanding pelajar pada aras keertian 5 peratus. Hal ini mencerminkan golongan pelajar kini menggemari makanan siap yang ditawarkan oleh restoran walaupun restoran tersebut turut mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Seperkara yang perlu diberi perhatian adalah faktor parkir di sekitar restoran serta kedudukan restoran berhampiran kemudahan awam (panel C) dilihat menjatuhkan nisbah kekerapan kunjungan pada aras keertian 5 peratus. Keputusan ini

JADUAL 1. Persepsi Responden

Bil.	Perkara	Peratusan (%)
1.	<i>Adakah anda tahu restoran ini mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan?</i>	
	Ya	80.3
	Tidak	19.7
2.	<i>Mengapa memilih restoran tersebut berbanding restoran lain yang tidak mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan?</i>	
	Makanan memenuhi cita rasa berbanding tempat lain	53.9
	Kualiti perkhidmatan dan makanan lebih baik	20.3
	Restoran berdekatan dengan kediaman	19.1
	Lain-lain	6.7
3.	<i>Restoran ini mengenakan:</i>	
	Caj perkhidmatan sahaja	21.6
	Cukai perkhidmatan sahaja	43.6
	Caj dan cukai perkhidmatan	34.8
4.	<i>Mengapa memilih makanan di restoran tersebut sedangkan anda tidak tahu ia mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan?</i>	
	Makanan di sini lebih sedap	55.9
	Perkhidmatan yang diberikan berkualiti setanding dengan harga	25.4
	Jenama makanan dan restoran yang mahal	15.3
	Lain-lain	3.4
5.	<i>Adakah wajar restoran ini mengenakan caj perkhidmatan?</i>	
	Ya	42.3
	Tidak	57.7
	Alasan: Bagi jawapan Ya: Dapat menaikkan taraf dan kualiti makanan	
	Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal	
6.	<i>Adakah wajar restoran ini mengenakan cukai perkhidmatan?</i>	
	Ya	59.5
	Tidak	40.5
	Alasan: Bagi jawapan Ya: Sebagai sumber pendapatan negara	
	Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal dan ia sepatutnya dibayar/ditanggung oleh restoran.	
7.	<i>Adakah wajar restoran mengenakan caj dan cukai perkhidmatan secara serentak?</i>	
	Ya	32.6
	Tidak	67.4
	Alasan: Bagi jawapan Ya: Sebagai sumber pendapatan negara dan perlu menyediakan kualiti perkhidmatan yang baik	
	Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal dan ia sepatutnya dibayar/ditanggung oleh restoran.	
8.	<i>Adakah anda berpuashati dengan kadar caj perkhidmatan yang dikenakan oleh restoran ini?</i>	
	Ya	34.0
	Tidak	66.0
	Alasan: Bagi jawapan Ya: Berpatutan mengikut kualiti perkhidmatan yang diberikan	
	Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna dan harga makanan sudah mahal sebelum dikenakan caj perkhidmatan	
9.	<i>Adakah anda berpuashati dengan kadar cukai perkhidmatan yang dikenakan oleh restoran ini?</i>	
	Ya	43.2
	Tidak	56.8
	Alasan: Bagi jawapan Ya: Berpatutan dan telah ditetapkan oleh kerajaan serta kadarnya tidak terlalu mahal berbanding caj perkhidmatan.	
	Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna kerana harga makanan sudah mahal	
10.	<i>Adakah anda berpuashati dengan kadar cukai dan caj perkhidmatan yang dikenakan secara serentak oleh restoran ini?</i>	
	Ya	23.9
	Tidak	76.1
	Alasan: Bagi jawapan Ya: Jika kadar yang dikenakan bersesuaian dengan layanan dan kualiti perkhidmatan	
	Bagi jawapan Tidak: Membebankan pengguna dengan kadar yang terlalu tinggi dan tidak setimpal dengan layanan yang diberikan.	





JADUAL 2 (bersambung)

