

**PERBANDINGAN KUALITI MAKANAN DARI PERSEPSI PENGGUNA ANTARA JENAMA
TEMPATAN DAN JENAMA ANTARABANGSA DALAM MEMPENGARUHI PILIHAN
PENGGUNA**

CHERLYLL COLLIN SPIJI

**PENULISAN ILMIAH YANG DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI SEBAHAGIAN
DARIPADA SYARAT MEMPEROLEHI IJAZAH SARJANA MUDA SAINS
MAKANAN DENGAN KEPUJIAN DALAM BIDANG
SAINS MAKANAN DAN PEMAKANAN**

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

**SEKOLAH SAINS MAKANAN DAN PEMAKANAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH
KOTA KINABALU**

2006



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS

UDUL: PERRBANDINGAN KUALITI MAKANAN DARI PERSEPSI PENGGUNA ANTARA JENAMATEMPATAN DAN JENAMA ANTARABANGSA DALAM MEMPENGARUHI PILIHAN PENGGUNAIJAZAH: SARJANA MUDA SAINS MAKANAN (MAKANAN DAN PEMAKANAN)SESI PENGAJIAN: 2003/2004Saya CHERYLL COLLIN SPIJI

(HURUF BESAR)

menyatakan membenarkan tesis (LPS/ Sarjana/ Doktor Falsafah) ini di simpan di Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:

1. Tesis adalah hakmilik 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 dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972)

TERHAD

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

TIDAK TERHAD

Disahkan oleh

Cheryll Collin Spiji

(TANDATANGAN PENULIS)

Adnan Md. Ramli

(TANDATANGAN PUSTAKAWAN)

Alamat Tetap: LOT 14, MOLD 3743TAMAN AMAN 3, 91107JAHAD DATU, SABAHADNAN MD. RAMLI

Nama Penyelia

Tarikh: 25 MEI 2006Tarikh: 25 MEI 2006

CATATAN: * Potong yang tidak berkenaan.

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

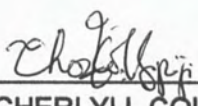
* Tesis dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah dan Sarjana secara penyelidikan, atau disertasi bagi pengajian secara kerja kursus dan penyelidikan, atau Laporan Projek Sarjana Muda (LPSM).



PENGAKUAN

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

13 April 2006



(CHERLYLL COLLIN SPIJJI)
HN2003-2420



PENGESAHAN
SEKOLAH SAINS MAKANAN DAN PEMAKANAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

Tandatangan

1. PENYELIA
(CIK ADILAH MD RAMLI)
2. PEMERIKSA-1
(ENCIK SHARIFUDIN MD. SHAARANI)
3. PEMERIKSA-2
(ENCIK HASMADI MAMAT)
4. DEKAN
(PROF MADYA DR. MOHD ISMAIL ABDULLAH)











PENGHARGAAN

Pertama sekali, saya ingin memanjatkan kesyukuran yang tidak terhingga kerana akhirnya saya telah berjaya menghasilkan penulisan ilmiah ini setelah melalui pelbagai dugaan dan cabaran sepanjang saya menyiapkan kajian ini. Namun tanpa bantuan dan tunjuk ajar beberapa pihak ini, tidak mungkin saya akan dapat menghasilkan disertasi ini dengan jayanya.

Jutaan terima kasih saya ucapkan kepada Cik Adilah Md Ramli selaku penyelia projek penyelidikan saya kerana sudi, sabar dan ikhlas memberi bimbingan, dorongan dan tunjuk ajar kepada saya sepanjang proses penyiapan projek penyelidikan ini. Selain itu, saya juga ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada Professor Madya Dr. Mohd. Ismail Abdullah, Dekan Sekolah Sains Makanan dan Pemakanan, atas perhatiannya serta kakitangan Sekolah Sains Makanan Pemakanan atas kerjasama yang diberikan. Tidak lupa juga kepada pensyarah-pensyarah Sekolah Sains Makanan dan Pemakanan terutamanya Pn Ramlah Rosli telah memberi pandangan dan idea berguna kepada saya bagi memperbaiki projek penyelidikan ini.

Kepada rakan-rakan seperjuangan, Noorhazlinawatie Kinsiu, Razlyn Abd Razak, Charlotte Teo Fui Fui, Callixtus R, terima kasih kerana sudi berkongsi ilmu dan pengalaman sepanjang menyiapkan disertasi ini. Saya juga mendoakan agar kita dapat menempuh kejayaan yang kita impikan selama ini. Ucapan terima kasih yang tidak terhingga juga untuk saudara Roger Cletus yang banyak membantu saya pada saat genting semasa proses penyiapan tesis ini. Tidak lupa juga terima kasih saya ucapkan kepada rakan-rakan yang lain yang turut banyak mengajar dan memberi panduan dalam proses penyiapan projek penyelidikan serta mereka yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam kajian ini.

