

**KAJIAN TERHADAP RANGSANGAN PEMASARAN YANG
MEMPENGARUHI PEMBELIAN KANTA LEKAP DIKALANGAN
PENGGUNA.**

D'INSPIRATION

- | | | |
|-----------|--------------------------------|--------------------|
| 1. | SUHAILLY BINTI SULAIMAN | 08DPM06F360 |
| 2. | ROSLINA BINTI MD SARION | 08DPM06F376 |
| 3. | ZARINA BT AB RAHMAN | 08DPM06F377 |
| 4. | PARIDAH BINTI YAHAYA | 08DPM06F378 |
| 5. | SARALA A/P SINNADURAI | 08DPM06F407 |

Laporan ini dikemukakan kepada Jabatan Perdagangan sebagai memenuhi sebahagian syarat penganugerahan Diploma Pengajian Perniagaan (Pengurusan)



PENGESAHAN LAPORAN PROJEK

Laporan projek bertajuk “Kajian Terhadap Rangsangan Pemasaran Yang Mempengaruhi Pembelian Kanta Lepak ini telah dikemukakan, disemak serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan keperluan Penilaian Projek seperti yang telah ditetapkan

Disemak Oleh :


Nama Penyelia : Puan Umi Kalthom Binti Abdullah
Tandatangan Penyelia :
Tarikh :


Disahkan Oleh :


Nama Penyelaras : Puan Nor Haziha Binti Hussin
Tandatangan Penyelaras :
Tarikh :



PERAKUAN PELAJAR

“ Kami akui laporan ini adalah hasil kerja sendiri di mana setiap satu nukilannya telah kami jelaskan sumbernya.”

- 1 Tandatangan : 
Nama : Suhailly Binti Sulaiman
No Pendaftaran : 08DPM06F360
Tarikh : 30/5/2007

2. Tandatangan : 
Nama : Roslina Binti Sarion
No Pendaftaran : 08DPM06F376
Tarikh : 30/5/2007

3. Tandatangan : 
Nama : Zarina Bt AB Rahman
No Pendaftaran : 08DPM06F377
Tarikh : 30/5/07

4. Tandatangan : 
Nama : Paridah Binti Yahaya
No Pendaftaran : 08DPM06F378
Tarikh : 30/5/2007
5. Tandatangan : 
Nama : Sarala a/p Sinnadurai
No Pendaftaran : 08DPM06F407
Tarikh : 30/5/2007

PENGHARGAAN

Assalamualaikum dan salam sejahtera.

Alhamdulillah bersyukur kehadiran ilahi kerana dengan limpah kurnianya dan inayahnya kami berjaya juga menyiapkan projek perniagaan P 5128 ini dengan jayanya. Walaupun berbagai dugaan dan rintangan yang terpaksa dilalui, ditempuhi sepanjang menjalankan kajian ini, namun dengan berkat serta semangat yang kental, kami dapat menempuhi semua ini dengan penuh kesabaran. Hasil daripada tunjuk ajar dan maklumat yang amat berguna daripada penyelia kami iaitu Puan Umi Kalthom Binti Abdullah, projek perniagaan ini berjaya menemui penyudahnya.

Pertama sekali kami ingin berterima kasih kepada ibunda dan ayahanda kami yang banyak menyokong serta memberikan semangat kepada kami untuk meneruskan bidang yang kami ceburi ini. dan kami juga ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada penyelarasan projek perniagaan iaitu Puan Nor Haziha Binti Hussin yang banyak memberikan panduan dan bimbingan dalam menyelesaikan kajian ini .

Setinggi-tinggi penghargaan kepada pensyarah yang banyak membantu secara tidak langsung sehingga selesai kajian kami. Di samping itu juga, ucapan terima kasih kepada rakan seperjuangan dalam memperlengkapkan lagi pelaksanaan projek semester akhir yang telah kami jalankan dimana dianggotai oleh Suhailly Binti Sulaiman, Roslina Binti Md Sarion, Zarina Bt Ab Rahman, Paridah Binti Yahaya, dan Sarala A/P Sinnadurai.

Jutaan terima kasih kepada ahli kumpulan yang telah bertungkus lumus dalam menyiapkan kajian ini. Segala cabaran dan dugaan yang kami tempuhi adalah amat bermakna dan memberi pengajaran yang amat besar kepada kami. Kerjasama dan tolong ansur amat penting dalam kerja berkumpulan. Kami D ' INSPIRARION ingin memohon maaf sekiranya terdapat kekhilafan yang tidak disengajakan dalam menyiapkan projek ini.

