



**FAKTOR-FAKTOR UTAMA YANG
MEMPENGARUHI NIAT PEMBELIAN PRODUK
TIRUAN DALAM KALANGAN PELAJAR
BERLAINAN 3 FAKULTI DI UNIVERSITI
PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**



MOHAMAD HAFIZ BIN ROSLI

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

2020



**FAKTOR-FAKTOR UTAMA YANG MEMPENGARUHI NIAT
PEMBELIAN PRODUK TIRUAN DALAM KALANGAN
PELAJAR BERLAINAN 3 FAKULTI DI UNIVERSITI
PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

MOHAMAD HAFIZ BIN ROSLI

**KERTAS PROJEK TAHUN AKHIR YANG DIKEMUKAKAN UNTUK
MEMENUHI SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT MEMPEROLEH IJAZAH
SARJANA MUDA PENDIDIKAN (PENGURUSAN PERNIAGAAN)**

**FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

2020

PENGAKUAN

Saya mengakui Projek Tahun Akhir ini adalah hasi kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satu saya jelaskan sumbernya.

Tarikh:

Tandatangan

MOHAMAD HAFIZ BIN ROSLI

D20161074140



PENGHARGAAN

Assalamualaikum dan salam sejahtera pengkaji ucapkan sebagai pembuka laluan bagi coretan penghargaan ini. Setinggi-tinggi ucapan terima kasih kepada Encik Khalizul Khalid selaku penyelia latihan ilmiah pengkaji kerana telah banyak membimbing dan memberi dorongan serta nasihat yang membina sepanjang tempoh penyelidikan. Tanpa bimbingan dan tunjuk ajar daripada pensyarah penyelia yang dihormati maka saya tidak akan dapat menyiapkan tugas ini. Ucapan terima kasih juga saya ucapkan kepada pensyarah-pensyarah yang telah banyak memberi sumbangan sama ada dari segi bentuk fikiran, bahan, masa dan tenaga kalian.

Seterusnya, ucapan terima kasih ditujukan kepada mahasiswa-mahasiswa daripada fakulti Pengurusan dan Ekonomi, fakulti Sains dan Matematik dan fakulti Sains Sukan dan Kejurulatihan atas kesudian dan kerjasama yang telah diberikan untuk membantu saya dalam menyiapkan latihan ilmiah ini. Yang sentiasa memberi sokongan penuh iaitu keluarga saya. Segala pengorbanan dan kasih sayang diberikan memberi kekuatan kepada saya untuk terus melaksanakan latihan ilmiah dengan sempurna. Tidak dilupakan juga rakan-rakan seperjuangan yang banyak memberi sokongan dan galakan sepanjang penulisan latihan ilmiah ini. Kemaafan juga saya pinta sekiranya terdapat kesilapan dan kekurangan maka pengkaji berharap penyelidikan ini dapat memberi sumbangan kepada penyelidik-penyelidik lain pada masa hadapan. Sekian terima kasih.





ABSTRAK

Tujuan kajian ini adalah untuk menentukan faktor-faktor utama yang mempengaruhi niat pembelian produk tiruan dalam kalangan pelajar berlainan 3 fakulti di Universiti Pendidikan Sultan Idris. Sampel kajian terdiri daripada 103 orang mahasiswa yang dipilih berdasarkan persampelan rawak berstrata antara 3 jenis fakulti iaitu Fakulti Pengurusan dan Ekonomi (FPE), Fakulti Sains dan Matematik (FSM) dan Fakulti Sains Sukan dan Kejurulatihan (FSSKJ). Kajian ini menfokuskan kepada 2 jenis faktor iaitu faktor sikap dan faktor norma subjektif. Seterusnya, pengkaji ingin mengenal pasti faktor utama sikap dalam mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan. Selain itu, pengkaji juga ingin mengenal pasti perbezaan latar belakang demografi berkaitan faktor-faktor sikap dan norma subjektif dalam mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan. Di samping itu juga, pengkaji ingin pengkaji ingin mengenal pasti hubungan latar belakang pengajian dengan sikap dan norma subjektif. Data dikumpul dengan menggunakan kaedah soal selidik. Data yang diperolehi di analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis faktor. Hasil dapatan kajian mendapati bahawa faktor utama yang mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan adalah faktor niat. Hal ini kerana, min bagi faktor sikap lebih tinggi daripada faktor norma subjektif. Selanjutnya, menerusi pengujian ujian t dan ANOVA pula mendapati tidak terdapat perbezaan yang signifikan bagi semua pemboleh ubah demografi. Selain itu, bagi pengujian kolerasi pula dilakukan bagi mencari adakah terdapat hubungan antara program pengajian dengan faktor sikap dan norma subjektif dan keputusannya adalah sama bagi kedua-dua faktor iaitu tidak terdapat hubungan signifikan antara fakulti bagi kedua-dua faktor iaitu sikap dan norma subjektif. Kesimpulannya, kajian ini penting untuk melihat punca utama yang mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan dalam kalangan mahasiswa.