Taraf pendidikan:										
SPM/STPM#	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Diploma	0.004 (0.57) [0.00] {0.99}	-0.13 (0.60) [0.05] {0.82}	0.34 (0.49) [0.49] {0.48}	1.34 (1.50) [0.79] {0.37}	-0.40 (0.97) [0.17] {0.68}	0.93 (0.79) [1.37] {0.24}	-	-0.76 (1.06) [0.51] {0.47}	-	-
Ijazah sarjanamuda	0.36 (0.66) [0.30] {0.58}	0.08 (0.70) [0.01] {0.90}	0.37 (0.54) [0.48] {0.48}	-1.91 (2.10) [0.82] {0.36}	-3.10 (1.66) [3.45] {0.06}^	0.27 (1.00) [0.07] {0.78}	-	-0.67 (1.32) [0.25] {0.61}	-	-
Ijazah sarjana dan PhD	0.19 (1.05) [0.03] {0.85}	0.19 (1.14) [0.02] {0.86}	-1.38 (0.86) [2.58] {0.10}	4.50 (4.83) [0.86] {0.35}	0.89 (1.30) [0.47] {0.49}	2.36 (1.33) [3.12] {0.07}@	14.82 (25980.65) [0.00] {1.00}	-	-	-
Pekerjaan:										
Pelajar#										
Suri rumah	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-0.36 (1.30) [0.07] {0.78}	-0.86 (1.44) [0.36] {0.54}	2.20 (1.12) [3.84] {0.05}^	-10.61 (4.73) [5.01] {0.02}^	6.74 (3.15) [4.57] {0.03}^	-2.08 (1.96) [1.12] {0.28}	-	1.40 (23912.30) [0.00] {1.00}	-	-
Pekerja sektor awam										
	-2.65 (1.12) [5.56] {0.01}^	-2.79 (1.22) [5.23] {0.02}^	-0.43 (0.80) [0.29] {0.59}	-5.59 (3.42) [2.66] {0.10}	1.69 (1.88) [0.81] {0.36}	0.20 (1.34) [0.02] {0.87}	-	-19.70 (19783.40) [0.00] {0.99}	-	-
Pekerja sektor swasta										
	-1.46 (1.05) [1.92] {0.16}	-1.69 (1.08) [2.41] {0.12}	-0.79 (0.82) [0.92] {0.33}	-2.57 (2.77) [0.85] {0.35}	-0.43 (1.82) [0.05] {0.81}	1.60 (1.37) [1.34] {0.24}	-	-23.27 (19783.40) [0.00] {0.99}	-	-
Jenis waktu kerja:										
Biasa#										
Shift	0.75 (0.64) [1.35] {0.24}	0.80 (0.71) [1.29] {0.25}	0.23 (0.60) [0.14] {0.70}	1.32 (2.04) [0.42] {0.51}	1.51 (1.20) [1.57] {0.21}	0.06 (1.01) [0.00] {0.95}	-	1.54 (1.95) [0.62] {0.43}	-	-



JADUAL 2 (bersambung)

Pendapatan:												
RM1, 000 dan ke bawah#												
RM1, 001 – RM3, 000	-	-0.09	-	-0.17	-	0.61	-	0.98	-	0.94	-	19.14
	(1.08)	(1.18)	(1.02)	{0.88}	(0.83)	{0.46}	(2.28)	{0.50}	(1.10)	{0.39}	(19783.40)	{0.00}
	{0.93}	{0.88}			[0.53]		[1.64]		[0.72]		[0.00]	{0.99}
							{0.19}					
RM3, 001 – RM5, 000	2.35	2.14	2.14	2.14	1.04	3.07	0.00	0.44	18.92			
	(1.28)	(1.39)	(1.39)	(1.39)	(1.04)	(3.35)	(2.33)	(1.54)	(19783.40)			
	{0.06}@	{0.12}	{0.12}	{0.12}	{0.31}	{0.35}	{1.00}	{0.77}	{0.99}			
RM5, 001 – RM7, 000	1.71	1.42	1.42	1.42	1.82	0.38	-0.53	1.22	21.91			
	(1.56)	(1.65)	(1.65)	(1.65)	(1.18)	(3.41)	(2.48)	(1.71)	(19783.40)			
	{0.27}	{0.38}	{0.38}	{0.38}	{0.12}	{0.91}	{0.82}	{0.47}	{0.99}			
RM7, 001 – RM10, 000	1.24	0.35	0.35	0.35	2.86	2.76	-0.31	-	16.61			
	(1.78)	(1.95)	(1.95)	(1.95)	(1.57)	(8.24)	(3.89)		(19783.40)			
	{0.48}	{0.85}	{0.85}	{0.85}@	{0.07}@	{0.73}	{0.93}		{0.99}			
Memiliki kenderaan:												
Ya	0.66	0.73	0.73	0.73	1.05	-0.06	1.99	1.09	1.70			
	(0.56)	(0.59)	(0.59)	(0.59)	(0.55)	(1.84)	(1.10)	(0.85)	(1.45)			
	{0.24}	{0.21}	{0.21}	{0.21}	{0.05}@	{0.97}	{0.07}@	{0.20}	{0.23}			
Tidak#	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Harga berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan:												
Ya	-	0.98	0.23	0.23	0.23	7.23	-	-	-	2.71		
	-	(0.49)	(0.72)	(0.72)	(0.72)	(2.26)	-	-	-	(0.61)		
	-	{0.04}^	{0.74}	{0.74}	-	{0.00}*	-	-	-	[19.30]		
Tidak#	-	-	-	-	-	-	-	-	-	{0.00}*		
Kualiti perkhidmatan memenuhi keperluan dan kehendak:												
Ya	-	0.91	1.26	1.26	-	17.67	-	-	-	0.40		
	-	(0.94)	(1.32)	(1.32)	-	(8350.52)	-	-	-	(0.96)		
	-	{0.33}	{0.34}	{0.34}	-	{0.99}	-	-	-	[0.18]		
Tidak#	-	-	-	-	-	-	-	-	-	{0.67}		