Akhir sekali, tidak dilupakan juga, ucapan terima kasih saya ucapkan kepada ahli keluarga saya kerana tanpa sokongan, dorongan dan nasihat daripada kalian, tidak mungkin saya akan menjejakkan kaki di Universiti Malaysia Sabah ini. Semoga kejayaan yang saya capai ini akan menjadi inspirasi kepada adik-adik yang dikasihi.

Sekian, terima kasih.

CHERLYLL COLLIN SPIJI
HN2003-2420



ABSTRAK

Kajian ini dijalankan untuk mengkaji perbandingan kualiti makanan dari persepsi pengguna antara produk jenama tempatan dan jenama antarabangsa dalam mempengaruhi pilihan pengguna. Empat ratus orang pelajar Universiti Malaysia Sabah menjadi responden dalam kaedah borang soal selidik yang digunakan. Seramai 31.5% responden yang dipengaruhi oleh jenama dalam pembelian memilih jenama produk jenama tempatan kerana mempunyai atribut kualiti dari segi nilai pemakanan dan halal. Didapati 61% responden mempercayai maklumat pemakanan dan logo halal pada label produk sebagai ciri kualiti produk daripada kedua-dua jenama kerana mempunyai pengiktirafan daripada badan-badan yang sah. Hubungan antara jantina dan pengaruh jenama adalah positif ($\chi^2 = 13.697$) dan kuat ($r = 0.185$). Pengaruh jenama terhadap responden perempuan adalah signifikan ($p < 0.05$). Sebanyak 80.8% responden yang dipengaruhi oleh jenama sanggup membelanjakan lebih untuk membeli produk makanan berkualiti. Ini menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang positif antara dua pembolehubah tersebut ($\chi^2 = 2.894$) pada kekuatan sederhana ($r = 0.85$) tetapi kekerapannya adalah tidak signifikan ($p > 0.05$). 92.7% responden memeriksa label pada produk semasa pembelian. Tarikh luput, logo halal, senarai ramuan dan maklumat pemakanan sebagai maklumat yang paling kerap dicari pada label produk. Hubungan antara memeriksa label dan jantina juga adalah positif ($\chi^2 = 4.499$) tetapi lemah ($r = -0.106$). Bilangan lelaki yang memeriksa label yang lebih ramai berbanding responden perempuan adalah signifikan ($p < 0.05$). Kajian ini juga mendapati pemilihan produk samada dari jenama tempatan atau antarabangsa dipengaruhi oleh faktor sifat fizikal produk dan tuntutan pemakanan pada label tetapi pemilihan produk dari jenama antarabangsa lebih dipengaruhi oleh faktor jenama. Faktor harga adalah faktor lain yang mempengaruhi pemilihan kedua-dua jenama oleh pengguna. Selain itu, faktor tempat asal produk dihasilkan dan keselamatan makanan juga mempengaruhi persepsi pengguna tentang kualiti makanan.



ABSTRACT

THE COMPARISON OF FOOD QUALITY FROM CONSUMER PERSPECTIVE BETWEEN LOCAL AND INTERNATIONAL BRAND ON INFLUENCING CONSUMER PREFERENCE

This study has been carried out to compare the food quality between local and international brand which influence the consumer preference. This study was also done to determine whether the consumer preference were affected by food labeling and halal logo as well as the factors that influence the consumer preference between the brands. Four hundred students of Universiti Malaysia Sabah were randomly selected as the respondents for the survey method that had been used in this study. 31.5% respondents that influence by brands during their buying process mostly preferred products from local brand over international brand because of its nutrition composition that can brings good health effect and there are mostly halal. 61% of the respondents trust the credibility of the nutrition information from the label of both types of brands. There were a strong positive correlation between gender and brand influence in buying preference based on its $\chi_2 = 13.697$ and $r = 0.185$. It also showed that female respondents were significantly to be more influenced by brand ($p < 0.05$). 80.8% of respondents that influenced by brand in their buying preference are willing to pay more money on high quality products. The correlation between the two variables were positive ($\chi_2 = 2.89$) and moderately strong ($r = 0.85$) but the frequencies of respondents that influenced by brand who were willing to pay more are not significant ($p > 0.05$). There was also positive correlation between reading label and gender ($\chi_2 = 4.499$). The corelation was weak ($r = - 0.106$) though the number of male respondents who read label are significantly more than female respondents ($p < 0.05$). 92% of the respondents had declared reading label on food products. Expiry date, halal logo, list of ingredient and nutritional information are label characteristics that are most observed by respondents in order determine the physical qualities and due to health concerns. Preference over either local or international brand products was influenced by physical properties and health claims but brand had more influence towards the preference over international brand products. Price is other factor that influences the preference during purchasing either both brands. Place of origin and safety also affect consumer perception on food product quality.