**THE MAIN FACTORS BACHELORS FROM THREE DIFFERENCE
FACULTIES IN SULTAN IDRIS UNIVERSITY OF
EDUCATION DETERMINE OF INTENTION
TO PURCHASE COUNTERFEIT GOODS**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the main factors influencing the purchase intentions of counterfeit products among 3 different students at Sultan Idris University of Education. The study sample consisted of 103 students selected based on the random sampling between the three faculties namely Faculty of Management and Economics (FPE), Faculty of Science and Mathematics (FSM) and Faculty of Sports Science and Coaching (FSSKJ). This study focuses on two types of factors, namely attitude factors and subjective norm factors. Further, the researcher wanted to identify the main factors of attitude in influencing the purchase intention of the counterfeit goods. In addition, the researcher also wanted to identify demographic background differences in the factors of attitude and subjective norms in influencing the purchase intention of the counterfeit goods. In addition, the researcher wants the researcher to identify the relationship of the study background with the subjective attitudes and norms. Data were collected using the questionnaire method. The data obtained in the analysis uses descriptive analysis and factor analysis. The findings of the study found that the main factor influencing the purchase intention of the counterfeit goods is the intention factor. This is because the mean of the attitude factor is higher than the subjective norm factor. Further, t tests and ANOVAs found no significant differences for all demographic variables. In addition, for the purpose of correlation testing to find out whether there is a relationship between the program of study and the subjective attitude and subjective norms and the results are the same for both factors, there is no significant relationship between the faculty for the two factors namely attitude and subjective norm. In conclusion, this study is important to look at the major factors that influence the intentions of buying counterfeit goods among students.

**SENARAI KANDUNGAN**

	Muka Surat
HALAMAN JUDUL	ii
PENGAKUAN	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
SENARAI KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	xi
SENARAI RAJAH	xiii
SENARAI SINGKATAN	xiv
SENARAI LAMPIRAN	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.0 Pengenalan	1
1.1 Latar Belakang Kajian.	2
1.2 Pernyataan Masalah	4
1.3 Objektif kajian	6
1.4 Persoalan Kajian	6
1.5 Hipotesis Kajian	7
1.6 Kerangka Konseptual	9
1.7 Definisi Operasi	10
1.7.1 Niat Pembelian	10
1.7.2 Sikap	10
1.7.3 Barangan Tiruan	10
1.7.4 Norma Subjektif	11
1.8 Batasan Kajian	11
1.9 Kepentingan Kajian	12
1.9.1 Mahasiswa	12
1.9.2 Peniaga	12



1.9.3	Institusi Pengajian Tinggi (IPT)	13
1.10	Kesimpulan	13

BAB 2 : TINJAUAN LITERATUR

2.0	Pengenalan	14
2.1	Pembelian Barangan Tiruan Di Malaysia	15
2.2	Barangan Tiruan	16
2.3	Tingkah Laku Pembelian Tidak Beretika	18
2.4	Kerangka Teori	19
2.4.1	Teori Tindakan Beralasan	19
2.4.2	Teori Tingkah Laku Terancang	21
2.5	Sorotan Kajian-Kajian Lepas	26
2.5.1	Faktor Demografi	26
2.5.2	Faktor Sikap	27
2.5.3	Faktor Norma-Subjektif	29
2.6	Rumusan	30

BAB 3 : METODOLOGI KAJIAN

3.0	Pengenalan	31
3.1	Reka Bentuk Kajian	32
3.2	Lokasi Kajian	34
3.3	Populasi, Sampel dan Responden Kajian	35
3.4	Instrumen Kajian	37
3.5	Kajian Rintis	40
3.6	Prosedur Pengumpulan Borang Soal Selidik	42
3.7	Kaedah Analisis Data	42
3.8	Analisis Deskriptif	43
3.9	Analisis Inferensi	43
3.10	Rumusan	45

BAB 4 : DAPATAN KAJIAN

4.0	Pengenalan	46
4.1	Analisis Deskriptif	47
4.1.1	Jantina	47
4.1.2	Umur	48
4.1.3	Fakulti	49
4.1.4	Dana Pendidikan	50
4.1.5	Jumlah Perbelanjaan Sebulan	51
4.1.6	Jumlah Pendapatan Ibu Bapa	53
4.2	Analisis Keseluruhan Berdasarkan Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Barangan Tiruan	54
4.2.1	Faktor Sikap	55
4.2.2	Faktor Norma Subjektif	56
4.3	Pengujian Hipotesis Faktor Sikap Dengan Demografi	57
4.3.1	Sikap dengan Jantina	58
4.3.2	Sikap dengan Umur	59
4.3.3	Sikap dengan Fakulti	59
4.3.4	Sikap dengan Dana Pendidikan	60
4.3.5	Sikap dengan Jumlah Perbelanjaan Sebulan	61
4.3.6	Sikap dengan Jumlah Pendapatan Ibu Bapa	61
4.4	Pengujian Hipotesis Faktor Norma Subjektif Dengan Faktor Demografi	62
4.4.1	Norma Subjektif dengan Jantina	63
4.4.2	Norma Subjektif dengan Umur	63
4.4.3	Norma Subjektif dengan Fakulti	64
4.4.4	Norma Subjektif dengan Dana Pendidikan	65
4.4.5	Norma Subjektif dengan Jumlah Perbelanjaan Sebulan	65
4.4.6	Norma Subjektif dengan Jumlah Pendapatan Ibu Bapa	66
4.5	Pengujian Normaliti	67