JADUAL 2 (bersambung)

Menu dan kualiti makanan memenuhi citarasa:						
Ya	-	-1.00 (0.95) [1.09] {0.29}	18.36 (11505.67) [0.00] {0.99}	-	8.99 (13713.16) [0.00] {0.99}	0.79 (1.06) [0.56] {0.45}
Tidak#		-	-		-	-
Pihak restoran mengutamakan kebersihan:						
Ya	-	-1.02 (0.84) [1.48] {0.22}	18.12 (21439.63) [0.00] {0.99}	-	5.11 (7.39) [0.47] {0.48}	-
Tidak#		-	-		-	-
Mementingkan makanan yang segar dan berzat dalam menu yang ditawarkan:						
Ya	-	18.38 (14192.97) [0.00] {0.99}	16.69 (19293.83) [0.00] {0.99}	-	-39.52 (29622.09) [0.00] {0.99}	-1.91 (1.79) [1.14] {0.28}
Tidak #		-	-		-	-
Restoran menerima bayaran secara tunai dan kad kredit:						
Ya	-	-	1.32 (0.90) [2.15] {0.14}	-	-	-
Tidak#		-	-		-	-
Semua caj dan cukai perkhidmatan perlu didedahkan kepada pengguna melalui resit:						
Ya	-	-	1.10 (1.06) [1.07] {0.29}	-	-1.58 (5.63) [0.07] {0.77}	-0.99 (0.74) [1.80] {0.17}
Tidak#		-	-		-	-
Cukai perkhidmatan dikenakan kurang daripada caj perkhidmatan:						
Ya	-	-	0.54 (.98) [0.31] {0.57}	-	-	-
Tidak #		-	-		-	-

JADUAL 2 (bersambung)

Terdapat banyak ruang parkir di sekitar restoran:										
Ya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tidak#	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kedudukan restoran berhampiran dengan kemudahan awam:										
Ya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tidak#	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Restoran terletak berdekatan dengan rumah/pejabat:										
Ya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tidak#	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Harga bagi makan sana lebih mahal berbanding bawa balik:										
Ya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tidak#	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-2 Log likelihood										
Cox & Snell R <sup>2</sup>	176.56	167.07	71.71	215.94	46.22	76.94	93.93	65.02	89.96	
Nagelkerke R <sup>2</sup>	0.12	0.15	0.15	0.11	0.61	0.49	0.40	0.45	0.29	
Chi-square	0.24	0.29	0.33	0.20	0.82	0.65	0.54	0.63	0.41	
	39.57 <sup>^</sup>	49.06 <sup>^</sup>	25.80 <sup>*</sup>	37.67 <sup>@</sup>	105.61 <sup>*</sup>	74.89 <sup>*</sup>	57.91 <sup>*</sup>	59.36 <sup>*</sup>	34.42 <sup>*</sup>	

Nota: \* signifikan pada aras keertian 1%, <sup>^</sup> signifikan pada aras keertian 5%, <sup>@</sup> signifikan pada aras keertian 10%. Pembedahan kategori pemboleh ubah yang menjadi penanda aras untuk dibandingkan dengan kategori yang lain bagi pemboleh ubah yang sama. Nilai yang tiada kurungan merupakan nilai pekali (koefisyen), manakala nilai dalam ( ) merujuk kepada nilai sisihan piawai, [ ] menunjukkan nilai statistik Wald, dan { } merupakan nilai -p. Bagi pemboleh ubah tempat kerja, bilangan tanggungan dan pendapatan, kategori (rank) pemboleh ubah yang tiada nilai bagi panel tertentu adalah merupakan kategori pemboleh ubah yang telah digabungkan ke dalam kategori sebelumnya.

sebenarnya adalah disebabkan kurangnya kemudahan awam dan parkir yang disediakan di sekitar restoran, lantas ia tidak menggalak serta memudahkan pengguna untuk kerap ke restoran tersebut.

Seterusnya, bagi isu sama ada makan di restoran atau bawa pulang makanan, didapati responden yang berkahwin, suri rumah, responden berpendapatan tinggi iaitu RM7001 hingga RM10,000 serta responden yang memiliki kenderaan sendiri lebih memilih untuk makan di restoran tersebut, masing-masing pada aras keertian 1, 5 dan 10 peratus. Jelas sekali golongan berkeluarga dan berpendapatan tinggi ingin dilayan oleh pekerja restoran semasa mereka menikmati hidangan. Tetapi, apabila saiz keluarga semakin besar terutama sekali bagi responden dengan tanggungan seramai 3 hingga 5 orang, maka responden cenderung untuk membawa pulang makanan yang dibeli daripada restoran tersebut. Keputusan ini dilihat signifikan pada aras keertian 10 peratus.

