

**PERBANDINGAN PEMILIHAN DAGING LEMBU DAN DAGING  
KAMBING DALAM KALANGAN PENGGUNA DI KANGAR, PERLIS**

**NURDALILA BINTI TABRI**

**DISERTASI INI DIHANTAR ADALAH UNTUK MEMENUHI  
SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT PENGANUGERAHAN IJAZAH  
SARJANA MUDA SAINS PERTANIAN DENGAN KEPUJIAN**

**PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH**

**PROGRAM PENGELUARAN TERNAKAN  
FAKULTI PERTANIAN LESTARI  
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH**

**2016**



**UMS**  
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

## UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

## BORANG PENGESAHAN TESIS

JUDUL: PERBANDINGAN PEMILIHAN DAGING LEMBU DAN DAGING KAMBING  
DALAM KALANGAN PENGGUNA DI KANGAR, PERLIS

IAJAZAH: IJAZAH SARJANA MUDA SAINS PERTANIAN DENGAN KEPUJIAN  
(PENGELUARAN TERNAKAN)

SAYA: NURDALILA BINTI TABRI SESI PENGAJIAN: 2012/2013  
 (HURUF BESAR)

Mengaku membenarkan tesis \*(LPSM/Sarjana/Doktor Falsafah) ini disimpan di Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

1. Tesis adalah hak milik Universiti Malaysia Sabah.
2. Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi.
4. Sila tandakan (✓)

SULIT

(Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di AKTA RAHSIA RASMI 1972)

TERHAD

(Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

TIDAK TERHAD

(TANDATANGAN PENULIS)

Alamat Tetap: NO 15  
LORONG 2, KAMPUNG BARU  
TOK KUNTING, 01000  
KANGAR, PERLIS.

TARIKH: \_\_\_\_\_

Disahkan oleh:

NURULAIN BINTI ISMAIL

LIBRARIAN

UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

PERPUSTAKAAN  
 UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

(TANDATANGAN PUSTAKAWAN)

DR. ABDUL RAHIM AWANG  
 PENYARAH KANAN  
 FAKULTI PERTANIAN LESTARI

UMS KAMPUS SANDAKAN

(NAMA PENYELIA)

TARIKH: 11/01/2016

Catatan:

\*Potong yang tidak berkenaan.

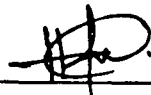
\*Jika tesis ini SULIT dan TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis ini perlu dikelaskan sebagai SULIT dan TERHAD.

\*Tesis dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah dan Sarjana Secara Penyelidikan atau disertai bagi pengajian secara kerja kursus dan Laporan Projek Sarjana Muda (LPSM).



## PERAKUAN

Dengan ini, saya mengesahkan bahawa penyelidikan ini adalah daripada penyelidikan asal saya kecuali pada petikan yang telah diberikan pengiktirafan sewajarnya. Saya juga mengesahkan bahawa tidak ada mana-mana bahagian dalam penyelidikan ini telah dihantar untuk pengijazahan di universiti ini ataupun mana-mana universiti yang lain.



---

NURDALILA BINTI TABRI

BR12110093

11 JANUARI 2016

**DIPERAKUKAN OLEH**

1. Dr. Abdul Rahim bin Awang  
PENYELIA



---

*Tandatangan dan Cop*

**DR. ABDUL RAHIM AWANG  
PENSYARAH KANAN  
FAKULTI PERTANIAN LESTARI  
UMS KAMPUS SANDAKAN**

## PENGHARGAAN

Dengan nama Allah Yang Maha Pemurah Lagi Maha Penyayang

Alhamdulillah, bersyukur kehadiran Ilahi kerana dengan Rahmat dan Izin-Nya, saya dapat menyiapkan kajian ini. Setinggi-tinggi penghargaan kepada pihak penyelia saya iaitu Dr. Abdul Rahim Awang yang banyak memberikan sokongan penuh dan tunjuk ajar dalam menyiapkan penyelidikan ini. Segala kerja sama dan sokongan yang telah diberikan akan saya kenang sepanjang hayat.

Jutaan Terima kasih juga saya tujukan kepada semua pensyarah terutamanya Dr. Bonaventure Boniface yang banyak memberikan tunjuk ajar dan bimbingan kepada saya dalam menyelesaikan penyelidikan ini.

Tidak lupa juga diucapkan jutaan terima kasih kepada keluarga, terutamanya ibu dan bapa saya, Tabri bin Rasid dan Hamiah binti Dan yang banyak memberikan sokongan dari segi mental dan kewangan kepada saya dalam menyiapkan kajian ini. Selain tu, saya juga ingin merakamkan jutaan terima kasih kepada rakan-rakan saya serta semua pihak yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung dalam menjayakan penyelidikan ini. Segala kerjasama yang telah diberikan akan senantiasanya saya ingati.

Semoga hasil daripada penyelidikan ini dapat memberi sumbangan kepada pihak Universiti Malaysia Sabah dan masyarakat secara keseluruhannya, InsyaAllah.

