

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
GELAGAT PEMBELIAN PELAJAR UTP DAN
UITM SERI ISKANDAR TERHADAP
PRODUK PENJAGAAN DIRI
YANG HALAL**

NOR HIDAYAH BT MOHD NOR

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

2022



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GELAGAT PEMBELIAN
PELAJAR UTP DAN UITM SERI ISKANDAR TERHADAP PRODUK
PENJAGAAN DIRI YANG HALAL**

NOR HIDAYAH BT MOHD NOR



**DISERTASI DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK
MEMPEROLEH IJAZAH SARJANA PENDIDIKAN
(PENGURUSAN PERNIAGAAN)
(MOD PENYELIDIKAN DAN KERJA KURSUS)**

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

2022



UPSI/IPS-3/BO 31
Pind.: 01 m/s:1/1



**INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH /
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES**

**BORANG PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS/DISERTASI/LAPORAN KERTAS PROJEK
DECLARATION OF THESIS/DISSERTATION/PROJECT PAPER FORM**

Tajuk / Title: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GELAGAT PEMBELIAN PELAJAR
UTP DAN UTM SERI KANDAR TERHADAP PRODUK PENJAJAANDIRI YANG HALAL

No. Matrik /Matric's No.: M20162001903

Saya / I: NOR HIDAYAH BT MOHD NOR
(Nama pelajar / Student's Name)

mengaku membenarkan Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek (Kedoktoran/Sarjana)* ini disimpan di Universiti Pendidikan Sultan Idris (Perpustakaan Tuanku Bainun) dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-
acknowledged that Universiti Pendidikan Sultan Idris (Tuanku Bainun Library) reserves the right as follows:-

1. Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek ini adalah hak milik UPSI.
The thesis is the property of Universiti Pendidikan Sultan Idris
2. Perpustakaan Tuanku Bainun dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan dan penyelidikan.
Tuanku Bainun Library has the right to make copies for the purpose of reference and research.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan Tesis/Disertasi ini sebagai bahan pertukaran antara Institusi Pengajian Tinggi.
The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.
4. Sila tandakan (✓) bagi pilihan kategori di bawah / *Please tick (✓) for category below:-*

SULIT/CONFIDENTIAL

Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub dalam Akta Rahsia Rasmi 1972. / *Contains confidential information under the Official Secret Act 1972*

TERHAD/RESTRICTED

Mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan ini dijalankan. / *Contains restricted information as specified by the organization where research was done.*

TIDAK TERHAD / OPEN ACCESS

- نور هيداه -
(Tandatangan Pelajar/ Signature)

DR NURUL FADLY HASIDIN
SENIOR LECTURER
(Tandatangan Pengerusi / Signature of Supervisor
& (Nama & Cop Rasmi / Name & Official Stamp)
35900 TANJUNG MAUJI, PERAK
TEL 017-571 7027

Tarikh: 18 APRIL 2022

Catatan: Jika Tesis/Disertasi ini **SULIT @ TERHAD**, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai **SULIT** dan **TERHAD**.

Notes: If the thesis is CONFIDENTIAL or RESTRICTED, please attach with the letter from the organization with period and reasons for confidentiality or restriction.



PENGHARGAAN

Alhamdulillah, dipanjatkan kesyukuran ke hadrat Allah s.w.t kerana dengan limpahkurnia serta keizinanNya yang telah memberi kekuatan dan keupayaan kepada penyelidik untuk menyiapkan kajian ini dalam tempoh yang ditetapkan.

Sekalung penghargaan dan terima kasih tidak terhingga kepada penyelia, Dr Nurul Fadly bin Habidin di atas segala bimbingan, nasihat, perhatian yang tidak ternilai dalam menyelia kertas penyelidikan ini dari permulaan sehingga berjaya menyiapkan penyelidikan ini dengan sempurna. Jasa beliau yang sanggup meluangkan masa dalam urusan penyeliaan ini amatlah dihargai. Terima kasih juga diucapkan kepada Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, UPSI Tanjung Malim, pensyarah-pensyarah daripada USAS, Kuala Kangsar di atas kerjasama secara langsung dan tidak langsung dalam menyiapkan kertas penyelidikan ini.

Terima kasih juga tidak terhingga kepada responden yang terlibat dari UTP dan UITM Seri Iskandar dalam meluangkan masa dalam memberi maklumbalas dengan mengembalikan borang soal selidik yang telah diedarkan kepada mereka. Al-Fatihah dibaca buat ibu yang tersayang Zainap bt Md Noor, yang baru meninggalkan kami dimana banyak memberi semangat dan doa yang tidak pernah putus dan juga kepada ayah Mohd Nor Abd Hamid yang menjadi antara tunjang saya dalam menyiapkan kajian ini. Segunung penghargaan dan ucapan terima kasih tidak terhingga diucapkan juga kepada suami yang tersayang, Noor Fadzli Meor Muat yang banyak berkorban dari segi masa dan tenaga menjaga keluarga sepanjang saya menyiapkan kajian ini dan di atas segala sokongan, pengorbanan, dan doa yang telah mengiringi kejayaan pada hari ini. Jasa kalian amat dihargai, hanya Allah s.w.t sahaja yang dapat membalasnya.