4.6	Pengujian Hipotesis Hubungan antara Faktor Kajian dengan Fakulti	68
4.6.1	Hubungan Faktor Sikap dengan Fakulti	68
4.6.2	Hubungan Faktor Norma Subjektif dengan Fakulti	69
4.7	Rumusan	70

BAB 5 : RUMUSAN, PERBINCANGAN, IMPLIKASI, DAN CADANGAN

5.0	Pengenalan	73
5.1	Rumusan Kajian	74
5.2	Perbincangan Kajian	77
5.2.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Barangan Tiruan Dari Segi Faktor Sikap Dan Faktor Norma Subjektif.	78
5.2.2	Latar Belakang Demografi Dalam Mempengaruhi Niat Pembelian Produk Tiruan.	78
5.3	Implikasi Kajian	79
5.4	Batasan dan Cadangan Kajian Lanjutan	81
5.5	Rumusan	81

RUJUKAN

LAMPIRAN

Lampiran A : Borang Soal Selidik	88
Lampiran B : Analisis Data Kajian	91

SENARAI JADUAL

No.	Butiran	Muka Jadual Surat
3.1	Jadual Kaedah Penentuan Saiz Sampel oleh Krejcie dan Morgan (1970)	36
3.2	Jadual Jumlah Populasi dan Jumlah Sampel Responden	36
3.3	Instrumen Soal Selidik	39
3.4	Item Soal Selidik Sikap	39
3.5	Item Soal Selidik Norma Subjektif	67
3.6	Pekali Saiz Cronbach's Alpha	41
3.7	Keputusan Ujian Cronbach's Alpha daripada Item-Item Soal Selidik.	42
3.8	Jadual Penentu Tahap Skor Min	43
3.9	Jadual Penentuan Nilai Pekali Kolerasi Pearson	44
3.10	Jadual Ujian Analisis Data Bagi Mengikut Objektif Kajian	45
4.1	Taburan Responden Mengikut Jenis Jantina	47
4.2	Taburan Responden Mengikut Jenis Umur	48
4.3	Taburan Responden Mengikut Jenis Fakulti	50
4.4	Taburan Responden Mengikut Jenis Dana Pendidikan	51
4.5	Taburan Responden Mengikut Jenis Perbelanjaan Sebulan	52
4.6	Taburan Responden Mengikut Jenis Jumlah Pendapatan Ibu Bapa	53
4.7	Faktor yang mempengaruhi Niat pembelian Barangan Tiruan	54
4.8	Taburan Min dan Sisihan Piawai Berdasarkan Faktor Sikap	55
4.9	Taburan Min dan Sisihan Piawai Berdasarkan Faktor Norma Subjektif	56
4.10	Ujian T menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	58

4.11	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	59
4.12	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	60
4.13	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	60
4.14	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	61
4.15	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	62
4.16	Ujian T menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	63
4.17	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	64
4.18	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	64
4.19	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	65
4.20	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	66
4.21	Ujian ANOVA menunjukkan perbezaan pemboleh ubah kajian.	66
4.22	Keputusan Ujian Kenormalan Pembolehubah Kajian Bagi Konstruk Sikap dengan 3 Jenis Fakulti	67
4.23	Keputusan Ujian Kenormalan Pembolehubah Kajian Bagi Konstruk Norma Subjektif dengan 3 Jenis Fakulti	68
4.24	Ujian Kolerasi Pearson Antara Faktor Sikap dengan Mahasiswa Mengikut 3 Fakulti Berbeza di UPSI	69
4.25	Ujian Kolerasi Pearson Antara Faktor Norma Subjektif dengan Mahasiswa Mengikut 3 Fakulti Berbeza di UPSI	70
5.1	Ringkasan Dapatan Kajian	75



SENARAI RAJAH

No. Rajah		Muka Surat
1.1	Kerangka konseptual kajian yang diadaptasi daripada teori Azjen (1985)	9
2.1	<i>Model Theory of Planned Behavior</i>	23
2.2	Rajah yang diadaptasi dari Teori Tindakan Beralasan yang Asal	25
3.1	Carta aliran proses mendapatkan data.	34
4.1	Demografi responden berdasarkan jantina.	48
4.2	Demografi responden berdasarkan umur	49
4.3	Demografi responden berdasarkan fakulti.	50
4.4	Demografi responden berdasarkan dana pendidikan	51
4.5	Demografi responden berdasarkan perbelanjaan sebulan.	52
4.6	Demografi responden berdasarkan jumlah pendapatan ibu bapa.	54