Analisis terhadap isu sama ada responden berpuashati atau tidak berpuashatidengan kadar cukai perkhidmatan membuktikan responden berusia 20 hingga 29 tahun (panel C), responden yang memiliki kenderaan sendiri (panel B) dan faktor harga berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan (panel A) akan meningkatkan nisbah kebarangkalian responden berpuashati, masing-masing pada aras keertian 5, 10 dan 1 peratus. Tetapi, responden yang mana jarak restoran dari rumah melebihi 10 kilometer cenderung untuk tidak berpuashati dengan kadar cukai perkhidmatan yang dikenakan. Ini berkemungkinan disebabkan responden terpaksa menanggung kos perjalanan yang lebih tinggi, lantas pelaksanaan cukai perkhidmatan terhadap makanan yang dibeli di restoran tersebut dianggap lebih membebaskan mereka. Walaupun begitu, terdapat juga faktor yang memberikan kesan positif dan negatif bagi panel yang berbeza terhadap nisbah kebarangkalian responden berpuas hati dengan kadar cukai perkhidmatan. Faktor tersebut merangkumi responden berkahwin, pemegang ijazah sarjanamuda, mempunyai tabungan RM250 hingga RM500 sebulan dan mempunyai tanggungan 3 hingga 5 orang. Ini berkemungkinan terkesan daripada perbezaan bilangan responden yang bersetuju dan tidak bersetuju yang tidak besar, yang mana 43.2 peratus (48 orang) berpuas hati dan 56.8 peratus (63 orang) responden tidak berpuas hati. Namun begitu, untuk caj perkhidmatan pula, hanya responden berbangsa Cina (panel A) dan faktor harga berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan (panel B) sahaja yang signifikan meningkatkan kebarangkalian responden berpuashati dengan caj perkhidmatan yang dikenakan, masing-masing pada aras keertian 10 peratus dan 1 peratus. Keputusan cukai dan caj perkhidmatan ini secara tidak langsung menunjukkan responden lebih mudah berpuashati dengan kadar cukai perkhidmatan berbanding caj perkhidmatan.

Dalam masa yang sama, jika diperhalusi lagi keputusan di Jadual 2, dapatan telah membuktikan pengguna cenderung berpuas hati dengan kadar cukai dan caj perkhidmatan jika mereka merasakan harga makanan secara keseluruhan adalah berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan. Tetapi dalam masa yang sama, apabila semua caj dan cukai perkhidmatan perlu didedahkan kepada pengguna melalui resit pembelian, maka didapati nilai koefisyen bagi pemboleh ubah ini menjadi negatif walaupun tidak signifikan, yang menunjukkan seolah-olah ia menyumbang ke arah pengguna tidak berpuashati dengan kadar cukai dan caj perkhidmatan. Keputusan ini berkemungkinan terkesan daripada dua perkara. Pertama, pengguna tidak menyedari bahawa restoran tersebut turut mengenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan sebelum pesanan makanan dibuat. Kedua, pengguna tidak tahu kadar caj perkhidmatan sebenar yang dikenakan oleh sesebuah restoran. Mereka hanya menyedari kadar tersebut hanya selepas pesanan telah dibuat dan bil telah dicetak serta dihantar kepada mereka. Rentetan itu, kekurangan maklumat berkaitan pelaksanaan cukai dan/atau caj perkhidmatan oleh sesebuah restoran (atau maklumat yang tidak simetri antara pelanggan dan pihak restoran) telah sedikit sebanyak menimbulkan rasa tidak puashati di kalangan pelanggan.

Selanjutnya, bagi menganalisa isu berkaitan penentu kekerapan pengguna mengunjungi restoran yang mengenakan cukai dan caj perkhidmatan secara lebih mendalam, maka kekerapan pengguna dalam bentuk bilangan kunjungan mutlak per minggu turut diuji dengan menggunakan model kuasa dua terkecil seperti yang tertera di Jadual 3. Dapatan membuktikan reponden dengan pendidikan tertinggi iaitu doktor falsafah atau PhD, bekerja secara jarak jauh dan faktor kualiti perkhidmatan yang memenuhi keperluan dan kehendak pengguna mempengaruhi kekerapan pengguna mengunjungi restoran tersebut secara positif pada aras keertian 10 peratus. Dalam masa yang sama, pekerja sektor awam dan swasta juga lebih kerap mengunjungi restoran tersebut pada aras keertian 5 peratus. Manakala pemboleh ubah yang dilihat mengurangkan kekerapan kunjungan pada aras keertian 5 peratus adalah terdiri daripada responden lelaki, berbangsa India dan mempunyai tanggungan 3 hingga 5 orang. Manakala jarak restoran dari rumah yang melebihi 10 kilometer dan faktor semua cukai dan caj perkhidmatan perlu didedahkan kepada pengguna melalui resit mengurangkan kekerapan kunjungan pada aras keertian 10 peratus. Faktor restoran terletak berdekatan dengan rumah/pejabat juga berhubung negatif dengan kekerapan kunjungan pada aras keertian 1 peratus. Ini mencerminkan faktor jarak masih belum mampu menarik minat responden untuk menjadi pengguna tegar bagi makanan tertentu yang ditawarkan oleh sesebuah restoran memandangkan di bandar terdapat banyak lagi kedai makan lain yang menawarkan kepelbagaian makanan.