## ABSTRAK

Kajian ini adalah bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan daging lembu dan daging kambing dalam kalangan pengguna di Kangar, Perlis. Seramai 100 orang pengguna lelaki dan perempuan telah dipilih sebagai responden kajian ini yang terdiri daripada Melayu, Cina dan India. Kaedah persampelan yang digunakan dalam pemilihan responden adalah kaedah persampelan mudah secara rawak. Objektif pertama kajian ini adalah untuk mengkaji latar belakang responden yang terlibat dalam kajian ini. Seterusnya adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan daging lembu dan daging kambing di kalangan responden serta perbezaan faktor yang mempengaruhi pemilihan daging lembu dan daging kambing di kalangan responden. Kaedah soal selidik digunakan sebagai instrumen utama bagi mendapatkan data dalam kajian ini. Data yang diperolehi seterusnya dianalisis dengan menggunakan kekerapan, peratusan, analisis min, *sum* dan *T-Test*.

Dapatan kajian menunjukkan bahawa faktor utama yang mempengaruhi pemilihan daging lembu adalah faktor tiga iaitu kemudahan (*Recreational*) manakala faktor utama pemilihan daging kambing adalah faktor satu iaitu kesempurnaan (*Perfectionistic*). Hasil kajian juga menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan terhadap perbandingan pemilihan daging lembu dan daging kambing dalam kalangan pengguna di Kangar, Perlis. Faktor utama yang mempunyai perbezaan adalah faktor kemudahan (*Recreational*) dan dikuiti oleh faktor-faktor kesempurnaan (*Perfectionistic*), kesedaran harga (*Price Consciousness*) dan kegemaran (*Habitual*).

## ABSTRACT

This study was designed to investigate the factors that influenced the selection of beef and mutton among consumers in Kangar, Perlis. A total of 100 male and female users were selected to participate in this study consisting of Malays, Chinese and Indians. Sampling methods used in selecting respondents was Simple Random Sampling. The first objective of this study was to know the background of the respondent that involve in this study. Then to identify the factors that influenced the selection of beef and mutton among respondents. In addition, this study also saw the different factors influencing the selection of beef and lamb among the users. Data was analyzed by using frequency, percentage, mean analysis, sum and T-Test.

The results showed that the main factor influencing the choice of beef was factor three which is recreational while choosing the lamb is factor one which is perfectionistic. The results also showed that there were significant differences on a comparative selection of beef and mutton among consumers in Kangar, Perlis. The main factor is the recreational and equity by factors perfectionistic, price consciousness and habitual.



# SENARAI KANDUNGAN

KANDUNGAN	Muka Surat
<b>Perakuan</b>	ii
<b>Diperakukan Oleh</b>	iii
<b>Penghargaan</b>	iv
<b>Abstrak</b>	v
<b><i>Abstract</i></b>	vi
<b>Senarai Kandungan</b>	vii
<b>Senarai Rajah dan Jadual</b>	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Pengenalan	1
1.2 Pernyataan Masalah	2
1.3 Justifikasi Kajian	3
1.4 Objektif Kajian	4
1.5 Persoalan Kajian	4
<b>BAB 2 KAJIAN LITERATUR</b>	5
2.1 Pengenalan	5
2.2 Definisi Konseptual dan Operasional	7
2.2.1 Pengguna	7
2.2.2 Gaya Pembuatan Keputusan Dalam Kalangan Pengguna	7
2.3 Latar Belakang Teori	9
2.3.1 Model Tingkah Laku Pengguna Engel (1978)	9
2.3.2 Perbandingan Kualiti Makanan Dari Persepsi Pengguna Antara Jenama Antarabangsa dalam Mempengaruhi Pilihan Pengguna	10
2.3.4 Kesimpulan	10



<b>BAB 3 METODOLOGI KAJIAN</b>	<b>11</b>
3.1 Pengenalan	11
3.2 Rekabentuk Kajian	11
3.3 Lokasi Kajian	11
3.4 Subjek Kajian	12
3.5 Instrumen Kajian	12
3.6 Cara Pelaksanaan Kajian	12
3.7 Kaedah Analisis Data	13
<b>BAB 4 DAPATAN KAJIAN</b>	<b>14</b>
4.1 Pengenalan	14
4.2 Maklumat Diri Responden	14
4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pengguna Terhadap daging lembu dan daging kambing	18
4.4 Perbezaan Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Daging Lembu dan Daging Kambing	22
<b>BAB 5 PERBINCANGAN</b>	<b>24</b>
5.1 Pengenalan	24
5.2 Perbincangan Kajian	24
5.2.1 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Daging lembu dan Daging Kambing dalam Kalangan Pengguna di Kangar, Perlis	24
5.2.2 Perbandingan Faktor- Faktor Pemilihan Daging Lembu dan Daging Kambing dalam Kalangan Pengguna di Kangar, Perlis	32
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN CADANGAN</b>	<b>37</b>
<b>RUJUKAN</b>	<b>39</b>
<b>LAMPIRAN A</b>	<b>40</b>
<b>LAMPIRAN B</b>	<b>48</b>