SENARAI SINGKATAN

BASCAP	Business Action to Stop Conterfeiting and Piracy
KPDNKK	Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi Dan Kepenggunaan
UPSI	Universiti Pendidikan Sultan Idris
AT	<i>Attitude</i> (Sikap)
SN	<i>Subjective Norm</i> (Norma Subjektif)
TPB	Teori Tingkah Laku Terancang
FPE	Fakulti Pengurusan dan Ekonomi
FSM	Fakulti Sains dan Matematik
FSSKJ	Fakulti Sains Sukan dan Kejurulatihan
ISMP	Ijazah Sarjana Muda Pendidikan
IPT	Institusi Pengajian Tinggi
USTR	Perwakilan Perdagangan Amerika Syarikat
PBC	<i>Perceived Behavioral Control</i> (Tanggapan Kawalan Tingkah Laku)
PS-E	Tanggapan Efikasi Kendiri
US	<i>United State</i> (Amerika Syarikat)
MANCOVA	Multivariate analysis of covariance
SEM	Pemodelan Persamaan Struktur
PLS	Pengisian Smart Partial Least Square
PLS-SEM	Particle Least Square Partial Structural
ANOVA	<i>Analysis of Variance</i>
AT21	Ijazah Sarjana Muda Pendidikan Pengurusan Perniagaan
AT16	Ijazah Sarjana Muda Pendidikan Sains
AT03	Ijazah Sarjana Muda Pendidikan Sains Sukan
SPSS	<i>Statistical Pakage for the Social Sciences</i>
x	Min



SP

Sisihan Piawai

α

Nilai Signifikan Alpha

PTPTN

Perbadanan Tabung Pendidikan Tinggi Nasional

MARA

Majlis Amanah Rakyat

KPM

Kementerian Peleajaran Malaysia

RM

Ringgit Malaysia





SENARAI LAMPIRAN

- A Soal Selidik
- B Analisis Data Kajian





BAB 1

PENDAHULUAN



1.0 PENGENALAN

Bab ini menerangkan secara keseluruhan tentang kajian yang ingin dilaksanakan dan membincangkan mengenai latar belakang kajian dan mengenal pasti masalah yang dihadapi di dalam pernyataan masalah dalam subtajuk 1.1 dan 1.2. Di dalam subtajuk 1.3 dan 1.4 kajian ini telah membincangkan berkaitan dengan objektif dan persoalan kajian manakala subtajuk 1.5 membincangkan berkaitan hipotesis kajian. Bagi subtajuk 1.6 membincangkan mengenai kerangka konseptual kajian. Seterusnya diikuti subtajuk 1.7 menerangkan berkenaan definisi operasi dan 1.8 pula menerangkan berkaitan dengan batasan kajian. Selepas itu, subtajuk 1.9 berkenaan kepentingan kajian dan yang terakhir merupakan subtajuk 1.10 iaitu kesimpulan.



1.1 LATAR BELAKANG KAJIAN

Perniagaan barangan mewah yang dipalsukan merupakan aktiviti jual beli yang sangat menguntungkan di dalam negara-negara Asia khususnya di negara Cina, Hong Kong, Korea Selatan, Singapura, Taiwan, Thailand, Indonesia dan Malaysia. Pengusaha barangan berjenama tulen mengalami kerugian berjuta-juta dolar setiap tahun kerana pembuatan dan penjualan barangan-barangan mewah palsu tersebut. Selalunya, barangan-barangan mewah berjenama palsu ini ialah kebanyakannya daripada barangan fesyen seperti jenama Nike, Adidas, Uniqlo, Reebok, Converse, Rayban, G-Shock dan lain-lain. Barangan fesyen bukan sahaja menjadi keperluan tetapi juga menjadi gaya hidup bagi sebahagian masyarakat di negara ini.

Fesyen mempunyai pengaruh yang kuat dalam masyarakat. Potensi kuasa beli masyarakat yang besar menjadikan pengeluar barangan terkenal dan mewah bertaraf dunia membuka cawangan kedai mereka di negara kita untuk mengembangkan perniagaan mereka menjadi lebih dikenali dan maju. Seiring dengan perkembangan dalam industri fesyen, tidak boleh dinafikan bahawa barangan palsu juga wujud untuk memenuhi keperluan masyarakat yang tidak mampu memiliki barangan mewah berjenama tulen dan mengambil inisiatif untuk membeli barangan berjenama tiruan.