Sekian Terima Kasih.

ABSTRAK

Kajian yang ingin dikaji oleh penyelidik adalah mengenai rangsangan pemasaran ke atas kanta lekap. Rangsangan yang dimaksudkan adalah dari aspek produk, harga, agihan dan promosi. Kanta lekap adalah kanta yang dipakai terus pada mata bagi memperbetulkan kecacatan refraksi. Terdapat tiga jenis kanta lekap iaitu keras, separa keras dan lembut.. Kanta lekap merupakan kepingan plastik nipis dan melengkung yang dilekapkan terus ke bola mata bagi memperbaiki penglihatan. Penyelidik ingin mengetahui apakah yang mendorong pengguna membeli kanta lekap dan adakah semasa pembelian kanta lekap pengguna mengetahui risiko-risiko daripada pemakaian kanta lekap. Sampel bagi kajian penyelidik ialah sebahagian penduduk di Apartment Sri Melewar Seksyen U1 Shah Alam, Selangor untuk membeli iaitu seramai 150 orang. Kaedah kajian yang digunakan oleh penyelidik adalah dengan mengedarkan borang soal selidik kepada pengguna dan juga menemubual penyelaras jualan di England Optical (Giant) Shah Alam. Keputusan yang diperolehi oleh penyelidik adalah pengguna yang menggunakan kanta lekap adalah lebih ramai dan pengguna mengetahui risiko-risiko yang akan dihadapi daripada pemakaian kanta.

ABSTRACT

This research was carried out to identify the marketing stimulation towards contact lens. The objective of this research conducted is to examine the factors of customers buying contact lens. Contact lens is lenses that use to recover disabilities of eyes. There are three types of contact lens such as hard lens, half hard lens and soft lens. Contact lens is a piece of thin plastic that is curve in shape that use to put in eyepiece to recover disabilities of eyes. The objectives research is to know the desire of consumers buying contact lens and did they know the risk of using contact lens. Sample for this research study is half of the residents in Apartment Sri Melewar Section U1 Shah Alam, Selangor that is desire to buy lens is around 150 people. Method that are used in this research is through questionnaires that are distributed among the consumers and make an appointment to interview the sales manager in England Optical (Giant) Shah Alam. As a result, the usage of contact lens is more and most of them know the risk of contact lens.

KANDUNGAN**Muka Surat**

Halaman Judul	i
Pengesahan Laporan Projek	ii
Perakuan Ahli Kumpulan	iii
Penghargaan	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
Senarai Kandungan	viii
Senarai Jadual	xiv
Senarai Rajah	xvii
Senarai Lampiran	xx

BAB	PERKARA	MUKA SURAT
1	Pengenalan	
1.0	Pendahuluan	1
1.1	Latar Belakang Masalah	6
1.2	Pernyataan Masalah	7
1.3	Objektif Kajian	8
1.4	Kepentingan Kajian	8
1.5	Skop Kajian	9
1.6	Batasan Kajian	10
	1.6.1 Masa	10
	1.6.2 Kos	10
1.7	Definisi Istilah	11

2 **ULASAN KARYA TERPILIH**

2.0	Pengenalan	13
2.1	Ulasan Karya Terpilih	13
2.2	Definisi	
2.2.1	Jenis dan Kegunaan Kanta Lepak	15
2.3	Rangsangan Pemasaran	16
2.3.1	Produk	16
2.3.2	Harga	18
2.3.3	Promosi	19
2.3.3.1	Campuran Promosi	20
2.3.4	Agihan	21
2.4	Kesan Penggunaan	23
2.5	Panduan Dan Penjagaan	27

3 **METODOLOGI**

3.0	Pendahuluan	30
3.1	Reka bentuk Kajian	30
3.2	Kaedah Pengumpulan Data	31
3.2.1	Data Primer	32
3.2.1.1	Temuduga	32
3.2.1.2	Soal selidik	33