Analisa terhadap penentu jumlah perbelanjaan bagi setiap kunjungan pula menunjukkan responden yang berpendapatan tinggi iaitu RM7001 hingga RM10,000 serta faktor restoran menerima bayaran secara tunai dan kad kredit signifikan mempengaruhi jumlah perbelanjaan secara positif pada aras keertian 1 peratus. Responden yang berumur 40 tahun dan ke atas juga didapati cenderung meningkatkan jumlah perbelanjaan pada setiap kunjungan pada aras keertian 5 peratus. Ini disebabkan golongan yang lebih tua kebiasaannya lebih stabil dan mampu dari aspek kewangan. Sebaliknya, responden berbangsa India, berpendidikan sarjana dan jarak restoran dari rumah melebihi 10 kilometer cenderung kurang berbelanja bagi setiap kunjungan pada aras keertian 5 peratus. Begitu juga dengan responden yang telah berkahwin, mempunyai pendidikan diploma dan bekerja

di lain-lain tempat kerja, yang mana golongan ini turut mempunyai jumlah perbelanjaan yang lebih rendah bagi setiap kunjungan pada aras keertian 10 peratus. Tetapi, apa yang mengejutkan adalah faktor kualiti perkhidmatan memenuhi keperluan dan kehendak serta faktor harga berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan dilihat mempengaruhi jumlah perbelanjaan secara negatif masing-masing pada aras keertian 5 dan 10 peratus. Keputusan ini sebenarnya menjelaskan bahawa pengguna masih kurang berpuashati dengan kedua-dua faktor tersebut, lantas mereka tidak berminat untuk berbelanja lebih pada setiap kunjungan. Rentetan itu, pihak pengurusan hotel harus meningkatkan kualiti perkhidmatan serta menawarkan harga yang lebih adil dan berpatutan untuk menggalakkan pengguna berbelanja lebih di restoran mereka.

JADUAL 3. Model Kuasa Dua Terkecil

Pemboleh ubah	Kekerapan mengunjungi restoran		Perbelanjaan pengguna bagi setiap kunjungan	
	Koefisyen	Statistik-t	Koefisyen	Statistik-t
Pemalar	1.62	0.87	1.91	0.99
Jantina:				
Lelaki	-0.14	-2.19 <sup>^</sup>	-0.07	-1.13
Perempuan#	-	-	-	-
Umur:				
<20 tahun#	-	-	-	-
20 – 29 tahun	0.10	1.05	-0.05	-0.49
30 – 39 tahun	0.20	1.37	-0.11	-0.93
40tahun ke atas	-	-	0.40	2.55 <sup>^</sup>
Bangsa:				
Melayu#	-	-	-	-
Cina	-0.19	-1.28	0.01	0.12
India	-0.41	-2.23 <sup>^</sup>	-0.30	-2.14 <sup>^</sup>
Status perkahwinan:				
Berkahwin	-0.13	-1.33	-0.16	-1.67 <sup>@</sup>
Bujang#	-	-	-	-
Taraf pendidikan:				
SPM/STPM#	-	-	-	-
Diploma	0.003	0.03	-0.22	-2.81*
Ijazah sarjanamuda	-0.05	-0.63	-0.06	-0.67
Ijazah sarjana	0.13	0.84	-0.31	-2.11 <sup>^</sup>
PhD	0.61	1.70 <sup>@</sup>	0.21	0.42
Pekerjaan:				
Pelajar #	-	-	-	-
Pekerja sektor swasta	0.46	2.56 <sup>^</sup>	-0.02	-0.13
Pekerja sektor awam	0.39	2.29 <sup>^</sup>	-0.04	-0.28
Lain-lain	-0.05	-0.20	-0.17	-0.72
Pesara	-	-	0.00	-0.01
Surirumah	-	-	-0.22	-1.12
Jenis waktu kerja:				
Biasa#	-	-	-	-
Shift	-0.19	-1.55	-0.03	-0.32
Tempat kerja:				
Pejabat#	-	-	-	-
Travelling	0.56	1.68 <sup>@</sup>	0.18	0.78
Site	-0.07	-0.25	0.29	1.60
Lain-lain	-0.13	-1.21	-0.22	-1.75 <sup>@</sup>