Pengedaran barangan tiruan berkembang di beberapa negara termasuklah di negara kita Malaysia. Kemajuan teknologi memudahkan pengeluar menghasilkan barangan tiruan. Keinginan pengguna untuk mendapatkan barangan berjenama mewah adalah menjadi sebab wujudnya pasaran barangan tiruan (Djoko Setyabudi, 2018). Pertumbuhan pengeluaran barang tiruan dipengaruhi oleh jumlah penggunaan, dan ternyata barangan tiruan di Malaysia mendapat sambutan yang hangat khususnya bagi kalangan remaja masa kini. Pembeli barangan tiruan berpendapat bahawa apabila mereka membeli barangan tiruan adalah tidak memberi kesan langsung terhadap mereka, iaitu mereka tidak mengalami kerugian malah lebih menguntungkan diri

mereka kerana pembelian barangan tiruan jauh lebih murah berbanding barangan tulen (Tommy, 2012).

Industri barangan mewah melabur dalam jenama mereka untuk meningkatkan popularitinya, prestij, dan imej jenama eksklusif. Pengguna juga cenderung untuk memutuskan untuk membeli barangan mewah atau berprestij kerana imej yang dilampirkan pada barangan mempunyai nilainya tersendiri. Nilai prestij barangan saat ini mendapat perhatian yang tinggi daripada masyarakat dan menganggap barang-barang yang tidak memiliki nilai prestij ini dipandang rendah khususnya barangan buatan tempatan. Nilai prestij merupakan sesuatu benda yang jika individu memilikinya, maka barang tersebut memberi nilai keistimewaan ke atas pemiliknya. Nilai keistimewaan ini bukan sebagai nilai tambah atas fungsi dari barangan tersebut, ia merupakan bertaraf gah kerana mempunyai harga yang mahal dari benda-benda yang lain. Dari sini dapat dilihat bahawa nilai prestij ini mampu mengelompokkan diri masyarakat dengan gaya hidup mewah dan membentuk kelas-kelas sosial masyarakat tersendiri (Dienni Ruhjatini, 2016).

Bian dan Moutinho mendefinisikan '*counterfeiting*' atau barangan tiruan sebagai salah satu perbuatan penyalahgunaan ke atas jenama perniagaan yang sama sehingga disalahgunakan hak jenama perniagaan yang sebenar (Fernandes, 2012). Secara teknikalnya, '*counterfeiting*' merujuk pada penyalahgunaan hak jenama perniagaan dan tindakan penghasilan barangan tersebut sengaja dihasilkan serupa dengan barangan tulennya. Hal ini dapat mengelirukan pengguna dalam mencari barangan tulen untuk dibeli. Barangan tiruan adalah barangan haram di mana barangan ini tidak diiklankan melalui media massa seperti majalah atau televisyen. Walau bagaimanapun, kewujudan barangan tiruan dikenali secara meluas kerana peranan norma subjektif.



Dalam memutuskan untuk membeli barangan, sudah tentu seseorang tidak dapat dipisahkan dari pengaruh persekitaran yang berinteraksi dengannya, dari keluarga kepada rakan-rakan. Peredaran barangan tiruan tidak hanya disebabkan oleh kewujudan bekalan barangan, tetapi juga kerana kurangnya pengetahuan umum tentang barangan tiruan dan bahaya pemalsuan (Aisah Widhi, 2018). Hal ini telah mengakibatkan banyak kerugian yang disebabkan oleh penjualan barangan tiruan termasuklah mampu hilangnya pekerjaan, kutipan cukai, dan hasil penjualan (Furnham et al, 2009). Selain itu, '*Business Action to Stop Conterfeiting and Piracy*' (BASCAP) membuat anggaran pada tahun 2015, hasil pemalsuan barangan yang akan terjadi di seluruh dunia mampu mencapai 1.77 trillion dolar Amerika (BASCAP, 2011:45).

1.2 PENYATAAN MASALAH

Penjualan barangan fesyen tiruan sangat menguntungkan di Malaysia. Bahagian Penguatkuasa KPDNKK pada tahun 2011 telah menunjukkan sebanyak 1191 kes telah direkodkan yang melibatkan pelbagai jenis barang tiruan yang dijual oleh peniaga di pusat membeli belah, kedai jalanan dan pasar malam manakala, pada tahun 2012 sebanyak 934 kes, tahun 2013 sebanyak 788 kes dan tahun 2014 sebanyak 2156 kes (Endang Juliarti, 2016). Dalam tempoh 3 tahun tersebut iaitu 2011 hingga 2013, sebanyak 2042 kes yang melibatkan barangan fesyen seperti pakaian, jam tangan, kasut dan cermin mata (Laporan KPDNKK, 2014). Malah, kegiatan penjualan barangan tiruan yang semakin berleluasa juga banyak dilaporkan kerana mendapat sambutan yang sangat dasyat dari pengguna. Menurut Endang Juliarti (2016) lagi, hal ini juga turut mengurangkan kutipan hasil cukai dan keberkesanan serta kredibiliti agensi kerajaan yang dipertanggungjawabkan turut dipersoalkan berikutan penjualan barangan tiruan yang berleluasa di pasaran.