SENARAI KANDUNGAN

	Halaman
PENGAKUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
SENARAI KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	xi
SENARAI RAJAH	xii
SENARAI SIMBOL DAN SINGKATAN	xiii
SENARAI LAMPIRAN	xiv
BAB1: PENDAHULUAN	1
1.1: Pengenalan	1
1.2: Objektif	3
BAB 2: ULASAN PERPUSTAKAAN	4
2.1: Kualiti	4
2.2: Kualiti Makanan	5
2.3: Penjenamaan	8
2.4: Label Makanan	9
2.5: Logo Halal	10
2.6: Corak Pembelian Makanan Pengguna	11
2.6.1: Faktor Pemilihan Pengguna	14
2.7: Responden sebagai pengguna	17
BAB 3: BAHAN DAN KAEDAH	18
3.1: Kaedah Kajian	18
3.2: Kaedah Persampelan	18
3.3: Persampelan Kajian	18
3.4: Penyediaan Borang Soal Selidik	19
3.5: Cara Menjalankan Kajian Soal Selidik	20
3.6: Pemprosesan Data	21
3.7: Penganalisan Data	21



BAB 4 HASIL DAN PERBINCANGAN	22
4.1: Data Demografi Responden	22
4.2: Persepsi Pengguna Tentang Kualiti Makanan	27
4.2.1: Maksud Kualiti Makanan	28
4.2.2: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualiti Makanan	29
4.2.3: Pandangan Responden Tentang Makanan Yang Berkualiti Adalah Makanan Yang Selamat	30
4.2.4: Pendapat Responden Tentang Produk Makanan Yang Mempunyai Jenama Terkenal Dan Berkredibiliti Adalah Berkualiti	31
4.3: Kecenderungan Pengguna Dalam Pembelian Produk Makanan	32
4.3.1: Pengaruh Tempat Asal Produk Dihasilkan	32
4.3.2: Kesanggupan Responden Berbelanja Lebih Untuk Produk Makanan Berkualiti	33
4.3.3: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Corak Pembelian Produk Makanan Responden	34
4.3.4: Pengaruh Jenama	36
4.3.4.1: Taburan Silang Antara Pilihan Jenama Semasa Pembelian Produk Makanan Dengan Ciri-Ciri Produk Makanan Yang Berkualiti	37
4.3.4.2: Taburan Silang Mengikut Jenis Jenama Pilihan Semasa Pembelian Dengan Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Produk Makanan	39
4.3.4.3: Taburan Silang Mengikut Jenis Jenama Pilihan Semasa Pembelian Dengan Faktor Lain Yang Mempengaruhi Pembelian Produk Makanan	40
4.3.4.4: Hubungan Antara Jantina Dengan Pengaruh Jenama Dalam Corak Pembelian	42
4.3.4.5: Hubungan Antara Pengaruh Jenama Dalam Corak Pembelian Dengan Kesanggupan Berbelanja Lebih Membeli Produk Berkualiti	43
4.3.5: Memeriksa Label Makanan	45
4.3.5.1. Maklumat Yang Dicari Pada Label Makanan Pada Produk Makanan	47
4.3.5.2. Taburan Silang Antara Maklumat Pemakanan Jenama Yang Lebih Dipercayai Dengan Sebab Maklumat Pemakanan Jenama Yang Dipilih Dipercayai	48



BAB 5: KESIMPULAN DAN CADANGAN

51

5.1: Kesimpulan

51

5.2: Cadangan

54

RUJUKAN

LAMPIRAN



SENARAI JADUAL

	Halaman
Jadual 2.1: Pengambilan Makanan Yang Dibungkus Mengikut Sektor:1998/2003	14
Jadual 4.1: Demografi Responden ($n = 400$)	26
Jadual 4.2: Hubungan Antara Jantina Responden Dengan Pengaruh Jenama Dalam Corak Pembelian	42
Jadual 4.3: Ujian Khi-Kuasa Dua Antara Jenama Mempengaruhi Corak Pembelian Responden Dengan Kesanggupan Responden Berbelanja Lebih	44
Jadual 4.4: Hubungan Memeriksa Label Dengan Jantina Membeli Produk Berkualiti Hubungan	46