JADUAL 3 (bersambung)

Tabungan sebulan:				
<RM250#	-	-	-	-
RM250 – RM500	0.001	0.009	0.13	1.51
>RM500	-0.01	-0.10	0.06	0.35
Jarak restoran dari rumah:				
<5 km#	-	-	-	-
5-10 km	-0.02	-0.31	-0.11	-1.11
> 10 km	-0.21	-1.74 <sup>@</sup>	-0.25	-2.25 <sup>^</sup>
Bilangan tanggungan:				
<3 orang#	-	-	-	-
3-5 orang	-0.23	-2.13 <sup>^</sup>	-0.05	-0.62
> 5 orang	0.34	0.93	-0.10	-0.65
Pendapatan:				
RM1,000 dan ke bawah#	-	-	-	-
RM1,001 – RM3,000	-0.21	-1.33	-0.02	-0.14
RM3,001 – RM5,000	-0.31	-1.51	0.02	0.12
RM5,001 – RM7,000	-0.21	-0.81	0.22	1.02
RM7,001 – RM10,000	-0.27	-0.90	1.21	4.93*
Memiliki kenderaan:				
Ya	-0.13	-1.58	0.09	1.11
Tidak#	-	-	-	-
Harga berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan:				
Ya	-0.04	-0.78	-0.11	-1.83 <sup>@</sup>
Tidak#	-	-	-	-
Kualiti perkhidmatan memenuhi keperluan dan kehendak:				
Ya				
Tidak#	0.18	1.72 <sup>@</sup>	-0.19	-2.09 <sup>^</sup>
Menu dan kualiti makanan memenuhi citarasa:				
Ya	-0.13	-0.90	-0.12	-1.09
Tidak#	-	-	-	-
Pihak restoran mengutamakan kebersihan:				
Ya	-0.03	-0.14	-0.07	-0.48
Tidak#	-	-	-	-
Mementingkan makanan yang segar dan berzat dalam menu yang ditawarkan:				
Ya	0.14	0.53	-0.006	-0.03
Tidak#	-	-	-	-
Restoran menerima bayaran secara tunai dan kad kredit:				
Ya	-0.05	-0.78	0.20	2.62*
Tidak#	-	-	-	-
Semua cukai dan/atau caj perkhidmatan perlu didedahkan kepada pengguna melalui resit:				
Ya	-0.16	-1.75 <sup>@</sup>	0.05	0.53
Tidak#	-	-	-	-
Cukai perkhidmatan dikenakan kurang daripada caj perkhidmatan:				
Setuju	0.03	0.34	-0.06	-0.95
Tidak setuju	-	-	-	-
Terdapat banyak ruang parking di sekitar restoran:				
Ya	0.08	1.17	-	-
Tidak#	-	-	-	-
Kedudukan restoran berhampiran dengan kemudahan awam:				
Ya	0.10	1.31	-	-
Tidak#	-	-	-	-
Restoran terletak berdekatan dengan rumah/pejabat:				
Ya	-0.26	-4.16*	-	-
Tidak#	-	-	-	-
R <sup>2</sup>		0.39		0.39
Statistik- F		1.88*		4.27*

Nota: \*signifikan pada aras keertian 1%. <sup>^</sup> signifikan pada aras keertian 5%. <sup>@</sup> signifikan pada aras keertian 10%. Pemboleh ubah yang bertanda # merupakan kategori pemboleh ubah yang menjadi penanda aras untuk dibandingkan dengan kategori yang lain bagi pemboleh ubah yang sama. Bagi pemboleh ubah umur dan pekerjaan, kategori (*rank*) pemboleh ubah yang tiada nilai adalah merupakan kategori pemboleh ubah yang telah digabungkan ke dalam kategori sebelumnya.