## SENARAI JADUAL DAN RAJAH

<b>Jadual dan Rajah</b>	<b>Muka surat</b>
Rajah 2.1 Faktor yang mempengaruhi pembelian produk dalam kalangan pengguna	6
Jadual 4.1 Maklumat demografi pengguna daging lembu dan daging kambing di Daerah Kangar, Perlis	16
Jadual 4.2 Jumlah keseluruhan skala likert responden bagi faktor kesempurnaan	18
Jadual 4.3 Jumlah keseluruhan skala likert responden bagi faktor kesedaran harga	19
Jadual 4.4 Jumlah keseluruhan skala likert responden bagi faktor kemudahan	20
Jadual 4.5 Jumlah keseluruhan skala likert responden bagi faktor kegemaran	21
Jadual 4.6 Perbezaan faktor yang mempengaruhi pemilihan daging	23

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Pengenalan**

Di Malaysia, pertanian merupakan sebuah sektor yang menyumbang kepada ekonomi negara. Selain itu, sektor pertanian juga penting sebagai sumber pendapatan kepada penternak, petani, nelayan dan juga pengusaha industri asas tani dan juga sebagai kelangsungan bekalan makanan kepada negara. Menurut Jabatan Perangkaan Negara, kerajaan telah memperuntukkan RM 3.8 billion kepada sektor pertanian dalam Bajet 2012 (Jabatan Perangkaan Negara, 2011).

Industri ternakan merupakan sebuah industri yang berada di bawah penyeliaan Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani. Industri ternakan adalah salah satu industri yang menyalurkan sumber makanan kepada rakyat di Malaysia dan juga menyumbang kepada peningkatan ekonomi negara. Namun demikian, taraf industri ternak di Malaysia masih berada di tahap yang sederhana namun memberangsangkan.

Menurut Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, populasi lembu di Negeri Perlis meningkat saban tahun dari tahun 2006-2009. Pada tahun 2006, populasi lembu di Perlis adalah 5,634, pada tahun 2007 adalah 6,238, pada tahun 2008 adalah 6,451 dan pada tahun 2009 adalah 6,773 ekor lembu. Walau bagaimanapun, jumlah populasi lembu jatuh pada tahun 2010 iaitu 6,617 ekor lembu tetapi pada tahun 2011, ianya kembali meningkat kepada 6,456 ekor lembu (Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, 2011).

Menurut Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani juga, sepanjang tahun 2006-2011, jumlah penternakan kambing di Perlis telah meningkat setiap tahun. Pada tahun 2006 jumlah penternakan kambing adalah 5,239 ekor, pada tahun 2007 adalah



5,245 ekor, pada tahun 2008 adalah 5,251, pada tahun 2009 adalah 6,707, pada tahun 2010 adalah 6,806 dan pada tahun 2011 adalah 6,906 ekor kambing (Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, 2011).

Harga purata bagi sekilo daging lembu pada tahun 2011 adalah RM 20.15 dan harga purata bagi sekilo daging kambing pada tahun 2011 adalah RM2 8.75. harga ini meningkat daripada tahun 2009 iaitu harga sekilo daging lembu adalah RM 19.55 dan harga daging kambing adalah RM 26.85 (Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, 2011).

Menurut Jabatan Perangkaan Negara, pengeluaran daging lembu telah meningkat sebanyak 45.8 peratus dan pengeluaran daging kambing juga turut meningkat sebanyak 50.0 peratus (Jabatan Perangkaan Negara, 2011).

Peningkatan pengeluaran produk sektor ternakan adalah disebabkan peningkatan permintaan produk dalam kalangan pengguna. Apabila permintaan pengguna meningkat, peratusan pengeluaran produk haruslah meningkat untuk memenuhi keperluan pengguna. Selain itu peningkatan pengeluaran produk ternakan adalah untuk memastikan sumber makanan dalam negara mencukupi dan dapat meminimumkan pengimportan produk ternakan dari negara luar (Jabatan Perangkaan Negara, 2011).

## **1.2 Pernyataan Masalah**

Sehingga hari ini, kajian mengenai faktor-faktor yang menjadi penyebab kepada penggunaan daging lembu dan daging kambing dalam kalangan pengguna masih kurang dijalankan. Salah satu faktor yang berkemungkinan boleh mempengaruhi tahap penggunaan daging lembu dan daging kambing adalah pengetahuan pengguna berkaitan kandungan nutrisi daging lembu dan daging kambing. Pengguna membuat pemilihan makanan dipengaruhi oleh faktor dalaman seperti pengalaman, sikap, dan persepsi mereka. Seperti umum sedia maklum, kebanyakan pengguna kurang mengambil berat tentang kandungan nutrisi makanan sebelum membeli atau menggunakan. Pengguna lebih gemar memilih makanan yang enak dan berkuantiti berbanding makanan yang bernutrisi dan berkualiti. Selain itu, pengguna juga lebih cenderung untuk membeli makanan yang berharga lebih murah tanpa memikirkan kualiti makanan yang mungkin akan menjadi penyebab berlakunya masalah kesihatan (Soesilowati, 2010).