ABSTRAK

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat pembelian dalam kalangan pelajar UTP dan UiTM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal. Terdapat empat faktor yang dinilai didalam kajian ini iaitu sikap, norma subjektif, kawalan terhadap kelakuan dan agama. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif di mana borang soal selidik diedarkan kepada responden yang terdiri daripada pelajar UTP dan UiTM Seri Iskandar. Kajian yang dijalankan melibatkan 400 orang responden. Kaedah persampelan yang digunakan dalam kajian ini adalah persampelan rawak mudah. Dapatan yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan perisian "Statistical Package for Social Science (SPSS) Versi 25.0. Analisis yang dijalankan termasuklah analisis deskriptif, korelasi Pearson dan regrasi berganda. Berdasarkan dapatan kajian, ianya jelas menunjukkan bahawa sikap ($\beta=0.156$, $p<0.05$), norma subjektif ($\beta=-0.156$, $p<0.05$), kawalan ($\beta=-0.191$, $p<0.05$) dan agama ($\beta=0.263$, $p<0.05$) mempunyai hubungan dengan gelagat pembelian yang ditonjolkan oleh responden. Dapatan kajian menerusi analisis regrasi berganda menunjukkan agama merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap gelagat pembelian. Oleh itu, kajian yang dijalankan dapat dikaitkan dengan unjuran Islam untuk menggunakan produk yang berasaskan sumber halal. Dengan adanya kajian ini, ianya memberi gambaran yang jelas tentang kepentingan produk halal terutamanya bagi pengguna Muslim.

Kata kunci: gelagat pembelian, sikap, norma subjektif, kawalan terhadap kelakuan, agama





FACTORS AFFECTING THE PURCHASING BEHAVIOUR OF UTP AND UITM SERI ISKANDAR STUDENTS ON HALAL PERSONAL CARE PRODUCTS

ABSTRACT

This present study was conducted to evaluate the factors which influence consumer buying behaviour among UTP and UiTM Seri Iskandar's students towards halal self-care products. There are four factors evaluated in this present study which are attitude, subjective norms, perceived behavioural control and religiosity. This study adopted quantitative approach where the questionnaire distributed towards the respondents who made up from UTP and UiTM Seri Iskandar. This present study involved 400 respondents. Sampling technique adopted in this present study is simple random sampling. Data were analyzed using the SPSS Statistic Package for Social Science (SPSS) For Version 25.0. Analysis conducted include descriptive analysis, Pearson correlation and multiple regression. The result clearly showed that attitude ($\beta=0.156$, $p<0.05$), subjective norms ($\beta=-0.156$, $p<0.05$), perceived behavioural control ($\beta=-0.191$, $p<0.05$) dan religiosity ($\beta=0.263$, $p<0.05$) had a relationship with the consumer buying behaviour portrayed by the respondents. The multiple regression analysis showed that religiosity factors are is the most influential factor in the consumer buying behaviour. Therefore, the study conducted can be relate with the Islamic regulations to consume halal products. This study provides the overall overview on the importance of consuming halal product especially among Muslim users. Keywords: buying behaviour, attitude, subjective norms, perceived behavioural control, religiosity



KANDUNGAN

	Muka Surat
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	xii
SENARAI RAJAH	xiii
SENARAI SINGKATAN	xiv

1.1	Pendahuluan	1
1.2	Latar Belakang Kajian	3
1.3	Penyataan Masalah	7
1.4	Objektif Kajian	12
1.5	Persoalan Kajian	13
1.6	Hipotesis kajian	14
1.7	Batasan Kajian	15
1.8	Kepentingan Kajian	16
1.9	Penutup	17

BAB 2 TINJAUAN LITERATUR

2.1	Pendahuluan	19
2.2	Halal	20

2.2.1	Konsep Halal	20
2.2.2	Ciri-Ciri Produk Penjagaan Diri yang Halal	24
2.3	Teori Planned Behaviour (TBP)	30
2.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Pelajar UTM dan UITM Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	32
2.4.1	Gelagat pembelian pengguna	32
2.4.2	Sikap dan Gelagat Pemilihan Pembelian Pelajar UTP Dan UITM Seri Iskandar Terhadap Sumber Halal Dalam Produk Penjagaan Diri	35
2.4.2.1	Definisi Sikap	35
2.4.2.2	Hubungan Sikap dan Gelagat Pembelian Pengguna Terhadap Produk Halal	38
2.4.3	Norma Subjektif dan Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan UITM Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	40
2.4.3.1	Definisi Norma Subjektif	40
2.4.3.2	Hubungan Norma Subjektif dan Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan UITM Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri yang halal	42
2.4.4	Kawalan Terhadap Kelakuan dan Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan UITM Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	43
2.4.4.1	Definisi Kawalan Terhadap Kelakuan	43
2.4.4.2	Hubungan Kawalan Terhadap Kelakuan dan Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan UITM Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	45
2.4.5	Agama dan Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan UITM Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	46
2.4.5.1	Definisi Agama	46
2.4.5.2	Hubungan Agama dan Gelagat Pembelian Pengguna Terhadap Produk Halal	49