Berkait dengan kesan cukai dan caj perkhidmatan, cerapan terhadap Jadual 3 membuktikan nilai pekali bagi faktor harga berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan adalah negatif bagi kedua-dua isu. Ini mencerminkan pengguna mengurangkan kekerapan dan jumlah belanja sebagai petunjuk (*signal*) terhadap rasa tidak berpuashati mereka dengan harga yang dikenakan. Faktor semua cukai dan/atau caj perkhidmatan perlu didedahkan kepada pengguna melalui resit pula memberikan nilai pekali negatif terhadap kekerapan kunjungan dan positif terhadap jumlah belanja. Dapatan ini pula menggambarkan pengguna sanggup menambah perbelanjaan setelah mereka mengetahui tentang kadar cukai dan caj perkhidmatan yang dikenakan. Tetapi mereka tidak akan kerap mengunjungi restoran tersebut memandangkan mereka perlu menyediakan peruntukan perbelanjaan yang besar jika ingin berbelanja di restoran terbabit. Namun begitu, faktor cukai perkhidmatan dikenakan kurang daripada caj perkhidmatan didapati mempunyai nilai pekali positif terhadap kekerapan kunjungan dan negatif terhadap jumlah belanja bagi setiap kunjungan. Secara tidak langsung ia menjelaskan bahawa kadar cukai perkhidmatan yang rendah mampu menarik pengguna untuk kerap mengunjungi restoran tersebut. Tetapi, apabila kedua-dua beban cukai dan caj perkhidmatan perlu ditanggung dalam masa yang sama, maka pengguna tidak mampu untuk menambah jumlah perbelanjaan mereka pada setiap kunjungan.

#### RUMUSAN DAN IMPLIKASI DASAR

Secara keseluruhannya, analisis terhadap persepsi responden menunjukkan responden tidak bersetuju dengan pelaksanaan caj perkhidmatan tetapi mereka bersetuju terhadap pelaksanaan cukai perkhidmatan. Namun, responden tidak berpuashati dengan kadar cukai dan kadar caj perkhidmatan yang dikenakan disebabkan makanan sudah mahal dan tidak setimpal dengan layanan yang diberikan oleh pihak pengurusan restoran. Manakala keputusan regresi mengikut model logit membuktikan responden cenderung meningkatkan kekerapan kunjungan serta cenderung berpuashati terhadap cukai dan caj perkhidmatan apabila ia signifikan dipengaruhi secara positif oleh faktor harga berpatutan selepas dikenakan cukai dan/atau caj perkhidmatan.

Rentetan itu, bagi menjamin kerancakan industri makanan yang kian berkembang dan kompleks, maka pihak kerajaan harus menetapkan kadar cukai perkhidmatan yang lebih berdaya saing serta mampu menjaga kebajikan pengguna. Di samping itu, kerajaan juga harus menguatkuasakan undang-undang bagi memantau caj perkhidmatan yang dikenakan oleh pihak restoran. Manakala pihak restoran pula harus memastikan kadar caj perkhidmatan yang dikenakan sepadan dengan perkhidmatan yang ditawarkan bagi menarik lebih ramai pengguna berbelanja secara konsisten di restoran mereka.

#### RUJUKAN

- Aelnielsen. 2005. Consumers in Europe-our fast food/take away consumption habits. <http://www.acnielsen.com>. Retrieved on: 17 January 2013.
- Adrian, J. & Daniel, R. 1976. Impact of socio-economic factors on consumption of selected food nutrients in the United States. *American Journal Agricultural Economics* 58: 31-38.
- Azar, O. H. 2009. Incentives and service quality in the restaurant industry: The tipping - service puzzle. *Applied Economics* 41(15): 1917-1927.
- Bae, H. J. , Chae, M. J. & Ryu, K. 2010. Consumer behaviors towards ready-to eat foods based on food-related lifestyles in Korea. *Nutrition Research and Practice (Nutr Res Pract)* 4(4): 332-338.
- Bareham, J. 1995. *Consumer Behavior in the Food Industry. A European Perspective*. Oxford: Butterworth Heinemann Oxford, U.K.
- Becker, G. 1965. A theory of the allocation of time. *Economic Journal* 75: 493-517.
- Blisard, N. & Blaylock, J. R. 1994. Food expenditure projections: 1990-2010. *Agribusiness* 10(2): 105-114.
- Bourdieu, P. 1990. *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press.
- Byrne, J. P. , Capps, J. O. & Saha, A. 1998. Analysis of quick-serve, midscale and up-scale food away from home expenditures. *The International Food and Agribusiness Management Review* 1: 51-72.
- Chakravarti, D. , Krish, R. , Paul, P. & Srivastava, J. 2002. Partitioned presentation of multicomponent bundle prices: Evaluation, choice and underlying processing effects. *Journal of Consumer Psychology* 12 (3): 215-229.
- Chen, S. E. , Florax, R. J. G. M. & Synder, S. D. 2009. Obesity, fast food, and grocery stores: Evidence from Geo-referenced Micro Data. Department of Agricultural Economics, Purdue University, Working Paper.
- Chou, S. , Grossman, M. & Saffer, H. 2004. An economic analysis of adult obesity: results from the behavioral risk factor surveillance system. *Journal of Health Economics* 23(3): 565-87.
- Currie, J. , DellaVigna, S. , Moretti, E. & Panthania, V. 2010. The effect of fast food restaurants on obesity and weight gain. *American Economic Journal: Economic Policy* 2(3): 32-63.
- Davis, B. & Carpenter, C. 2009. Proximity of fast-food restaurants to schools and adolescent obesity. *American Journal of Public Health* 99(3): 505-510.
- Douglas, M. 1975. Deciphering a meal. *Daedalus* 101: 61-81.
- Ekelund, R. B. & Watson, J. K. 1991. Restaurant cuisine, fast food, and ethnic edibles: An empirical note on household meal production. *Kyklos* 44(4): 613-627.
- Finkelstein, J. 1989. Dining out: *A Sociology of Modern Manners*. Cambridge, UK: Policy Press.
- Goch, L. 1999. Marketing ethics. *Best's Review (Life/Health)* 99(12): 29-31.
- Hales, D. 2003. What (and who) is really cooking at your house? *Parade Magazine*, November, 16.
- Huang, K. S. 1999. Effects of food prices and consumer income on nutrient availability. *Applied Economics* 31(3): 367-380.