Pemilihan makanan yang mudah didapati juga menjadi keutamaan pengguna. Ini adalah kerana mereka ingin mendapatkan barang makanan dengan cepat tanpa mengeluarkan perbelanjaan yang banyak (Fishbein dan Ajzen, 1975).

Oleh yang demikian, kajian untuk mengenalpasti faktor-faktor yang menjadi penyebab kepada penggunaan daging lembu dan daging kambing oleh para pengguna adalah amat bersesuaian.

### **1.3 Justifikasi Kajian**

Faktor-faktor yang menjadi penentu kepada penggunaan daging lembu dan daging kambing adalah amat perlu untuk diketahui terutama bagi mereka yang terlibat dalam industri pengeluaran produk ternakan. Ini adalah kerana, dengan mengetahui faktor-faktor ini, para pengeluar produk boleh menggunakannya sebagai garis panduan untuk mengambil langkah-langkah tertentu demi untuk memantapkan lagi industri pengeluaran produk ternakan khususnya di Daerah Kangar, Perlis.

Kajian ini adalah amat bersesuaian untuk dilaksanakan memandangkan objektif-objektifnya antara lain ialah untuk mengenal pasti faktor-faktor penentu kepada penggunaan daging lembu dan daging kambing. Hasil-hasil penemuan kajian ini kelak, dipercayai akan dapat digunakan sebagai sumber rujukan oleh mereka yang terlibat dalam industri penternakan dalam memantapkan lagi industri pengeluaran produk ternakan khususnya di Daerah Kangar, Perlis. Hal ini adalah kerana, permintaan daging lembu dan daging kambing yang semakin meningkat dalam kalangan pengguna dan untuk mengenalpasti kehendak pengguna, faktor-faktor yang menjadi penyebab pemilihan daging dalam kalangan pengguna, haruslah diketahui (Jabatan Perangkaan Negara, 2011).

## **1.4 Objektif Kajian**

Objektif kajian ini adalah :

1. Untuk mengetahui demografi responden.
2. Untuk mengenalpasti faktor-faktor yang menentukan penerimaan pengguna terhadap daging lembu dan daging kambing.
3. Untuk melihat perbandingan antara faktor-faktor penerimaan daging lembu dan daging kambing dalam kalangan pengguna.

## **1.5 Persoalan Kajian**

- I. Apakah latar belakang para pengguna yang terlibat dalam kajian ini?
- II. Apakah faktor-faktor yang menentukan penggunaan daging lembu oleh para pengguna di Daerah Kangar, Perlis?
- III. Apakah faktor-faktor yang menentukan penggunaan daging kambing oleh para pengguna di Daerah Kangar, Perlis?
- IV. Apakah perbandingan antara faktor-faktor penerimaan pengguna terhadap daging lembu dan daging kambing?

## **BAB II**

### **KAJIAN LITERATUR**

#### **2.1 Pengenalan**

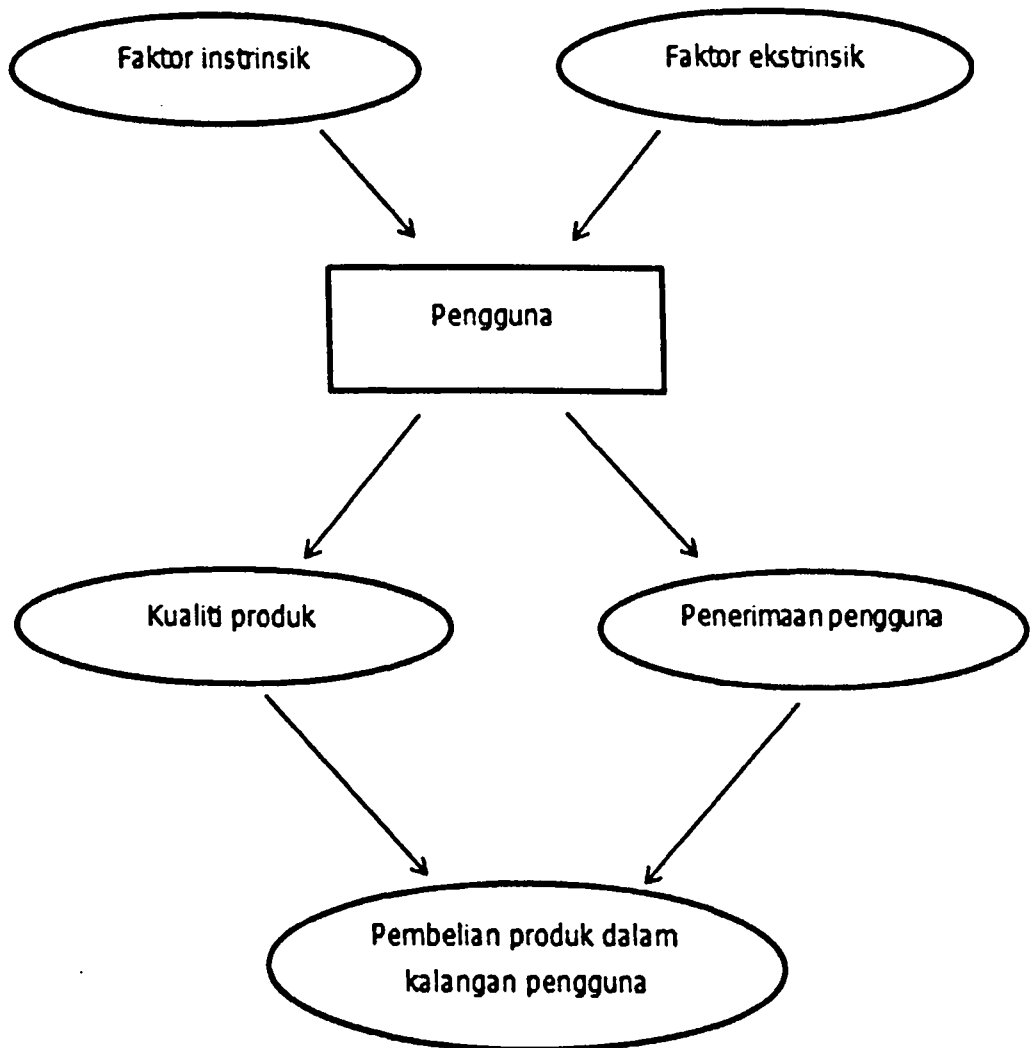
Tingkah laku pengguna sebelum penggunaan sesuatu produk adalah perlakuan pengguna yang berhubung dengan penggunaan bahan-bahan ekonomi dan perkhidmatan. Ini termasuk proses membuat keputusan yang menentukan tingkah laku pengguna tersebut (Block dan Roering, 1979).