Pasaran barangan tiruan semakin pesat dikeluarkan kerana terdorong oleh permintaan barangan tiruan oleh pengguna yang tumbuh bagaikan cendawan kesan



daripada ‘*Boomerang*’ iaitu satu strategi berterusan oleh pengeluar barangan berjenama mewah untuk meningkatkan jumlah kuantiti jualan dengan membuatkan barangan mereka mudah didapati oleh pengguna (Kapferer dan Michaut, 2014). Objektif sebenar bagi strategi berkenaan adalah pengeluar mampu mempromosikan kepada pengguna dengan barangan tiruan yang mempunyai logo barangan mewah yang tulen pada harga yang rendah bagi pengguna untuk membelinya. Hasilnya, ini membuatkan barangan berjenama mewah dipandang rendah. Hal ini kerana bukan sahaja golongan-golongan atasan sahaja yang mampu memilikinya malahan golongan-golongan bawahan juga tidak terlepas memilikinya.

Secara amnya, majoriti pengguna lebih cenderung untuk membeli barangan mewah tiruan adalah disebabkan oleh penawarannya yang semakin banyak di pasaran yang dijual dengan harga yang murah dan mudah didapati bagi mereka yang mempunyai minat yang mendalam terhadap satu jenama barangan tulen. Hal ini juga disokong oleh Nur Aishah (2009) bahawa harga yang ditawarkan bukan sahaja murah, malahan ia juga melibatkan pelbagai barangan mengikut gaya semasa. Menurut Intan Shafinaz Ahmad et al., (2015) dengan wujudnya lambakan barangan tiruan berjenama mewah ini, hal ini menyebabkan sesiapa sahaja yang berkeinginan untuk memiliki barangan berjenama mewah boleh memilikinya.

Jika terlampau banyak barangan mewah tiruan di pasaran juga akan memberi masalah kepada ekonomi negara. Hal ini disebabkan pendapatan negara menjadi berkurangan kerana cukai yang dihasilkan daripada industri barangan tiruan berkenaan tidak dapat dijana sepenuhnya. Kutipan cukai merupakan sumber pendapatan utama di Malaysia. Menurut Rosiati Ramli et al., (2017), cukai pendapatan menyumbang lebih 50 peratus kepada Bajet Persekutuan Malaysia, manakala cukai tidak langsung menyumbang sekitar 25 hingga 30 peratus. Di dalam konteks cukai pendapatan, ia hanya dibayar dan dikenakan kepada mereka yang layak sahaja, namun tujuannya masih sama seperti pembayaran untuk cukai dalam negeri. Tujuannya ialah untuk pembangunan negara berdasarkan prinsip perkongsian pendapatan pada semua.



Berdasarkan kesan-kesan negatif yang dinyatakan, maka jelaslah bahawa penjualan barangan tiruan banyak memudaratkan dan memberi masalah kepada pengguna mahupun kerajaan. Maka, jelaslah bahawa barangan mewah tiruan tidak wajar disokong serta dibeli kerana mempunyai kesan-kesan negatif bagi pengguna, firma asal dan negara.

1.3 OBJEKTIF KAJIAN

Kajian yang dijalankan berasaskan kepada beberapa objektif yang telah dikenal pasti. Objektif tersebut adalah seperti berikut;

1. Menenalpasti faktor-faktor utama sikap dalam mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan.
2. Menenal pasti perbezaan latar belakang demografi berkaitan faktor-faktor sikap dalam mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan.
3. Menenalpasti hubungan program pengajian dengan faktor sikap dan norma subjektif.

1.4 PERSOALAN KAJIAN

Sehubungan dengan itu, kajian ini bertujuan untuk mencari jawapan bagi persoalan utama kajian, apakah faktor utama sikap yang mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan dalam kalangan pelajar Universiti Pendidikan Sultan Idris. Berdasarkan objektif kajian, tiga soalan kajian telah dibentuk sebagai panduan untuk mencapai objektif kajian iaitu ;

1. Apakah faktor utama sikap yang mempengaruhi niat pembelian produk tiruan?





2. Adakah terdapat perbezaan latar belakang demografi berkaitan faktor-faktor sikap dengan niat pembelian produk tiruan?
3. Adakah mempunyai hubungan program pengajian dengan sikap dan norma subjektif?

1.5 HIPOTESIS KAJIAN

Hipotesis kajian yang dilakukan adalah berdasarkan kepada tujuan utama kajian iaitu untuk melihat faktor-faktor utama sikap yang mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan dalam kalangan pelajar berlainan 3 fakulti di UPSI. Berikut ialah hipotesis-hipotesis yang akan diuji dalam kajian ini :

Persoalan Kajian 1 :



Ho₁ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor sikap dengan niat pembelian barangan tiruan.

Ho₂ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor norma subjektif dengan niat pembelian barangan tiruan.

Persoalan Kajian 2 :

Ho₃ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor sikap dengan jantina responden kajian.

Ho₄ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor sikap dengan umur responden kajian.

Ho₅ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor sikap dengan fakulti responden kajian.



Ho₆ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor sikap dengan dana pendidikan responden kajian.

Ho₇ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor sikap dengan perbelanjaan sebulan responden kajian.

Ho₈ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor sikap dengan jumlah pendapatan ibu bapa responden kajian.