SENARAI RAJAH

		Halaman
Rajah 2.1:	Persepsi dan Penerimaan Pengguna	5
Rajah 2.2:	Model Kualiti Keseluruhan	9
Rajah 4.2:	Maksud Kualiti Makanan Dari Persepsi Pengguna	27
Rajah 4.2:	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualiti Makanan Dari Persepsi Pengguna	29
Rajah 4.3:	Pendapat Responden Tentang Makanan Yang Berkualiti Adalah Selamat.	30
Rajah 4.4:	Pendapat Responden Tentang Produk Makanan Berjenama Terkenal Adalah Berkualiti	31
Rajah 4.5:	Responden Yang Dipengaruhi Oleh Tempat Asal Produk Dihasilkan Dalam Pemilihan dan Pembelian Produk Makanan	32
Rajah 4.6:	Responden Yang Sanggup Berbelanja Lebih Untuk Membeli Produk Makanan Yang Berkualiti.	33
Rajah 4.7:	Faktor Membeli	35
Rajah 4.8:	Pengaruh Jenama Terhadap Responden	36
Rajah 4.9:	Taburan Silang Antara Pilihan Jenama Dengan Ciri-Ciri Produk Berkualiti	38
Rajah 4.10:	Taburan Silang Jenis Jenama Pilihan Dengan Faktor Mempengaruhi Pembelian	39
Rajah 4.11:	Jenis Jenama Pilihan Semasa Pembelian Dengan Faktor Lain Mempengaruhi Pembelian	41
Rajah 4.12:	Peratus Responden Yang Dipengaruhi Oleh Jenama Dalam Corak Pembelian Produk Makanan Mengikut Jantina	43
Rajah 4.13:	Taburan Silang Pengaruh Penama Dalam Pembelian Dengan Berbelanja Lebih Membeli Produk Berkualiti	45
Rajah 4.14:	Responden Memeriksa Label	46
Rajah 4.15:	Hubungan Antara Jantina Dan Memeriksa Label	47
Rajah 4.16:	Maklumat Yang Dicari Pada Label Makanan	48
Rajah 4.17:	Taburan Silang Maklumat Makanan Jenama Yang Dipercayai Dengan Sebab Maklumat Pemakanan itu Dipercayai	49



SENARAI SIMBOL DAN SINGKATAN

>	lebih
<	kurang
χ^2	Khi-kuasa dua
%	Peratus
kg	kilogram
p	Nilai signifikan
r	Korelasi <i>Pearson</i>
ISO	<i>International Standard Organization</i>
JAKIM	Jabatan Kemajuan Islam Malaysia
KKNR	Kolej Kediaman <i>Non-Resident</i>
MARA	Majlis Amanah Rakyat
PTPTN	Perbadanan Tabung Pelajaran Tinggi Nasional
SIRIM	Institut Piawaian dan Penyelidikan Perindustrian Malaysia
SPSS	<i>Statistic Package for Social Sciences</i>
UMS	Universiti Malaysia Sabah



SENARAI LAMPIRAN

- A: *Analisis Multiple Dichotomies*
- B: **Jadual Frekuensi**
- C: **Ujian Khi-Kuasa Dua dan Korelasi**
- D: **Jadual Analisis Taburan Silang**
- E: **Kajian Kes**
- F: **Borang Soal Selidik**
- G: **Surat Iringan Borang Soal Selidik**



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Perkembangan industri makanan yang pesat pada masa kini membolehkan pengguna mempunyai lebih banyak pilihan produk makanan yang pelbagai. Ini termasuklah peningkatan produk makanan yang diimport daripada luar negara. Pilihan produk makanan yang semakin meningkat mewujudkan persaingan yang hebat kepada pengeluar-pengeluar produk makanan untuk menarik perhatian para pelanggan. Selain itu, wujud peluang-peluang pemasaran baru berikutan halangan perdagangan yang semakin dapat ditembusi. Keadaan ini telah menyebabkan perlunya penghasilan produk-produk baru, peningkatan dan penambaan kualiti, jangka hayat penyimpanan produk yang lebih lama, peningkatan produktiviti serta kos pengeluaran dan pemasaran yang lebih rendah (Sidel & Stone, 1993).