Menurut Gordon (1994) kaedah pemerhatian asas adalah kaedah yang lebih mudah yang boleh digunakan untuk memastikan fakta-fakta asas tentang sikap kepenggunaan. Untuk perancang pemasaran, syarikat pengangkutan dan para peniaga, kajian yang melibatkan cara penggunaan melakukan aktiviti pembelian adalah amat penting. Walau bagaimanapun, pengetahuan pengguna terhadap sesuatu keluaran produk adalah faktor asas yang amat penting dalam mempengaruhi pengguna sebelum penggunaan sesuatu produk. Hal ini adalah didapati oleh para pengkaji ekonomi.

Menurut Jorgen dan Meerdink (2000) penggunaan sesuatu produk oleh pengguna dapat diterangkan melalui faktor instrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor instrinsik merujuk kepada ciri fizikal produk seperti harga, tekstur, penampilan, kebolehsimpanan dan nilai pemakanan. Faktor ekstrinsik pula merujuk kepada sistem pengeluaran produk yang dipasarkan dan ini termasuk cara penghasilan produk. Sistem ekstrinsik mungkin tidak mempengaruhi ciri fizikal produk, namun faktor ini juga tetap mempengaruhi keputusan pengguna sebelum membeli. Kedua-dua faktor ini akan menjadi pengaruh terhadap pengguna sebelum penggunaan sesuatu produk. Konsep ini digambarkan melalui rajah 2.1.



Dalam konteks kajian ini, pemilihan daging lembu dan daging kambing dalam kalangan pengguna dikaji menggunakan faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik yang digunakan dalam kajian ini adalah faktor kesedaran harga (*Price Consciousness*) dan faktor kesempurnaan (*Perfectionistic*). Manakala faktor ekstrinsik yang dikaji dalam kajian ini adalah faktor kemudahan (*Recreational*) serta faktor kegemaran (*Habitual*).



Rajah 2.1: Faktor yang mempengaruhi pembelian produk dalam kalangan pengguna (Jorgen dan Meerdink, 2000).



## **2.2 Definisi Konseptual dan Operasional**

### **2.2.1 Pengguna**

Istilah pengguna seringkali digunakan untuk menjelaskan dua pengguna yang berbeza iaitu pengguna individu dan pengguna organisasi. Pengguna individu adalah para individu yang membeli barang keperluan atau perkhidmatan untuk penggunaan sendiri, keluarga atau hadiah kepada orang lain. Pengguna organisasi pula merujuk kepada sesebuah organisasi yang membeli barang keperluan atau perkhidmatan untuk digunakan oleh organisasi tersebut bagi tujuan menguntungkan atau sebaliknya (Schiffman dan Kanuk, 1999).

Pengguna didefinisikan sebagai sesiapa sahaja yang menggunakan sesuatu hasil pengeluaran. Pengguna adalah seseorang yang membeli sesuatu barangan untuk kegunaannya sendiri (Nordstrom, 1981).

Wasson (1975) menyatakan bahawa pengguna adalah berbeza daripada penjual walaupun kedua-duanya membeli dan menjual sesuatu. Tetapi, menurut Herzberg (Britt, 1966) pengguna didefinisikan sebagai seorang individu yang membeli sesuatu hasil pengeluaran di sesuatu tempat dengan tujuan dan tingkat harga tertentu.

Dalam kajian ini, konsep pengguna merujuk kepada individu atau kumpulan manusia yang membeli produk ternakan seperti daging lembu dan daging kambing untuk kegunaan sendiri ataupun untuk kegunaan individu lain.