3.2.2	Data Sekunder	35
3.2.2.1	Buku / Majalah	35
3.2.2.2	Laporan Akhbar	36
3.2.2.3	Risalah	36
3.2.2.4	Internet	37
3.3	Tempat Kajian	37
3.4	Populasi	38
3.5	Sampel	38
3.5.1	Persampelan	39
3.5.2	Kaedah Persampelan Yang Digunakan	39
3.6	Instrument Kajian	40
3.6.1	Bahagian A	
3.6.2	Bahagian B	
3.6.3	Bahagian C	
3.6.4	Bahagian D	
3.7	Keesahan Dan Kebolehpercayaan	42
3.8	Jangkamasa Kajian	43
3.9	Analisis Data	43
4	ANALISI DATA	
4.0	Pengenalan	45
4.1	Temubual Bersemuka	47
4.2	Bahagian A: Latar Belakang Responden	52

4.7	Bahagian B: Rangsangan Pemasaran Yang Mempengaruhi Pembelian Kanta Lepak	62
4.27	Bahagian C :Mengenalpasti Kesan-kesan Daripada Pemakaian Kanta Lepak	102
4.34	Bahagian D : Faktor-faktor Tidak Membeli Kanta Lepak	116
5	PERBINCANGAN, RUMUSAN DAN CADANGAN	
5.0	Pengenalan	128
5.1	Perbincangan	129
5.1.1	Demografi	129
5.1.2	Tahap Penerimaan Dan Sambutan Pengguna TerhadapPemakaian Kanta Lepak	131
5.1.3	Rangsangan Pemasaran Yang Mempengaruhi Pembelian Kanta Lepak Melalui Harga, Produk, Promosi Dan Agihan Di Kalangan Pengguna	132
5.1.4	Kesan Daripada Pemakaian Kanta Lepak	135
5.1.5	Faktor-Faktor Pemakaian Kanta Lepak	136

5.2	Kesimpulan	137
5.3	Cadangan	139
5.3.1	Cadangan Kepada Syarikat Dan Pihak Pengurusan	139
5.3.2	Cadangan Kepada Pengguna	142
5.3.3	Cadangan Dalam Menjalankan Penyelidikan Yang Berkesan	143

SENARAI JADUAL

NO. JADUAL	TAJUK	MUKA SURAT
2.2.1	Jenis Dan Kegunaan Kanta Lepak	15
3.2.1.3	Pemarkahan Item-Item Skala Likert	34
4.2	Bilangan Responden Pengikut Jantina	52
4.3	Bilangan Responden Mengikut Umur	54
4.4	Bilangan Responden Mengikut Bangsa	56
4.5	Bilangan Responden Mengikut Status	58
4.6	Responden Yang Memakai dan Tidak Memakai Kanta Lepak	60
4.7	Faktor-faktor Utama Pemakaian Kanta Lepak	62
4.8	Jenama Kanta Lepak Yang Digunakan	64
4.9	Jenis Kanta Lepak Yang Digunakan	66
4.10	Lokasi Pembelian Kanta Lepak	68
4.11	Jenama Pencuci Kanta Lepak	70
4.12	Harga Yang Mempengaruhi Pembelian Kanta Lepak	72
4.13	Harga Bersesuaian Dengan Semua Golongan	74
4.14	Harga Kanta Lepak	76
4.15	Pendapat Responden Terhadap Harga Kanta Lepak	78
4.16	Peruntukan Untuk Membeli Kanta Lepak	80
4.17	Tawaran Diskaun Mempengaruhi Pembelian Kanta Lepak	82

4.18	Mengetahui Risiko Pemakaian Kanta Lepak	84
4.19	Kaedah Promosi Yang Mempengaruhi Pembelian	86
4.20	Sumber Perolehan Maklumat Berkaitan Kanta Lepak	88
4.21	Panduan Pemakaian Kanta Lepak	90
4.22	Lokasi Pembelian Produk Kanta Lepak	92
4.23	Faktor-faktor Membeli Kanta Lepak Di Lokasi Yang Dipilih	94
4.24	Maklumat Yang Perolehi Semasa Membeli Kanta Lepak	96
4.25	Mudah Untuk Mendapatkan Kanta Lepak	98
4.26	Mendapat Maklumat di Tempat Pembelian Kanta Lepak	100
4.27	Pemakaian Kanta Lepak Membantu Penglihatan	102
4.28	Pemakaian Kanta Lepak Yang Lama Akan Menyebabkan Mata Pedih Dan Berair	104
4.29	Kos Penjagaan Kanta Lepak Adalah Mahal	106
4.30	Perlu Mendapatkan Rawatan Sekiranya Mata Dijangkiti Kuman	108
4.31	Pemakaian Kanta Lepak Memudahkan Untuk Melakukan Aktiviti Lasak	110
4.32	Kanta Lepak Tidak Perlu Dicuci Sebelum dan Selepas Penggunaannya	112
4.33	Melakukan Pemeriksaan Mata Pada Masa Yang Telah Disyorkan.	114
4.34	Pemakaian Kanta Lepak Adalah Lebih Selesa	116
4.35	Kurang Pengetahuan Tentang Kanta Lepak	118