2.5	Rumusan	50
-----	---------	----

BAB 3 METODOLOGI

3.1	Pengenalan	51
-----	------------	----

3.2	Pendekatan Kajian	52
-----	-------------------	----

3.3	Reka Bentuk Kajian	52
-----	--------------------	----

3.4	Kaedah Pengumpulan Data	55
-----	-------------------------	----

3.5	Instrumen Kajian	58
-----	------------------	----

3.6	Pembolehubah dan Pengukuran	58
-----	-----------------------------	----

3.7	Tafsiran Pembolehubah/Instrumen	59
-----	---------------------------------	----

3.7.1	Pengukuran Kepada Sikap	59
-------	-------------------------	----

3.7.2	Pengukuran Kepada Norma Subjektif	60
-------	-----------------------------------	----

3.7.3	Pengukuran Kepada Kawalan Terhadap Kelakuan	61
-------	---	----

3.7.4	Pengukuran Kepada Agama	61
-------	-------------------------	----

3.7.5	Pengukuran Kepada Gelagat Pembelian Pengguna	62
-------	--	----

3.8	Populasi dan Sampel	62
-----	---------------------	----

3.8.1	Populasi	63
-------	----------	----

3.8.1.1	Populasi pelajar UTP, Seri Iskandar	63
---------	-------------------------------------	----

3.8.1.2	Populasi pelajar UITM, Seri Iskandar	64
---------	--------------------------------------	----

3.8.1.3	Saiz Sampel	64
---------	-------------	----

3.9	Kajian Rintis	65
-----	---------------	----

3.10	Prosedur Pengumpulan Data	66
------	---------------------------	----

3.10.1	Analisis Demografi	66
--------	--------------------	----

3.10.2	Analisis Deskriptif	66
--------	---------------------	----

3.10.3	Analisis Kebolehpercayaan	67
--------	---------------------------	----

3.10.4	Analisis Kolerasi Pearson	68
--------	---------------------------	----

3.11	Proses Pengumpulan Data	69
3.11.1	Data Primer	69
3.11.2	Data Sekunder	69
3.12	Rumusan	70

BAB 4 DAPATAN KAJIAN

4.1	Pendahuluan	72
4.2	Maklumat Demografi	73
4.3	Mengenalpasti Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan UITM Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri Yang Halal	76
4.3.1	Sikap Terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	76
4.3.2	Norma Subjektif Terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	78
4.3.3	Kawalan Terhadap Kelakuan Bagi Produk Penjagaan Diri yang Halal	80
4.3.4	Agama Terhadap Produk Penjagaan Diri Yang Halal	82
4.4	Mengenalpasti Gelagat Pembelian Pengguna Terhadap Produk Penjagaan Diri Yang Halal	84
4.5	Melihat Hubungan Antara Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan UITM Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri Yang Halal.	86
4.5.1	Mengkaji Terdapat Hubungan Signifikan Di Antara Sikap Dan Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan Uitm Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri Yang Halal	86
4.5.2	Mengkaji Hubungan Signifikan Di Antara Norma Subjektif Dan Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan Uitm Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri Yang Halal	87
4.5.3	Mengkaji Hubungan Signifikan Di Antara Kawalan Terhadap Kelakuan Dan Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan Uitm Seri Iskandar Dalam Produk Penjagaan Diri Yang Halal	88

4.5.4	Mengkaji Hubungan Signifikan Di Antara Agama Dan Gelagat Pembelian Pelajar UTP Dan Uitm Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri Yang Halal	89
4.6	Rumusan	91
BAB 5 PERBINCANGAN, RUMUSAN DAN CADANGAN		
5.1	Pendahuluan	92
5.2	Perbincangan	93
5.2.1	Sikap	93
5.2.2	Norma subjektif	96
5.2.3	Kawalan terhadap kelakuan	97
5.2.4	Agama	99
5.2.5	Gelagat pembelian	101
5.3	Implikasi Kajian	101
5.4	Limitasi Kajian	104
5.5	Cadangan	105
5.6	Rumusan	110
RUJUKAN		113

SENARAI JADUAL

No. Jadual		Muka Surat
3.1	Kebolehpercayaan Faktor	65
3.2	Interpretasi Skor analisis deskriptif	67
3.3	Anggaran kekuatan hubungan pekali korelasi	68
4.1	Taburan Maklumat Demografi	75
4.2	Sikap terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	77
4.3	Norma Subjektif terhadap produk Halal dalam Produk Penjagaan Diri	79
4.4	Kawalan terhadap Kelakuan dalam Produk Penjagaan Diri yang Halal	81
4.5	Agama terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	83
4.6	Gelagat Pembelian Pengguna terhadap Sumber Halal dalam Produk Penjagaan Diri	85
4.7	Hubungan Sikap Terhadap Gelagat Pembelian	87
4.8	Hubungan Norma Subjektif Terhadap Gelagat Pembelian	88
4.9	Hubungan Kawalan Terhadap Kelakuan Terhadap Gelagat Pembelian	88
4.10	Hubungan Agama Terhadap Gelagat Pembelian	89
4.11	Model Regresi	90
4.12	ANOVA	90
4.13	Regresi Berganda	91



SENARAI RAJAH

No. Rajah		Muka Surat
2.1.	Model 5 peringkat proses pembelian pengguna	35
3.1.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gelagat Pembelian Pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar Terhadap Produk Penjagaan Diri yang Halal	54





SENARAI SINGKATAN

BMF	Buy Muslim First
IPT	Institut Pengajian Tinggi
KKM	Kementerian Kesihatan Malaysia
NGO	Non-Governmental Organization
SPSS	Statistical Package for Social Science
TPB	Theory of Planned Behavior
TRA	Theory of Reasoned Action
UITM	Universiti Teknologi Mara
UTP	Universiti Teknologi Petronas





BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan



Halal atau dibenarkan atau dibolehkan adalah berasal daripada bahasa arab dimana kata dasarnya adalah halla, yahillu dan hillan. Halal menurut islam bukan sahaja merangkumi daripada aspek pemakanan sahaja, malahan ia turut meliputi dalam aspek perubatan, sumber kegunaan harian yakni produk kecantikan dan perkhidmatan. Dalam hukum syarak, Islam juga menyuruh umatnya untuk mencari sumber yang halal demi keharmonian fizikal dan kehidupan yang lebih baik. Hal ini telah dijelaskan dengan lebih terperinci di dalam surah al-baqarah:173, al-Ana'am:145 dan al-Maidah:99 yang menyimpulkan berkaitan halal dan haram serta kewajipan dalam melakukan pencarian sumber yang halal dan baik. Selain daripada itu, Anas bin Malik juga meriwayatkan dari Rasulullah s.a.w yang bersabda," Mencari yang halal adalah menjadi suatu kewajipan ke atas setiap muslim" (al-Tabarani,t.t.;al- Haithami, 1421H).