### **2.2.2 Gaya pembuatan Keputusan Dalam Kalangan Pengguna**

Gaya pembuatan keputusan merujuk kepada orientasi mental yang menjelaskan bagaimana seorang pengguna atau individu membuat pilihan dalam penggunaan sesuatu produk dengan membeli produk tersebut (Lysonski, 1993).

Dari kajian yang dilakukan oleh Sprole dan Kendall (1986) yang dilaporkan dalam Fan dan Xio (1997), mereka telah membayangkan satu dimensi model pembuatan keputusan yang terdiri daripada lapan komponen. Komponen-komponen tersebut adalah seperti berikut:

- I. *Perfectionistic* - Piawaian yang tinggi dan mencapai jangkauan yang terbaik kepada pengguna dari segi kualiti dan fungsi. Pengguna cenderung untuk mendapatkan produk yang mempunyai kualiti terbaik.
- II. *Price Consciousness* - Pengguna akan berorientasikan nilai untuk wang yang dibelanjakan dan akan cuba melihat yang terbaik dengan nilai wang yang digunakan. Pengguna yang mempunyai kriteria ini adalah pengguna yang suka membuat perbandingan harga antara kedai.
- III. *Brand Consciousness* - Pengguna akan membuat pilihan barangan berorientasikan jenama produk yang terkenal. Mereka juga merasakan harga sesuatu produk itu adalah penentu kualiti sesuatu produk.
- IV. *Novelty-Fashion Consciousness* - Pengguna yang merasa keseronokan dan kepuasan daripada produk-produk terkini. Mereka senantiasa prihatin terhadap produk keluaran terkini.
- V. *Recreational (Hedonistic Consumer)* - Pengguna yang membeli belah dengan pantas. Mereka menggunakan masa yang singkat dan pantas untuk membeli sesuatu barangan ataupun produk.
- VI. *Confused by Over Choice Consumer* - Pengguna yang keliru dengan pelbagai jenama. Memerlukan pertolongan individu lain sebelum membeli sesuatu barangan.
- VII. *Impulsive, Careless Consumer* - Pengguna yang hanya tertumpu pada jumlah wang yang diperuntukkan untuk membeli barangan. Pengguna yang mempunyai kriteria ini tidak mempunyai perancangan sebelum membeli.
- VIII. *Habitual (Brand Loyal Consumer)* - Pengguna yang mempunyai jenama kegemarannya sendiri dan tempat membeli barangan kegemarannya sendiri.

Dalam konteks kajian ini, pembuatan keputusan pengguna dalam pemilihan antara daging lembu dan daging kambing dengan merujuk kepada proses pembuatan pilihan dan seterusnya membeli produk tersebut. Dalam kajian ini empat daripada lapan komponen di atas dikaji untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi proses pembuatan keputusan pengguna sebelum membeli sesuatu produk.

## 2.3 Latar Belakang Teori

### 2.3.1 Model Tingkahlaku Pengguna Engel (1978)

Kajian ini dijalankan berdasarkan kepada Model Tingkahlaku pengguna Engel et.al., (1978). Model ini juga dikenali sebagai model "multimediation". Ini adalah kerana, pelbagai proses yang terlibat bermula daripada pendedahan hinggalah kepada rangsangan permulaan dan hasil tingkah laku akhir ataupun keputusan pengguna.

Model ini dibina sekitar tiga peringkat (Berkman dan Gilson, 1981):

- i. Unit kawalan pusat
- ii. Pemprosesan maklumat
- iii. Proses membuat keputusan.

Peringkat pertama adalah unit kawalan pusat. Unit kawalan pusat mempunyai pembolehubah yang terdapat dalam kalangan pengguna ataupun seseorang individu. Contoh pemboleh ubah adalah persepsi pengguna dan sikap pengguna terhadap alternatif. Pembolehubah-pembolehubah ini akan berinteraksi untuk menepis segala rangsangan yang akhirnya akan mengekalkan sebahagian dan mengeneipkan sebahagian yang lain.

Peringkat kedua ialah pemprosesan maklumat. Proses pendedahan, pemerhatian, dan penyimpanan dalam bentuk interaksi yang berterusan dengan unit kawalan pusat adalah proses untuk kemasukan rangsangan dalam kalangan pengguna.

Peringkat ketiga adalah proses membuat keputusan yang melibatkan operasi pengenalpastian masalah, pencarian dan penilaian alternatif serta proses pembelian hasil daripadanya.

### 2.3.3 Perbandingan Kualiti Makanan Dari Persepsi Pengguna Antara Jenama Tempatan dan Jenama Antarabangsa Dalam Mempengaruhi Pilihan Pengguna.

Kajian Cheryl Collin Spiji, (2006) merupakan kajian tentang perbandingan kualiti makanan dari persepsi pengguna antara jenama tempatan dan jenama antarabangsa dalam mempengaruhi pilihan pengguna.