4.36	Penggunaan Cermin Mata Lebih Menjimatkan	120
4.37	Kanta Lepak Sukar Dipakai	122
4.38	Harga Kanta Lepak Terlalu Mahal	124
4.39	Memerlukan Penjagaan Yang Rapi	126

SENARAI RAJAH

NO. RAJAH	TAJUK	MUKA SURAT
4.2	Bilangan Responden Mengikut Jantina	52
4.3	Bilangan Responden Mengikut Umur	54
4.4	Bilangan Responden Mengikut Bangsa	56
4.5	Bilangan Responden Mengikut Status	58
4.6	Responden Yang Memakai dan Tidak Memakai Kanta Lepak	60
4.7	Faktor-faktor Utama Pemakaian Kanta Lepak	62
4.8	Jenama Kanta Lepak Yang Digunakan	64
4.9	Jenis Kanta Lepak Yang Digunakan	66
4.10	Lokasi Pembelian Kanta Lepak	68
4.11	Jenama Pencuci Kanta Lepak	70
4.12	Harga Yang Mempengaruhi Pembelian Kanta Lepak	72
4.13	Harga Bersesuaian Dengan Semua Golongan	74
4.14	Harga Kanta Lepak	76
4.15	Pendapat Responden Terhadap Harga Kanta Lepak	78
4.16	Peruntukan Untuk Membeli Kanta Lepak	80
4.17	Tawaran Diskaun mempengaruhi Pembelian Kanta Lepak	82
4.18	Mengetahui Risiko Pemakaian Kanta Lepak	84

4.19	Kaedah Promosi Yang Mempengaruhi Pembelian	86
4.20	Sumber Perolehan Maklumat Berkaitan Kanta Lepak	88
4.21	Panduan Pemakaian Kanta Lepak	90
4.22	Lokasi Pembelian Produk Kanta Lepak	92
4.23	Faktor-faktor Membeli Kanta Lepak Di Lokasi Yang Dipilih	94
4.24	Maklumat Yang Perolehi Semasa Membeli Kanta Lepak	96
4.25	Mudah Untuk Mendapatkan Kanta Lepak	98
4.26	Responden Mendapat Maklumat di Tempat Pembelian Kanta Lepak	100
4.27	Pemakaian Kanta Lepak Membantu Penglihatan	102
4.28	Pemakaian Kanta Lepak Yang Lama Akan Menyebabkan Mata Pedih Dan Berair	104
4.29	Kos Penjagaan Kanta Lepak Adalah Mahal	106
4.30	Perlu Mendapatkan Rawatan Sekiranya Mata Dijangkiti Kuman	108
4.31	Pemakaian Kanta Lepak Memudahkan Untuk Melakukan Aktiviti Lasak	110
4.32	Kanta Lepak Tidak Perlu Dicuci Sebelum dan Selepas Penggunaannya	112
4.33	Melakukan Pemeriksaan Mata Pada Masa Yang Telah Disyorkan.	114
4.34	Pemakaian Kanta Lepak Adalah Lebih Selesa	116
4.35	Kurang Pengetahuan Tentang Kanta Lepak	118

4.36	Penggunaan Cermin Mata Lebih Menjimatkan	120
4.37	Kanta Lepak Sukar Dipakai	122
4.38	Harga Kanta Lepak Terlalu Mahal	124
4.39	Memerlukan Penjagaan Yang Rapi	126

SENARAI LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Borang Soal Selidik
	Jadual Penentuan Saiz Sampel
LAMPIRAN B	Rancangan Pelaksanaan Projek
	Carta Gantt
	Surat Kebenaran Untuk Membuat Kajian
LAMPIRAN C	Kedai Penjualan Kanta Lepak
	Jenis-jenis Kanta Lepak
	Jenama Kanta Lepak