Kewajipan dalam mencari sumber yang halal bukan sahaja tertakluk kepada proses dan bahan yang digunakan untuk penghasilan sesuatu produk itu sahaja, tetapi umat islam juga perlulah menggunakan produk yang tidak berbahaya kepada kesihatan pengguna khususnya. Rentetan itu, ianya mendorong kepada pembangunan dan perkembangan industri barangan dan perkhidmatan halal agar permintaan dengan barangan da perkhidmatan halal dapat dipenuhi.

Berdasarkan hadis tersebut, dapat dilihat bahawa islam amat menitik berat pentingnya penjagaan diri dan kesihatan umatnya dimana kesihatan yang baik bukan sahaja merupakan nikmat dan anugerah dari Allah S.W.T yang wajib disyukuri malahan penjagaan kesihatan diri yang baik dapat mempengaruhi ibadat harian yang dijalankan. Islam amat mementingkan aspek kebersihan dan keselamatan bahan-bahan yang diambil oleh umatnya sama ada dari aspek perubatan, pemakanan, produk kecantikan, dan lain-lain.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas dapatlah disimpulkan bahawa adalah menjadi kewajipan kepada umat islam untuk mencari punca atau barangan yang bukan sahaja halal malahan perlu mengikuti patuh syariah. 'Halal' perlulah seiring dengan terma 'thoyyib', dan gabungan terma 'halalan thoyyiban' ini dilihat bersifat amat sempurna di mana dalam menentukan status kehalalan sesuatu produk itu, perlulah diketahui bahawa ia tidak boleh termaktub hanya keatas kandungan sesebuah produk itu sahaja, namun ia perlulah dirangkum dari bahan asas sehinggalah kepada cara pemprosesan dan penghasilannya.





Untuk memenuhi keperluan psikologi dan mendapatkan kesan yang positif dalam fisiologi pelajar khususnya pelajar perempuan, penggunaan produk kosmetik dilihat mampu memenuhi keperluan fizikal pelajar itu sendiri seperti untuk aspek kebersihan diri, kesihatan dan kecantikan. Contohnya, keperluan psikologi juga dilihat memainkan peranan dalam aspek penjagaan diri sendiri serta memenuhi rasa ingin berada dalam keadaan sihat dan sempurna untuk menampung beban psikologi ketika sedang belajar. Selain itu, penggunaan kosmetik yang halal dan baik oleh seseorang individu itu juga dilihat dipengaruhi oleh faktor keagamaan dan berdasarkan faktor ini juga mereka turut mengabaikan produk-produk penjagaan diri yang tidak jelas status halalnya. Namun begitu, kesedaran pelajar-pelajar terhadap pemilihan produk penjagaan diri yang halal khususnya perlu diberi perhatian dan pelbagai aspek perlu diambil berat dari segi faktor-faktor dalam pemilihan produk



1.2 Latar Belakang Kajian

Seiring dengan kemajuan sosial dan pembangunan di Malaysia, pelbagai isu berkaitan halal dibangkitkan dalam kebanyakan industri terutama dalam industri makanan, kosmetik, penjagaan diri dan sebagainya. Isu halal dan haram menjadi isu yang sentiasa berlegar dalam masyarakat di Malaysia terutamanya dalam kalangan pengguna Muslim. Saban tahun, terdapat isu yang menimbulkan banyak masalah kepada pengguna Muslim. Hal ini berikutan oleh pelbagai laporan yang dilaporkan berikutan oleh kekeliruan dalam produk halal disebabkan oleh penyalahgunaan logo halal. Hal ini telah mendapat perhatian dan tindakan yang serius daripada pihak berkepentingan.





Isu halal dan haram dijadikan penekanan dalam memastikan populasi umat Islam tidak dibebani dengan isu ini. Penekanan terhadap isu halal adalah selari dengan peningkatan populasi umat Islam yang semakin meningkat sehingga mendorong kepada peningkatan terhadap permintaan barangan halal. Ianya tidak hanya tertakhluk kepada pengguna di Malaysia sahaja tetapi meliputi masyarakat global. Selari dengan populasi umat Islam dunia yang semakin meningkat, ini akan memberikan sumbangan besar dalam peningkatan penggunaan atau permintaan produk halal di seluruh dunia. Muslim muncul sebagai populasi kedua terbesar di dunia selepas penganut Kristian (Sanep Ahmad dan Mohd Ali Mohd Noor, 2013). Di samping itu, permintaan dengan produk dan perkhidmatan halal adalah berikutan oleh kesedaran pengguna terhadap aspek halal (Mohammad Noorizzuddin Nooh, 2007). Seperti yang sedia maklum, isu halal tidak hanya tertakhluk kepada produk makanan sahaja tetapi turut meliputi produk penjagaan diri. Hal ini penting kerana kandungan bahan dan peralatan yang digunakan memberi pengaruh terhadap isu halal dan haram ini.