Salah satu kaedah untuk menarik pengguna untuk mencuba dan membeli produk yang dikeluarkan adalah dengan penjenamaan. Penerimaan sesuatu produk baru bagi pengguna amat berkaitan dengan kebolehpercayaan atau kredibiliti jenama produk tersebut. Ini kerana jenama bertindak sebagai isyarat kepada kedudukan sesuatu produk itu dipasaran. Kecenderungan pengguna menilai jenama semasa memilih produk menunjukkan jenama adalah antara salah satu faktor yang boleh mempengaruhi sikap dan pilihan pengguna terhadap sesuatu produk (Erdem dan Swait, 2004).



Walaupun bagaimanapun, pengguna pada masa kini semakin bijak dan berwaspada dalam memilih produk makanan. Oleh itu, jenama sahaja tidak cukup untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan pengguna terhadap sesuatu produk terutamanya produk makanan. Pengguna hari ini masih memerlukan isyarat kualiti makanan lain selain daripada jenama seperti pembungkusan, perlabelan serta aspek sensori produk makanan tersebut. Pengguna amat mengambil berat tentang aspek pemakanan dan ciri-ciri kualiti yang lain seperti rasa dan pembungkusan (Grunert, 2002).

Selain daripada aspek kualiti, kesedaran pengguna terhadap keselamatan makanan juga semakin ketara. Ini menyebabkan peranan perlabelan makanan jelas penting untuk membantu pengguna yang semakin sedar akan isu-isu berkaitan dengan pemakanan dan keselamatan makanan. Perlabelan produk makanan yang sesuai membolehkan pengguna mempunyai pengetahuan untuk membuat pilihan berdasarkan isu keselamatan, keagamaan dan moral yang berkaitan. Perkara ini amat penting terutamanya kepada pengguna di Malaysia yang perlu mengenali jenis-jenis produk makanan terutamanya makanan yang dihasilkan melalui modifikasi genetik seperti makanan GMO (*Genetic Modified Organism*), di mana mereka perlu memastikan sama ada makanan tersebut adalah halal atau tidak. Justeru, peranan perlabelan makanan bukan sahaja terhad kepada komposisi dan nilai nutrien semata-mata tetapi juga untuk mempamerkan logo halal yang sah pada pembungkusan makanan (Chin, 2005). Tambahan pula, kini isu alergen turut ditegaskan dalam peranan label makanan. Menurut Mills *et al.* (2004), pengguna yang mempunyai masalah alahan makanan amat memerlukan maklumat bahan-bahan alergen semula jadi yang terkandung dalam produk makanan pada label bagi mengawal keadaan alahan mereka.



Dengan peningkatan persaingan produk jenama tempatan dan antarabangsa, kajian ini dijalankan untuk mengkaji perbandingan kualiti makanan antara produk makanan jenama tempatan dan jenama antarabangsa dari perspektif pengguna. Dengan ini, persepsi pengguna tentang kualiti makanan terhadap produk jenama tempatan dan antarabangsa dapat diketahui. Kajian ini juga memfokuskan faktor kualiti makanan produk makanan jenama tempatan dan antarabangsa melalui perlabelan dan logo halal. Selain itu, kajian ini turut bertujuan untuk mengetahui samaada label makanan dan logo halal mempengaruhi pemilihan dan pembelian produk makanan oleh pengguna.

Sebagai tambahan, kajian kes telah dillakukan bagi mengetahui kecenderungan pilihan dari segi kualiti rasa antara produk jenama tempatan dan antarabangsa (Lampiran E).

1.2 Objektif

- (a) Mengkaji perbandingan kualiti makanan jenama tempatan dan antarabangsa mengikut persepsi pengguna.
- (b) Membandingkan ciri kualiti makanan jenama tempatan dan jenama antarabangsa melalui label makanan dan tanda logo halal.
- (c) Mengkaji faktor yang mempengaruhi pilihan pengguna di antara jenama tempatan dan jenama antaarabangsa.



BAB 2

ULASAN PERPUSTAKAAN

2.1 Kualiti Produk

Kualiti adalah istilah yang mengelirukan. Pemahaman istilah ini bergantung kepentingannya terhadap kecenderungan individu. Juran, (1999) mendefinisikan kualiti sebagai 'kesesuaian untuk penggunaan' manakala Crosby dan Deming memberi definisi kualiti sebagai 'menurut keperluan' (Dilt, 2000). Dari segi produk makanan, frasa yang sesuai adalah: 'Kualiti adalah untuk memenuhi jangkaan pengguna' (Jorgen & Meerdink, 2000).