Kajian ini dijalankan adalah untuk mengkaji perbandingan kualiti makanan dari persepsi pengguna antara jenama tempatan dan jenama antarabangsa dalam mempengaruhi pemilihan pengguna. Selain itu kajian ini juga mengkaji faktor-faktor lain yang mempengaruhi pemilihan pengguna sebelum penggunaan sesuatu produk seperti kadungan nutrisi dan harga produk tersebut. Dapatan kajian yang diperoleh adalah, kualiti makanan merupakan faktor utama pemilihan pengguna tidak kira ianya daripada jenama tempatan mahupun jenama antarabangsa.

Dalam konteks kajian ini, kajian dijalankan adalah untuk mengenal pasti adakah pemilihan daging lembu dan daging kambing dalam kalangan responden adalah dipengaruhi oleh kualiti daging yang dijual.

## 2. 4 Kesimpulan

Dalam konteks kajian yang saya lakukan adalah kajian perbandingan yang melibatkan pemilihan pengguna dalam penggunaan produk temakan iaitu daging lembu dan daging kambing. Faktor pemilihan penggunaan dalam kalangan pengguna yang telah dikaji adalah berdasarkan empat komponen dimensi iaitu *Perfectionistic, Recreational, Price Consciousness, Habitual*. Dalam kajian ini keempat-empat komponen ini dikaji untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan daging lembu dan daging kambing dalam kalangan responden.

## **BAB III**

### **METODOLOGI KAJIAN**

#### **3.1 Pengenalan**

Bab ini akan membincangkan cara-cara kajian ini dijalankan dan prosedur statistik yang akan digunakan dalam menganalisis data. Antara perkara yang akan diuraikan termasuklah reka bentuk kajian, model operasional kajian, lokasi kajian, subjek kajian, instrumen kajian, cara pelaksanaan kajian, dan cara menganalisis data.

Kajian ini melibatkan perbandingan faktor pemilihan antara daging lembu dan daging kambing. Hal ini adalah kerana, daging lembu dan daging kambing merupakan daging yang menjadi kegemaran ramai. Selain itu, pengeluaran kedua-dua jenis daging makin meningkat dari tahun ke setahun (Jabatan Perangkaan Negara, 2011).

#### **3.2 Rekabentuk Kajian**

Kajian ini telah dijalankan dengan menggunakan kaedah penyelidikan yang berbentuk tinjauan. Menurut Kerlinger (1973) Kaedah tinjauan boleh dikendalikan secara besar-besaran dan merupakan satu bentuk pengutipan data yang telah dirancang bertujuan untuk meramal, membuat pemerihalan dan menganalisis hubungan di antara pembolehubah-pembolehubah dalam kajian. Pengumpulan data dalam kajian ini dilaksanakan dengan menggunakan borang soal selidik kerana kaedah kajian ini berbentuk tinjauan.

#### **3.3 Lokasi Kajian**

Kajian ini dibuat di kalangan masyarakat pengguna di Kangar, Perlis. Lokasi kajian ini adalah di dua buah pasar tani yang terdapat di Perlis iaitu Pasar Tani Kampung Sena, Kangar, Perlis dan Pasar Tani Behor Lateh, Kangar, Perlis.



### **3.4 Subjek Kajian**

Teknik persempelan rawak mudah dijadikan dasar pemilihan subjek. Teknik ini digunakan agar subjek kajian yang dipilih memiliki semua unsur yang diperlukan dalam kajian dan mewakili apa yang dikehendaki dalam reka bentuk kajian (Black & Champion, 1973).

Subjek kajian terdiri daripada kalangan pengguna di dua pasar tani yang terdapat di Kangar, Perlis.

### **3.5 Instrumen Kajian**

Borang soal selidik digunakan untuk mengumpul data dalam kajian ini. Borang soal selidik ini terbahagi kepada dua bahagian iaitu Bahagian A dan Bahagian B.

Maklumat tentang demografi responden dikumpul menggunakan borang soal selidik Bahagian A.

Manakala borang soal selidik Bahagian B digunakan untuk mendapatkan maklumat tentang faktor pemilihan daging lembu dan daging ayam oleh subjek kajian. Soal selidik ini adalah hasil rujukan daripada soal selidik *Consumer Style Inventory* (CSI). Soal selidik ini telah dibina oleh Sproles dan Kendall (1986).

### **3.6 Cara Pelaksanaan Kajian**

Kajian sebenar dijalankan dalam tempoh masa empat bulan iaitu dari bulan Jun sehingga September 2015. Soal selidik diedarkan kepada responden secara bersemuka di lokasi kajian yang terpilih iaitu Pasar Tani Kampung Sena, Kangar, Perlis dan Pasar Tani Behor Lateh, Kangar, Perlis. Pengkaji terlebih dahulu memperkenalkan diri dan menerangkan tujuan kajian kepada subjek kajian. Sebelum menjawab soal selidik tersebut, subjek diingatkan terlebih dahulu supaya menjawab secara jujur dan mengikut persepsi masing-masing. Masa menjawab tidak dihadkan kerana pengkaji tidak mahu responden menjawab dengan tergesa-gesa.