Ho₉ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor norma subjektif dengan jantina responden kajian.

Ho₁₀ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor norma subjektif dengan umur responden kajian.

Ho₁₁ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor norma subjektif dengan fakulti responden kajian.

Ho₁₂ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor norma subjektif dengan dana pendidikan responden kajian.

Ho₁₃ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor norma subjektif dengan perbelanjaan sebulan responden kajian.

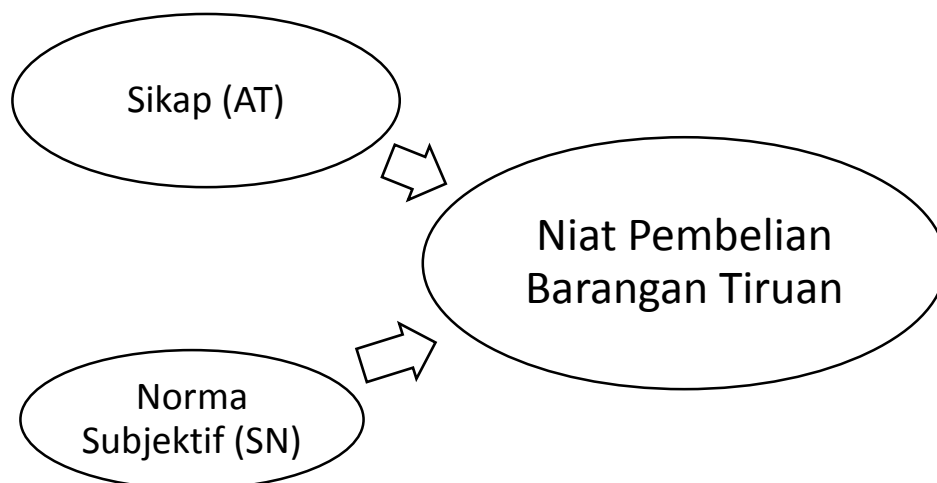
Ho₁₄ : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor norma subjektif dengan jumlah pendapatan ibu bapa responden kajian.

Persoalan Kajian 3 :

Ho₁₅ : Tidak terdapat hubungan antara faktor sikap dengan mahasiswa bagi 3 fakulti yang berlainan di Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Ho₁₆ : Tidak terdapat hubungan antara faktor norma subjektif dengan mahasiswa bagi 3 fakulti yang berlainan di Universiti Pendidikan Sultan Idris.

1.6 KERANGKA KONSEPTUAL



Rajah 1.1 Kerangka Konseptual Kajian

Sumber : Adaptasi daripada Teori Tingkah Laku Terancang (TPB), Ajzen (1985).

Kerangka konseptual yang dirangka ini adalah untuk menjelaskan secara grafik atau gambar rajah pemboleh ubah bebas dan pemboleh ubah bersandar yang dijalankan. Kerangka konseptual dalam kajian ini diadaptasi daripada Teori Tingkah Laku Terancang (1985) yang merangkumi faktor pemboleh ubah bebas dalam kajian ini. Melalui teori ini, kelakuan manusia dipandu oleh tiga jenis pertimbangan iaitu faktor sikap, faktor norma subjektif dan sikap. Namun, dalam kajian ini hanya mengguna pakai dua pemboleh ubah iaitu norma subjektif dan tanggapan kawalan tingkah laku sahaja. Niat pembelian pula merupakan pemboleh ubah bersandar dalam kajian ini. Niat pembelian merujuk kepada niat untuk membeli barangan tiruan dan diukur melalui faktor sikap yang terdorong oleh faktor tanggapan kawalan tingkah laku dan faktor norma subjektif.

1.7 DEFINISI OPERASI

1.7.1 Niat Pembelian

Niat pembelian adalah pengguna telah membuat keputusan untuk membeli sesuatu jenama yang tertentu (Saad Hussain Shah et al., 2012). Niat pembelian diperoleh dari satu proses pembelajaran dan pemikiran yang membentuk sesuatu persepsi (Dirnata, 2017). Niat membeli adalah kecenderungan pembeli untuk membeli barangan berjenama atau membuat reaksi yang mempunyai hubungan dengan pembelian (Assael, 2001).

1.7.2 Sikap

Sikap bermaksud perbuatan atau pandangan yang berdasarkan sesuatu pendapat. Dengan erti kata lain, cara individu merasai dan berfikir tentang sesuatu benda yang mengawal yang mana ia merupakan kefahaman yang sistematik dan diusahakan secara sedar (Wan Noorfatma, 2017). Selain itu, menurut A. Sofiyana (2018) menyatakan bahawa sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Menurutnya lagi, ia dapat disimpulkan bahawa kewujudan sikap tidak dapat dilihat dengan segera, tetapi hanya boleh ditafsirkan terlebih dahulu.