Pengguna membeli dan menggunakan sesuatu produk untuk pelbagai sebab. Sebahagian daripada sebab-sebab itu merujuk kepada ciri-ciri produk, dan sebahagiannya lagi merujuk kepada sistem pengeluaran. Ianya boleh diterangkan melalui faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik merujuk kepada ciri fizikal produk seperti rasa, tekstur, penampilan, kebolehsimpanan dan nilai pemakanan. Ciri fizikal produk ini akan dijadikan atribut kualiti oleh persepsi pengguna. Jumlah atribut kualiti iaitu faktor intrinsik akan menentukan kualiti sesuatu produk. Faktor ekstrinsik merujuk kepada sistem pengeluaran produk dan termasuk faktor seperti pengguna racun pestisid semasa tumbesaran, bahan pembungkus, teknologi pemproses atau penggunaan bioteknologi untuk mengubah ciri produk. Ianya tidak semestinya mempunyai pengaruh secara langsung terhadap ciri fizikal produk tetapi mempengaruhi penerimaan produk



tersebut oleh pengguna. Jumlah faktor intrinsik dan ekstrinsik menentukan sikap membeli pengguna (Jorgen & Meerdink, 2000). Konsep ini cuba digambarkan melalui Rajah 2.1.



Rajah 2.1: Persepsi dan Penerimaan Pengguna (Jorgen & Meerdink, 2000)

Keseimbangan antara harga, jangkaan kualiti dan tahap penerimaan menentukan sama ada sesuatu produk itu akan berjaya dalam pasaran yang ditentukan (Steenkamp & Van Trijp, 1996). Walaupun terdapat peningkatan tahap kesedaran dikalangan pengguna tentang keperluan sistem pengeluaran yang berterusan dan kesanggupan untuk membayar lebih, kajian terkini (Grunert, 2002) menunjukkan kualiti produk masih merupakan penentu utama kepada sikap pembelian pengguna.

Oleh itu, pengeluar-pengeluar produk baru seharusnya mengenalpasti jangkaan dan keperluan pengguna terutamanya untuk masa akan datang. Ini kerana kualiti yang dijangkakan oleh pengguna tercetus daripada ciri-ciri yang ada pada sesuatu produk selepas pembelian dan penggunaan atau semasa penyediaan. Dari segi tahap keperluan produk tersebut oleh pengguna terutamanya untuk kegunaan seharian ianya bergantung kepada rekaan, pembuatan dan seterusnya kaedah pemasaran oleh syarikat-syarikat yang membangun dan mengeluarkan produk-produk tersebut. Pengguna sebenarnya tidak mengetahui apa yang mereka inginkan sehinggalah mereka melihat produk yang dihasilkan. Respon dan persepsi pengguna terhadap produk yang dihasilkan akan digunakan untuk memperbaiki ciri-ciri produk tersebut mengikut ciri-ciri sebenar yang diingini oleh pengguna (Belik, 2001).

2.1 Kualiti Makanan

Kualiti makanan merupakan yang aspek penting dalam pemprosesan makanan. Ini kerana pengguna amat sensitif terhadap sebarang bentuk kontaminasi pada hasil produk makanan yang terhasil. Oleh itu, kualiti makanan amat bergantung kepada piawaian pemprosesan yang dipraktikkan, dengan mengambil kira bahan-bahan sebagai ramuan yang digunakan untuk memenuhi keperluan dietari serta perkaitan aspek peraturan pemakanan yang melibatkan keagamaan atau keadaan kesihatan.

Definisi kualiti makanan yang paling dipersetujui kesemua individu dari pelbagai latarbelakang dan profesion dalam bidang ini adalah oleh ISO iaitu 'jumlah rekabentuk dan ciri-ciri sesuatu produk atau perkhimatan yang bergantung kepada kemampuannya untuk memenuhi keperluan yang dinyatakan atau dibayangkan (Becker, 1999). Selain didefinisikan dari aspek pemprosesan, kualiti makanan juga adalah kombinasi ciri-ciri



yang terdapat pada satu produk makanan atau atribut-atribut yang memainkan peranan yang penting dalam menjelaskan tahap penerimaan pengguna.

Konsep kualiti makanan boleh dibahagikan kepada dua aspek iaitu: dari aspek subjektif, kualiti makanan adalah instrumen utama yang digunakan oleh pengguna untuk menilai makanan tersebut, yang merujuk kepada ciri-ciri utama aspek sensori yang dapat dikesan dengan segera oleh deria manusia. Secara aspek objektif pula, kualiti makanan melibatkan aspek pemprosesan yang melibatkan kualiti dari segi nilai pemakanan dan keselamatan penggunaannya (Guisti, 1990).