### 3.7 Kaedah Analisis Data

*Statistical Package for Social Science (SPSS)* digunakan untuk menganalisis data. Bagi tujuan penganalisan data, Statistik Deskriptif telah digunakan. Dalam kajian ini, maklumat demografi responden kajian dianalisis dengan menggunakan peratusan dan kekerapan. Faktor pemilihan daging lembu dan daging kambing pula dianalisis menggunakan *Case Summarizes*. Seterusnya, bagi melihat perbezaan yang wujud di antara faktor pemilihan daging lembu dan daging kambing *Independent T-Test* digunakan.

## **BAB IV**

### **DAPATAN KAJIAN**

#### **4.1 Pendahuluan**

Bab ini akan membincangkan perihal hasil dapatan kajian berdasarkan maklum balas responden terhadap borang soal selidik yang diedarkan. Ianya turut merangkumi maklumat diri responden, faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi penggunaan daging lembu dan daging kambing dalam kalangan subjek kajian dan perbezaan faktor yang mempengaruhi pemilihan daging lembu dan daging kambing dalam kalangan responden.

#### **4.2 Objektif 1: Maklumat Diri Responden**

Maklumat diri responden terdiri daripada jantina, agama, etnik, umur, pendidikan, taraf pekerjaan, status perkahwinan, tanggungan keluarga, kekerapan perbelanjaan dan anggaran perbelanjaan sebulan.

Berdasarkan Jadual 4.1, dapatan kajian menunjukkan bahawa 62 daripada 100 orang responden di Kangar, Perlis telah memilih daging lembu untuk dijadikan daging pilihan. Selebihnya, iaitu seramai 38 orang responden, memilih daging kambing sebagai daging pilihan mereka dan peratusan responden lelaki melebihi responden perempuan sebanyak 12 peratus.

Dapatan kajian juga menunjukkan bahawa responden teramai adalah dalam kalangan umur diantara 31-40 tahun iaitu seramai 43 orang responden (43 peratus). Responden yang berumur dalam lingkungan 21-30 tahun adalah seramai 34 orang (34 peratus). Untuk responden yang berumur 40 tahun keatas menduduki tangga ketiga iaitu seramai 20 orang (20 peratus) dan bakinya adalah daripada responden yang berada dalam lingkungan umur dibawah 20 tahun iaitu seramai 3 orang.





## RUJUKAN

- Berkman, H.W., dan Gilson, C. (1981). *Consumer Behavior : Concepts and strategies*. Boston: Kent Publishing.
- Black, J.A. & Champion, D.J. (1976). *Methods and Issues in Social Research*. New York :John Wiley & Sons.
- Block, C.E. & Roering, K.J. (1979). *Essentials of consumer behavior*. Illinois: The Dryden Press.
- Britt, S.H. (1966). *Consumer behavior and the behavioral sciences: Theories and applications*. New York: John Wiley and Sons.
- Cheryll Spiji (2006) *Perbandingan Kualiti Makanan Dari Persepsi Pengguna Antar Jenama Tempatan dan Jenama Antarabangsa Dalam Mempengaruhi Piihan Pengguna*.
- Chinese Consumers: An International Comparison." *Consumer Interests Annual*. No.43 pp.76.
- Durvasula, S dan Lysonski, S (1993). "Cross-Cultural Generalizability Of A Scale For Profiling Consumers' Decision-Making Styles." *Journal Of Consumer Affairs*. Vol. 27 No.1 1993 pp.55.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., dan Kollat, D.T. (1978). *Consumer Behavior*. Illinois: The Dryden Press.
- Fan, Jessie X dan Xiao, Jing J. (1997). "Decision-Making Styles Of Young-Adult.
- Fishbein M. & Ajzen I. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior*. Reading, MA: Addison Wesley.
- Gordon, R.F., dan Ronal, E.G., (1994). *Consumer Psychology For Marketing*. London and New York: Routledge.
- Jabatan Perangkaan Negara (2011), "Indikator terpilih pertanian, tanaman dan temakan, Malaysia 2006-2011, ms 9-10.
- Kementerian Pertanian dan Industri asas tani (2011), "Perangkaan Agromakanan ", ms4-25.
- Kerlinger, F.N. (1973) *Foundation of behavioral research* (2nd ed.) New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Lysonski, S. (1993). "Consumer Decision-Making Styles: A Multi-Country Investigation." *European Journal Of Marketing*.
- Lysonski, S. dan Durvasula, S (1996). "Consumer Decision-Making Styles: A Multi Country Investigation." *European Journal Of Marketing*. Vol 30 No. 12 1996 pp.10-21.
- Nordstrom, R.D. (1981) *Introduction to selling: An experimental approach to skill development*. New York: McMillan Publishing co. inc.
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. (1999). *Consumer behavior*. Prentice Hall: New Jersey
- Soesilowati E.S. 2010. Business opportunities for halal products in the global market: Muslim consumer behaviour and halal food consumption. *Journal of Indonesian Social Sciences & Humanities* 3:151-160.
- Wasson, C.R., (1975). *Consumer behaviour: A managerial viewpoint*. Texas: Austin Press Educational Division of Lone Star Publisher, Inc.