Pelbagai organisasi yang berada di Malaysia sama ada NGO atau kerajaan turut mengambil tempat untuk memastikan produk yang halal dan tidak berbahaya dapat diberikan kepada pengguna Islam khususnya. Untuk memastikan status halal bagi sesuatu barangan, Sijil Pengesahan Halal merupakan indikator dalam menentukan kehalalan sesuatu makanan, minuman mahupun barangan. Ianya bertujuan untuk mengelakkan berlakunya kekeliruan dan keraguan yang timbul dalam kalangan pengguna Islam berkaitan dengan status halal. Hal ini kerana secara umumnya pengguna bergantung kepada tanda halal pada produk tersebut dalam menilai status halal bagi sesuatu produk. Tambahan pula, pemilihan produk halal juga bergantung kepada pengetahuan. Seperti yang dilaporkan oleh Norafni et al.,





(2013), pengetahuan tentang produk halal menjadi faktor yang mempengaruhi tingkah laku pengguna terhadap produk halal. Ianya turut disokong oleh Azreen J. dan Rosidah (2014) bahawa pengetahuan pengguna tentang produk halal memberi pengaruh terhadap proses pembelian produk tersebut. Kecenderungan pembeli dalam membeli sesuatu produk halal dipengaruhi seseorang yang berpengetahuan tentang sesuatu produk itu sama ada secara langsung atau tidak langsung. Hal ini disokong oleh Bayu dan Ibnu (2015), yang menyatakan bahawa pengetahuan ke atas produk mempengaruhi secara langsung terhadap niat untuk membeli produk halal.

Namun begitu, hampir setiap tahun di Malaysia menunjukkan pelbagai isu halal yang timbul berikutan masih lagi kurangnya pengetahuan dan kesedaran pengguna terhadap konsep halalal tayyiban. Keadaan ini berlaku disebabkan oleh pengguna mudah terpedaya dengan konsep pemasaran yang dilaksanakan oleh pengeluar di mana mereka berjaya mengaburkan pandangan pengguna. Berikutan itu, adalah penting untuk mempunyai pengetahuan yang mendalam berkenaan dengan konsep halal. Perkara ini sangat penting bagi pengguna Muslim di mana barangan halal menjadi penentu terhadap tingkah laku dan sikap mereka.

Bagi memastikan permintaan dan keperluan pengguna dapat dipenuhi, ramai pengeluar dan usahawan membangunkan industri halal berikutan oleh permintaan yang memberangsangkan dalam kalangan pengguna. Dengan itu, dapat dilihat dengan jelas di mana industri halal di Malaysia telah berkembang merentasi pelbagai arena termasuklah kewangan Islam, makanan, produk gunaan, kosmetik, farmasi, hospitaliti dan pelancongan. Kajian ini akan membincangkan berkenaan faktor-





faktor yang mempengaruhi gelagat pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap sumber halal dalam produk penjagaan diri.

Menurut Farah et al., (2017), Malaysia merupakan sebuah negara yang industri halal secara menyeluruh dan kini menjadi penanda aras kepada negara telah dianggap sebagai salah satu negara pelopor yang memperkenalkan konsep halal kepada negara lain yang ingin terlibat sama dalam industri halal global. Konsep halal tidak hanya tertumpu kepada produk makanan sahaja tetapi meliputi pelbagai cabang produk dan perkhidmatan. Seperti yang dilaporkan oleh Forbes (2018, March 6), industri bagi penjagaan kesihatan dan penjagaan diri di Asia berkembang sebanyak 11.1% pada 2018 di mana ia menggambarkan peningkatan paling tinggi dari seluruh dunia. Sebanyak US\$407 juta telah dibelanjakan oleh negara bagi produk kecantikan khususnya dalam produk kosmetik dan penjagaan diri seperti yang dilaporkan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia dimana Amerika Syarikat, Jepun dan Thailand menjadi pelopor utama dalam pengimportan produk mereka ke Malaysia. Malaysia telah memperuntukkan kira-kira US\$295 juta untuk produk yang diimport dan jika dibandingkan jumlah import dengan saiz penduduk 29.72 juta pada tahun itu, ia sama seperti setiap rakyat Malaysia membelanjakan sebanyak US\$10 juta untuk produk kosmetik dan penjagaan diri (U.S. Commercial Service 2015). Selain itu, sektor kosmetik atau produk penjagaan diri yang halal menyumbang sebanyak 10-20 peratus daripada pasaran kosmetik domestik (Nurul Aini Muhamed et. al., 2016:60). Ini membuktikan bahawa segmen kosmetik halal di Malaysia menjadi salah satu penyumbang besar dalam pertumbuhan ekonomi negara. Situasi perkembangan ini turut didorong oleh taraf kehidupan rakyat semakin tinggi dan kebanyakan daripada mereka mementingkan aspek penjagaan dan kecantikan diri (Darma Ta Siyah, 2015).





Hal ini menggambarkan produk-produk penjagaan diri semakin mendapat tempat seiring dengan peningkatan tahap kesedaran dalam masyarakat berkaitan produk penjagaan diri dalam keperluan harian. Peningkatan ini juga berkait rapat dengan wujudnya medium-medium sosial seperti YouTube, facebook, instagram dan sebagainya sebagai medium pengiklanan produk-produk penjagaan diri dan kosmetik. Namun, malangnya medium-medium ini disalahguna oleh sesetengah pihak bagi mengkomersialkan secara keterlaluan produk-produk penjagaan diri yang tidak diiktiraf oleh KKM yang boleh memberi mudarat kepada pengguna. Metro (2017 Januari 23) melaporkan kesan penggunaan produk-produk terlarang dimana pengguna yang menggunakan produk-produk ini mengalami masalah kesihatan seperti kesan yang teruk kepada kulit, organ dalaman dan sebagainya selepas penggunaannya.