1.7.3 Barangan Tiruan

Menurut kamus Dewan Edisi Keempat, perkataan tiruan bermaksud hasil daripada meniru sesuatu yang tidak tulen atau yang tidak jati. Menurut Fernandes (2012) pula, barangan tiruan merupakan salah satu tindakan penyalahgunaan terhadap jenama

dagangan yang sama sehingga melanggar hak jenama dagangan sebenar. Counterfeiting atau pemalsuan adalah tindakan pelanggaran atau penyalahan terhadap hak legal dari sang pemilik jenama tulen (Dewanthi, 2018).

1.7.4 Norma Subjektif

Menurut Azli Muhammad (2017), norma subjektif merupakan pengaruh sekeliling atau elemen-elemen kemanusiaan, seperti pengaruh ibu ibapa, pengaruh guru-guru, pengaruh rakan sebaya dan pengaruh masyarakat, atau juga elemen-elemen bukan kemanusiaan seperti pengaruh pelbagai jenis media yang diterima oleh seseorang semasa menjalani proses kehidupan.

1.8 BATASAN KAJIAN

Batasan kajian ini adalah tertumpu kepada pelajar-pelajar di tiga fakulti yang berlainan di Universiti Pendidikan Sultan Idris. Fakulti yang dipilih adalah Fakulti Sains dan Matematik (FSM), Fakulti Sains Sukan dan Kejurulatihan (FSSKJ) dan Fakulti Pengurusan dan Ekonomi (FPE). Kajian ini dijalankan ke atas tiga jenis program iaitu I.S.M.P. Pengurusan Perniagaan dari FPE, I.S.M.P. Sains Sukan dari FSSKJ dan I.S.M.P Sains dari FSM. Responden yang terlibat merupakan pelajar tahun akhir iaitu pelajar semester 7 di UPSI.

Pembolehubah yang digunakan dalam kajian ini menfokuskan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan kepada tiga faktor sikap iaitu sikap terhadap perilaku dan faktor norma-norma subjektif. Niat pembelian pula merupakan pemboleh ubah bersandar dalam kajian ini. Niat pembelian merujuk kepada niat untuk membeli barangan tiruan dan diukur melalui faktor sikap yang terdorong oleh faktor sikap terhadap perilaku dan faktor norma-norma subjektif.

1.9 KEPENTINGAN KAJIAN

Kepentingan kajian adalah sesuatu yang memberi makna dan implikasi yang bermanfaat kepada sesuatu pihak. Kepentingan kajian mengetahui faktor-faktor sikap yang mempengaruhi niat pembelian barangan tiruan dalam kalangan pelajar berlainan 3 fakulti di UPSI. Terdapat beberapa kepentingan didapati daripada hasil kajian ini. Antaranya :

1.9.1 Mahasiswa

Kajian ini melibatkan tingkah laku atau sikap mahasiswa dalam niat untuk membeli barangan tiruan. Sebagai mahasiswa sepatutnya lebih terdedah pengetahuan tentang barangan tiruan serta risiko-risiko yang akan dihadapi. Selain itu, kajian ini juga diharapkan supaya memberi kesedaran kepada mereka yang sering membeli barangan tiruan bahawa tindakan mereka salah di sisi undang-undang. Di samping itu, berdasarkan kajian yang dijalankan diharapkan hasil dapatan kajian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penyelidikan lanjutan di masa hadapan.

1.9.2 Peniaga

Hasil kajian ini diharapkan peniaga-peniaga yang terlibat dapat mengambil iktibar sekiranya mereka yang menjual barangan tiruan ini menyedari bahawa perbuatan mereka adalah perbuatan yang salah di sisi undang-undang. Kajian ini diharapkan mampu sedarkan peniaga-peniaga barangan tiruan supaya hentikan penjualan kerana perbuatan tersebut telah menyalahi undang-undang.



1.9.3 Institusi Pengajian Tinggi (IPT)

Institusi pengajian tinggi juga perlu mendedahkan lebih pengetahuan tentang hak pengguna supaya mahasiswa dapat memahami lebih mendalam tentang ilmu tentang ilmu kepenggunaan sebagai seorang pengguna yang betul.

1.10 KESIMPULAN

Bab ini memperkenalkan isu yang berkaitan dengan topik yang sedang dikaji dan menjelaskan idea asas penyelidikan. Secara khusus, bab ini menerangkan secara ringkas keadaan dimana sebab kajian ini perlu dilakukan berhubung dengan niat pembelian barangan tiruan menggunakan teori Tingkah Laku Terancang Ajzen 1991 iaitu kepercayaan tingkah laku, kepercayaan normatif dan kepercayaan kawalan. Seterusnya bab ini membincangkan objektif kajian untuk dicapai soalan-soalan yang perlu ditangani dalam kajian ini, hipotesis-hipotesis untuk diuji, definisi operasi dan struktur keseluruhan laporan kajian ini. Pada bab yang berikutnya, perbincangan tentang kajian-kajian yang sedia ada dan penjelasan terperinci mengenai teori-teori menjadi asas pembentukan rangka kerja penyelidikan dan hipotesis penyelidikan akan dilakukan.