Kualiti makanan dapat didefinisikan dengan mengambil kira beberapa faktor. Terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi kualiti makanan iaitu:

1. Atribut sensori dan organoleptik
2. Keselamatan makanan
3. Nilai pemakanan
4. Sifat-sifat berfungsi komponen yang terkandung dalam makanan tersebut.
5. Daya ketahanan terhadap kerosakkan semasa melalui pemprosesan, penyimpanan, pengangkutan dan keadaan jangka hayat.
6. Psikologikal yang melibatkan kemudahan dari segi penggunaan dan pengendalian.
7. Kapasiti yang dimiliki oleh komponen makanan untuk memberi kesan baik terhadap kesihatan pengguna.

Ketujuh-tujuh faktor ini dirujuk untuk menilai kualiti sesuatu produk makanan. Selain itu, kualiti makanan juga bergantung kepada struktur bahan mentah yang mana semua komponen dalam makanan tersebut dikenalpasti dari sudut pandangan aspek pemakanan dan sensori (Guisti, 1990).



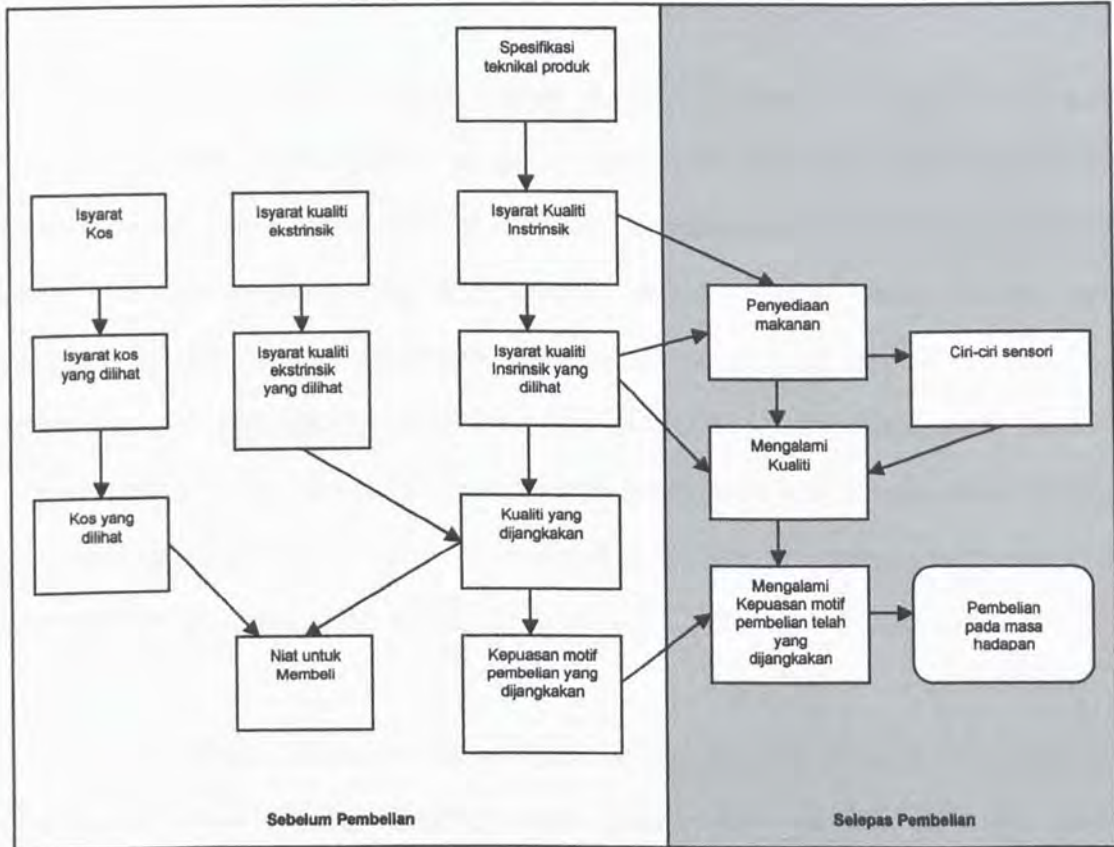
Kualiti makanan dapat didefinisikan dari aspek perlakuan pembelian pengguna. Sebelum pembelian sesuatu produk oleh pengguna, aspek-aspek kualiti utama produk tersebut seperti rasa produk tersebut, tidak dapat dipastikan. Pencarian isyarat-isyarat kualiti sesuatu produk makanan adalah sukar. Justeru, sebelum pembelian dilakukan, pengguna selalunya akan membentuk suatu jangkaan atau persepsi terhadap kualiti sesuatu produk makanan tersebut. Selepas pembelian, produk tersebut akan memberikan 'pengalaman kualiti' kepada pengguna. Ini adalah konsep yang digunakan oleh Grunert *et al.* (1996), untuk membentuk Model Kualiti Makanan Keseluruhan (*Total Food Quality Model*) yang dapat dilihat dalam Rajah 2.1.