1.3 Penyataan Masalah

Bilangan penduduk Islam dunia semakin meningkat dan hal ini telah mempengaruhi para pengguna terhadap penggunaan produk halal. Menurut Halal Industry Development Corporation (2016), jumlah penduduk Islam dunia adalah seramai 1.8 billion dan dijangka akan mengalami peningkatan kepada 2.2 billion pada tahun 2030. Secara tidak langsung, ianya meningkatkan kadar permintaan pengguna terhadap produk halal. Disebabkan oleh populasi Muslim yang kian bertambah berserta dengan kesedaran dengan aspek halal, produk dan perkhidmatan halal semakin mendapat tempat dalam hati para pengguna bukan sahaja untuk orang yang beragama islam, orang bukan Islam juga memilih produk halal untuk digunakan dalam kehidupan seharian.





Ianya selari dengan permintaan terhadap produk dan barangan halal. Namun begitu, isu berkaitan dengan aspek halal dilihat seringkali mengalami pertikaian. Ianya berlaku berikutan oleh pemalsuan logo halal (Nor Nisma Mohamad Noor & Ezanee Hj. Mohamed Elias, 2016). Perkara ini seringkali berlaku dalam produk makanan. Isu ini seringkali dibangkitkan dan menjadi topik hangat di dada akhbar kerana logo halal dimanipulasikan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Ini adalah disebabkan terdapat banyak penggunaan logo halal yang dibenarkan di Malaysia, di mana para pengeluar produk mengambil kesempatan untuk menipu bagi menarik pelanggan membeli produk mereka (Nurdeng Deuraseh, 2013).

Di samping itu, sikap tidak kisah pengguna terhadap logo halal juga menjadi isu yang kritikal terutamanya dalam kalangan remaja di mana mereka cenderung untuk mencuba produk daripada pasaran luar negara yang tidak jelas tentang kandungan produk tersebut. Perkara ini berada di luar kawalan pihak JAKIM kerana ianya merupakan produk keluaran negara luar. Ianya dapat dilihat dengan jelas menerusi produk penjagaan diri keluaran dari negara Korea yang digemari oleh golongan remaja. Remaja cenderung untuk mencuba produk tersebut berikutan oleh trend semasa dan keinginan untuk kelihatan cantik serta bergaya seperti selebriti Korea. Namun begitu, produk tersebut tidak dinyatakan status halal (Abdul Kadir Mohd Ayub, 2012).

Perkara ini perlu diatasi dengan segera agar tidak menjejaskan kehidupan umat Islam yang sangat menitikberatkan aspek halal. Langkah yang drastik perlu diambil bagi mengekang situasi ini. Dalam konteks produk penjagaan diri atau kosmetik, ia perlulah tidak mengandungi bahan-bahan kimia yang bahaya dan





terlarang serta bersih daripada gelatin atau DNA haiwan seperti khinzir, plasenta atau apa-apa bahan yang bertentangan dengan syariat Islam. Gelatin daripada khinzir biasanya menjadi pilihan berbanding gelatin yang dihasilkan daripada haiwan yang halal atau pun daripada sumber pertanian kerana kosnya lebih murah (Remi Yahya-Ihmael, 2005). Namun begitu, sebagai pengusaha adalah penting untuk menitikberatkan aspek halal bagi memastikan pengguna yakin akan produk yang tersedia di pasaran. Berikutan itu, pengusaha produk hendaklah sedar akan perkara ini agar menghasilkan produk yang menepati keperluan pengguna Islam. Di Malaysia, pengguna khususnya pelajar menghadapi cabaran dalam membuat pilihan bagi produk penjagaan diri. Kekurangan maklumat dan kesedaran dalam mendapatkan maklumat tentang produk halal menjadi asbab berlakunya pemilihan produk penjagaan diri yang tidak halal dikalangan pelajar



Sikap adalah antara faktor yang memainkan peranan dalam pemilihan produk penjagaan diri atau produk halal. Sikap sesetengah pengguna khususnya amat peka dan mementingkan logo halal dalam produk yang dibeli. Namun, kurangnya pengetahuan dan informasi berkenaan produk-produk halal khususnya menjadi kekangan kepada pengguna dalam memilih produk halal dalam kehidupan seharian. Menurut kajian yang dijalankan oleh Hamidah Norman (2017) yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna muslim dalam pembelian produk halal di Sg. Rambai, Melaka, hasil dapatan kajian beliau mendapati bahawa faktor sikap pengguna itu sendiri adalah signifikan terhadap produk-produk halal.

Norma subjektif adalah mengenai persepsi seseorang sama ada dia mahu melakukan atau tidak berkenaan sesuatu perbuatan melalui tekanan pengaruh sosial





(Ajzen,2002). Dalam kajian ini, pengaruh sosial yang dikaji adalah pengaruh yang berkait rapat dengan faktor rakan-rakan atau ibubapa dalam membuat keputusan untuk pemilihan produk halal dikalangan pelajar. Dalam kajian yang dijalankan oleh Nurul Hanis Noor Hasni dan Mastora Mustafa, dapatan kajian melalui pembolehubah norma subjektif adalah positif dan signifikan terhadap pemilihan produk halal dikalangan pelajar UUM. Namun, menurut kajian yang dijalankan oleh Maryam Mat Esa dan Intan Amirah Husna Mohd Nasiri (2019) dalam kajian terhadap faktor yang mempengaruhi kecenderungan pembelian terhadap pemilihan produk makanan halal PKS di Fazz Enterprise, norma subjektif tidak mempengaruhi pengguna dalam membuat pembelian produk halal dimana pembeli akan tetap membuat pemilihan produk halal dimana individu persekitaran tidak memberi pengaruh kepada mereka dalam pemilihan produk halal.