- Jensen, E. M. 1997. The apportionment of 'direct taxes': Are consumption taxes constitutional? *Columbia Law Review* 97: 2334.
- Kwortnik, R. J. , Lynn, W. M. & Ross, W. T. 2009. Buyer monitoring: A means to insure personalized service. *Journal of Marketing Research* 46(5): 573-583.
- Lee, Y. H. & Han, C. Y. 2002. Partitioned pricing in advertising: Effects on brand and retailer attitudes. *Marketing Letters* 13(1): 27-40.
- Lynn, M. 2001. Restaurant tipping and service quality: A tenuous relationship. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 42: 14-20.
- McCracken, X. , & Brandt, J. 1987. Household consumption of food away from home: Total expenditure and by type of food facility. *American Journal of Agricultural Economics* 69: 274-284.
- Md. Zyadi, M. T. & Ragayah, H. M. T. 1990. *Ekonomi Pencukaaian*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mills, S. & Riehle, H. 1987. What customers think about tips vs. service charges. *Restaurants USA* (October): 20-23.
- Mogelonsky, M. 1998. Keep candy in the aisles. *American Demographics* 20(July): 32.
- Mohd Azlan, A. & Noraziah, A. 2011. Amalan pemakanan dalam kalangan pelajar universiti dan implikasinya terhadap pembelajaran. *Jurnal Personalia Pelajar* 14: 59-68.
- Noraziah A. , Norihan T. & Mohd Azlan A. 2009. Perkembangan dan cabaran perniagaan makanan siap. Dlm. *Keusahawanan dan cabaran perniagaan di Malaysia*, disunting oleh Yahya Ibrahim, Mohd Fauzi Mohd Jani, Sarmila Md Sum & Zaimah Ramli, 43-57. Bangi: Fakulti Ekonomi dan Perniagaan UKM.
- Okrent, A. M. & Alston, J. M. 2011. The Demand for Disaggregated Food-Away from-Home and Food-at-Home Products in the United States. USDA-ERS Economic Research Report No. 139.
- Park, C. 2004. Efficient or enjoyable? Consumer values of eating-out and fast restaurant consumption in Korea. *International Journal of Hospitality Management* 23: 87-94.
- Ramezani, C. A. 1995. Determinants of nutrient demand: A nonparametric analysis. *Journal of Agricultural and Resource Economics* 20(1): 165-177.
- Roberts, M. L. & Wortzel, L. H. 1979. New life-style determinants of women's food shopping behavior. *Journal of Marketing* 43(3): 28-39.
- Senauer, B. 2001. The food consumer in the 21<sup>st</sup> century: New research perspectives. Working paper: Department of Applied Economics, The Retail Food Industry Center, University of Minnesota.
- Stewart, H. , Blisard, N. , Bhuyan, S. & Nayga, R. M. 2004. The demand for food away from home, full-service or fast food? *Journal Agricultural Economic Report* 829.
- Warde, A. & Martens, L. 2000. *Eating Out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure*. New York: Cambridge Press.
- Wook Endut, Fariza Ahmad & Norain Mod Asri. 2007. Gelagat permintaan pengguna terhadap makanan luar, kajian kes di Ipoh, Klang dan Seremban. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics* 10: 85-97.
- Xia, L. & Monroe, K. B. 2004. Price partitioning on the internet. *Journal of Interactive Marketing* 18(4): 63-73.
- Xiao, Y. & Taylor, J. E. 1995. The impact of income growth on farm household nutrient intake: A case study of a prosperous rural area in Northern China. *Economic Development and Cultural Change* 43(4): 805-819.

Norain Mod Asri\*  
 Wook Endut\*\*  
 Salwah Bulis  
 Atikah Azmi  
 Pusat Pengajian Ekonomi  
 Fakulti Ekonomi dan Pengurusan  
 Universiti Kebangsaan Malaysia,  
 43600 Bangi,  
 MALAYSIA.

\*norain@ukm.edu.my

\*\*wook@ukm.edu.my