Model yang dihasilkan ini merupakan gabungan rangka kerja yang bertujuan untuk menganalisa isu-isu yang berkaitan dengan pilihan makanan pengguna dan persepsi kualiti sesuatu produk makanan tersebut (Grunert, 2002). Model ini menjadi rujukan kepada perlakuan proses pemilihan seterusnya pembelian sesuatu produk makanan oleh pengguna. Maklumat yang digunakan untuk mencetuskan jangkaan kualiti pengguna selalunya akan dikenali sebagai isyarat kualiti (Steenkamp, 1990). Dari model kualiti yang dihasilkan oleh Grunert *et al.* (1996), terdapat perbezaan antara isyarat kualiti instrinsik atau dalaman dan ekstrinsik atau luaran. Isyarat kualiti instrinsik merujuk kepada ciri-ciri fizikal produk tersebut seperti jangkaan rasa melalui warna atau penampilan produk. Isyarat kualiti ekstrinsik pula merujuk kepada ciri-ciri lain pada produk tersebut. Biasanya ia merujuk kepada harga, jenis kedai ianya dijual atau iklan tuntutan tentang produk dan jenama.

Pengalaman pengguna terhadap produk yang terhasil selepas penggunaan selalunya akan mempengaruhi jangkaan permulaan kualiti. Hubungan pengalaman dan



jangkaan kualiti mempengaruhi tahap kepuasan hati pengguna terhadap produk tersebut serta menentukan kebarangkalian pembelian berulang produk tersebut (Grunert, 2002).



Rajah 2.2: Model Kualiti Makanan Keseluruhan (Grunert et al., 1996)

2.2 Penjenamaan

Jenama dapat didefinisikan sebagai satu nama, istilah, tanda, simbol atau rekaan, atau kombinasi antaranya yang bertujuan untuk mengidentifikasikan barangan atau perkhidmatan pengeluar serta untuk membezakannya daripada produk pesaing (Armstrong & Kotler, 2005). Penjenamaan produk atau perkhidmatan dapat membantu pengguna untuk membuat pembelian yang memberikan faedah kepada mereka kerana jenama juga adalah alat komunikasi yang dapat memberitahu pengguna tentang kualiti

produk tersebut. Walaubagaimanapun maksud jenama dari persepsi pelanggan adalah sukar dijelaskan kerana ia adalah unik dan berbeza pada setiap pengguna (Erdem *et al.* 2004).

Jenama dapat dikategorikan kepada dua iaitu; jenama tempatan dan jenama antarabangsa atau jenama global. Jenama tempatan adalah jenama yang hanya wujud dalam satu-satu negara sahaja atau di kawasan geografi yang terhad. Jenama tempatan mempunyai tiga elemen utama iaitu produk, kedudukan dan nama jenama yang bercirikan tempatan. Jenama antarabangsa atau global pula adalah jenama yang mempunyai segmen pasaran yang lebih luas berbanding jenama tempatan. Jenama antarabangsa atau global lebih bertujuan untuk membentuk satu identiti dan imej yang meliputi seluruh negara. Produk, kedudukan jenama dan nama jenama haruslah bercirikan global (Armstrong & Kotler, 2005).

Fungsi jenama telah banyak berkembang dan semakin dinamik. Penjenamaan juga bukan sahaja mewakili syarikat malah jenama juga semakin memberi makna kepada identiti pengguna. Jenama yang lebih dipercayai oleh pengguna juga menggambarkan nilai-nilai politik, budaya serta keagamaan. Oleh itu, jenama bukanlah kepunyaan harta korporat yang perlu dikawal, diurus serta berpengaruh semata-mata tetapi juga adalah harta kebudayaan yang perlu dikongsi serta bervariasi (Evans, 2005a).

2.3 Label Makanan

Label makanan direka untuk membantu pengguna untuk membuat pilihan pemakanan yang sihat (Teisl & Levy, 1997). Tidak seperti piramid makanan, label makanan tidak