Kawalan terhadap kelakuan adalah tahap kawalan seseorang terhadap tingkah laku dan bagaimana seseorang itu mampu untuk melaksanakan sesuatu tingkah laku tersebut. Ianya boleh diperolehi daripada pengalaman atau keupayaan sama ada dalam bentuk kewangan atau peluang yang diperolehi. Isu yang ingin dikupas adalah adakah pelajar-pelajar di IPT mempunyai sumber kewangan dan pengetahuan yang cukup untuk memperoleh produk-produk berasaskan sumber yang halal. Namun kajian yang dijalankan oleh Nurul Hanis Noor Hasni dan Mastora Mustafa (2017) mendapati bahawa kawalan terhadap kelakuan menyumbang kepada faktor pembelian produk halal kosmetik dalam kalangan pelajar.

Pemilihan makanan halal atau produk halal merupakan isu yang penting bagi penganut islam khususnya. Produk halal selalunya amat sinonim dengan penganut





agama islam berikutan menjadi antara tuntutan yang wajib dipenuhi oleh pengamalnya. Terdapat pelbagai kajian-kajian lepas yang mengkaji faktor keagamaan sebagai penyumbang kepada pemilihan produk halal antaranya seperti kajian yang dijalankan oleh Siti Zanariah Yusoff dan Nor Azura Adzharuddin (2019) yang mengkaji faktor keagamaan dan sikap dalam perkaitan dengan pencarian maklumat produk makanan halal dalam kalangan keluarga islam di Malaysia. Menurut Dr. Kartini Farah Rahim dalam harian Metro (2019 November 26), terdapat pelbagai bahan berbahaya dijumpai dicampur dalam kosmetik yang tidak berdaftar atau bernetifikasi KKM (Kementerian Kesihatan Malaysia), terutama produk diseludup masuk dari negara jiran. Antaranya merkuri, plumbum (lead), arsenik dan sianida yang menyebabkan kekerapan berlakunya alahan dan iritasi kulit. Selain itu, suntikan vitamin C dari golongan bukan profesional dan dengan dos dan kandungan yang berbahaya yang menjadi kegilaan remaja masa kini untuk mendapatkan kulit yang cantik juga boleh menyebabkan masalah kesihatan. Permintaan dari produk-produk yang tidak halal ini adalah berikutan rendahnya tahap kesedaran pengguna serta kekurangan pengetahuan berkenaan informasi produk halal di kalangan pengguna khususnya kepada pelajar. Justeru, pemberian maklumat berguna juga mampu menyumbang kepada perkembangan ilmu pengetahuan pengguna terhadap produk penjagaan diri yang halal (Nailah & Mastora, 2017).

Walaupun terdapat pelbagai kajian yang dijalankan berkaitan konteks halal dalam kalangan pengguna, namun ia dilihat masih kurangnya kajian yang dikaji oleh pengkaji berkaitan pemilihan produk penjagaan diri yang halal yang dikaitkan dikalangan pelajar IPT. Melihat daripada senario di atas, ia membolehkan penyelidik untuk mengkaji gelagat pembelian pengguna menggunakan *Theory of Planned*





Behavior (TPB) dan tambahan pembolehubah agama. Berikutan itu, kajian ini mengetengahkan faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat pembelian pelajar terhadap produk penjagaan diri yang halal. Dengan adanya dapatan kajian ini, ianya sedikit sebanyak dapat memberi pendedahan terutamanya dalam kalangan pengguna Muslim perkara-perkara yang memberi pengaruh terhadap tingkah laku pembelian dalam kalangan pengguna. Isu ini sangat penting untuk dikaji kerana ianya bukan sahaja mempunyai kepentingan dalam aspek ekonomi malah dalam masa yang sama ianya turut melibatkan isu penghasilan produk halal yang berkualiti tinggi sesuai dengan peningkatan taraf hidup penduduk di seluruh dunia. Justeru, menjadi satu keperluan bagi masyarakat Islam untuk memastikan produk penjagaan diri yang digunakan adalah halal. Selain itu, dapatan kajian ini juga diharapkan dapat memberi panduan kepada pengeluar dan peniaga produk penjagaan diri tentang tahap kesedaran pengguna serta dapat memberi pengetahuan dan kefahaman mengenai industri produk penjagaan diri di Malaysia.

1.4 Objektif Kajian

Objektif umum penyelidikan ini ialah untuk memahami sikap, norma subjektif, kawalan terhadap kelakuan dan agama pengguna ke atas gelagat pembelian mereka terhadap sumber halal dalam produk penjagaan diri. Pengguna tersebut adalah terdiri daripada pelajar UITM Seri Iskandar dan UTP Seri Iskandar yang mempunyai pengalaman membeli produk halal.



Objektif khusus penyelidikan ini ialah:

- i. Untuk menentukan hubungan signifikan di antara sikap dengan gelagat pembelian bagi pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal
- ii. Untuk menentukan hubungan signifikan di antara norma subjektif dengan gelagat pembelian bagi pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal
- iii. Untuk menentukan hubungan signifikan di antara kawalan terhadap kelakuan dengan gelagat pembelian bagi pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal
- iv. Untuk menentukan hubungan signifikan di antara agama dengan gelagat pembelian pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal

1.5 Persoalan Kajian

Persoalan penyelidikan yang akan dijawab di dalam penyelidikan ini ialah:

- i. Adakah terdapat hubungan signifikan di antara sikap dengan gelagat pembelian pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal?
- ii. Adakah terdapat hubungan signifikan di antara norma subjektif dengan gelagat pembelian pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal?

- iii. Adakah terdapat hubungan signifikan di antara kawalan terhadap kelakuan dengan gelagat pembelian pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal?
- iv. Adakah terdapat hubungan signifikan di antara agama dengan gelagat pembelian pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal?

1.6 Hipotesis kajian

Hipotesis kajian dibawah menyatakan jangkaan awal pengkaji berkenaan hasil kajian dan antara sifat penting hipotesis yang menunjukkan hubungkait antara pembolehubah pembolehubah dalam kajian.

Hipotesis 1

H₀: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dengan gelagat pembelian dalam kalangan pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal.

Hipotesis 2

H₀: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara norma subjektif dengan gelagat pembelian dalam kalangan pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal.

Hipotesis 3

H₀: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kawalan terhadap kelakuan dengan gelagat pembelian dalam kalangan pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal.

Hipotesis 4

H₀: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara agama dengan gelagat pembelian dalam kalangan pelajar UTP dan UITM Seri Iskandar terhadap produk penjagaan diri yang halal.

1.7 Batasan Kajian

Terdapat beberapa batasan yang dihadapi dalam menyempurnakan penyelidikan ini.

Antara batasan-batasan terhadap penyelidikan ini ialah:

- i. Terdapat beberapa pembolehubah tidak bersandar lain yang mungkin mempengaruhi gelagat pembelian pengguna terhadap produk penjagaan diri yang halal, tetapi penyelidikan ini hanya akan meliputi pembolehubah sikap, norma subjektif, kawalan terhadap kelakuan dan juga agama.
- ii. Oleh kerana terdapat kekangan masa dan keadaan, responden hanya terhadap kepada pelajar pascasiswazah UTP dan UITM Seri Iskandar sahaja. Kawasan geografi yang lebih luas adalah lebih baik untuk mewakili hasil penyelidikan bagi penduduk secara keseluruhan. Menurut Christoper dan Kevin (2003), soal

selidik yang diuji keatas responden yang kecil akan memberi kuasa yang terhad ke atas hasil penyelidikan. Saiz sampel bagi penyelidikan ini adalah kecil dan sebahagian besar responden adalah pelajar sepenuh masa yang tidak bekerja. Oleh itu, mereka mempunyai kuasa beli yang lebih rendah berbanding penduduk yang sebenar.

- iii. Selain itu, faktor kejujuran responden dalam menjawab soal selidik ini juga menjadi penyumbang dalam batasan penyelidikan ini. Sebahagian daripada responden yang menjawab kaji selidik ini akan menjawab dengan jujur tetapi sebahagian lagi mungkin akan menjawab dengan tidak jujur kerana soal selidik itu mungkin memberikan kesan sosial, fizikal dan psikologi kepada responden.
- iv. Kekurangan pengetahuan mengenai sumber halal dalam produk penjagaan diri di kalangan responden juga akan membataskan hasil penyelidikan ini. Ini adalah kerana, setiap responden akan mempunyai persepsi mereka tersendiri dan cara pentafsiran soalan yang dijawab di dalam soal selidik yang diedarkan juga berubah mengikut individu masing masing.

1.8 Kepentingan Kajian

Didalam kajian yang dijalankan, pengkaji mendapati terdapat beberapa kepentingan yang diperoleh yang boleh didapati hasil daripada kajian yang dijalankan seperti

- i. Dapat mempromosikan dengan lebih luas berkenaan dengan Muslim sekaligus dapat meluaskan produk yang berasaskan sumber halal untuk meningkatkan kesedaran dalam kalangan pengguna terutamanya dikalangan pelajar.

- ii. Dapat memperkenalkan kempen yang turut seiring dengan pelbagai budaya dan kaum agar ianya tidak berbaaur perkauman
- iii. Kelebihan menggunakan produk yang berasaskan sumber halal boleh disampaikan menerusi brosur
- iv. Meningkatkan penggunaan dan pengeluaran produk berasaskan sumber yang halal
- iv. Dapat mempengaruhi kualiti bagi produk yang berasaskan sumber halal agar sentiasa konsisten dan menepati piawaian yang ditetapkan sekaligus memenuhi kehendak dan keperluan pengguna
- v. Dapat mempelbagaikan strategi untuk keperluan pengguna
- vi. Mempengaruhi pihak berkuasa tempatan dengan kerjasama pihak-pihak yang berkaitan untuk terlibat dalam isu ini bagi membentuk struktur yang berkesan dan dapat mempengaruhi gelagat pembelian bagi produk yang berasaskan

1.9 Penutup

Di dalam kajian yang dijalankan ini, ia akan mengandungi lima bahagian yang utama. Bahagian yang pertama akan merangkumi bahagian pengenalan dalam penyelidikan, masalah yang dikaji, objektif dalam penyelidikan, kepentingan dalam penyelidikan, skop dan batasan dalam penyelidikan serta organisasi penyelidikan semasa manakala bahagian yang kedua pula mengandungi ulasan karya yang berkaitan dengan penyelidikan. Ulasan yang akan dihuraikan didalam bab ini juga merangkumi ulasan karya setiap pembolehubah bersandar dan pemboleh ubah tidak bersandar dan juga hubungan diantara semua pembolehubah yang dikaji.



Didalam bahagian yang ketiga pula menghuraikan metodologi penyelidikan. Ini termasuklah rangka kerja dalam penyelidikan, hipotesis penyelidikan, pengukuran pembolehubah, reka bentuk persampelan, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis data. Seterusnya, bahagian yang keempat pula akan membincangkan analisis data dan tafsiran hasil daripada penyelidikan. Bahagian yang terakhir iaitu bahagian yang kelima pula akan menerangkan secara ringkas mengenai kesimpulan penyelidikan ini dan cadangan bagi penyelidikan pada masa hadapan.

