

\*\*\*\*\*  
KEBERKESANAN KONSEP PEMASARAN YANG DI AMALKAN  
OLEH YOKOSO SUPAGEDUNG DI PASARAN KUALA LUMPUR  
\*\*\*\*\*

Di sediakan oleh:

NOORASLAN BIN MOHD. DAILAN  
AIMAD NAWAWI ABD. RASHID  
ISMAH HARUN  
NORLAILA MOHD. NOOR  
NORAINI ABD. RAHMAN  
FADZILIA MUSTAFFA JOHARI

DIPLOMA IN BUSINESS STUDIES  
KAJIAN PERNIAGAAN DAN PENGURUSAN  
INSTITUT TEKNOLOGI MARA  
SHAH ALAM

MAY, 1985

## PENGHARGAAN

\*\*\*\*\*

Penulis-penulis ingin menyampaikan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima-kasih kepada semua yang terlibat di atas kerjasama yang telah dihulurkan samada secara langsung atau tidak di dalam memberi bantuan, bimbingan, galakan, nasihat dan kritik yang membina di dalam usaha menyediakan kertas penyelidikan ini.

..

Ucapan terima kasih yang tidak terhingga kami tujukan kepada penasihat kami, Puan Faizah Rahim yang telah bertungkus-lumus dan meluangkan masa untuk membimbing kami bagi menjayakan kajian ini. Beliau juga telah banyak membantu kami dengan memberi sokongan moral dan bantuan tenaga kepada kami.

Penghargaan juga di berikan kepada pihak-pihak yang berikut yang telah membantu kami untuk menjayakan, kajian ini:

1. Mr. Vincent W.S. Lee, <sup>Penjuruteraan</sup> Pengurus Pemasaran Yokoso Supagedung.
2. Miss Magdeline Chia, P.R.O. Yokoso Supagedung
3. Miss Jennical Lim, Pembantu P.R.O. Yokoso Supagedung
4. Kakitangan Yokoso Supagedung
5. Kakitangan Pusat Komputer, IIM Shah Alam.

Akhir sekali, tidak ketinggalan juga penghargaan di berikan kepada semua rakan-rakan sejawat dan orang perseorangan yang turut memberikan bantuan sehingga penyelidikan ini dapat dilaksanakan dengan jayanya.

AHLI-AHLI KUMPULAN 5:-

1. Nooraslan
2. Ahmad Nawawi
3. Isnah
4. Fadzilla
5. Norlaila
6. Noraini

## RINGKASAN

\*\*\*\*\*

Penyelidikan ini bertujuan untuk mengetahui keberkesanan konsep pemasaran yang di amalkan oleh Yokoso SupaGedung di pasaran Kuala Lumpur. Analisa yang sepenuhnya telah di jalankan untuk mengetahui kenyataan ini dan analisa juga di buat samada faktor-faktor sosio-ekonomi mempengaruhi gelagat membeli para responden di Yokoso SupaGedung.

\*\*\*\*\*

PENGHARGAAN . . . . .	i
RINGKASAN . . . . .	ii
SENARAI LAMPIRAN. . . . .	iii
SENARAI JADUAL. . . . .	iv

BAB 1

-----

1.0	Pengenalan. . . . .	1
1.1	Latarbelakang Kajian. . . . .	2
1.1.1	Matlamat syarikat. . . . .	3
1.1.2	Sambutan pengguna. . . . .	3
1.1.3	Struktur organisasi. . . . .	4
1.1.4	Aktiviti-aktiviti syarikat . . . . .	6
1.1.5	Modal dan Syer . . . . .	9
1.1.6	Prospek. . . . .	9
1.2	Penyata Masalah . . . . .	11
1.2.1	Kewujudan. . . . .	11
1.2.2	Campuran Pasaran . . . . .	12
1.2.3	Kemudahan. . . . .	13
1.2.4	Persaingan . . . . .	13
1.3	Objektif. . . . .	14
1.3.1	Campuran pasaran . . . . .	14
1.3.2	Pengurusan secara berkomputer. . . . .	15
1.3.3	Persaingan . . . . .	15
1.3.4	Faktor-faktor sosio-ekonomi. . . . .	15
1.3.5	Cadangan. . . . .	16

1.4	SKOP, BATASAN DAN ANDAIAN . . . . .	17
1.4.1	Skop . . . . .	17
1.4.2	Batasan. . . . .	17
1.4.3.	Andaian. . . . .	20

## BAB 2

---

2.0	KAJIAN BAHAN. . . . .	21
2.1	PASARAYA. . . . .	21
2.1.1	Saiz sampel. . . . .	21
2.1.2	Barang-barang dagangan . . . . .	22
2.2	ANALISA SEKSYEN-SEKSYEN DI SESEBUAH PASARAYA. . . . .	23
2.2.1	Seksyen barang runcit. . . . .	23
2.2.2	Seksyen yang menjual daging. . . . .	23
2.2.3	Bahagian hasil pertanian/tanaman . . . . .	24
2.2.4	Seksyen hasil tenusu . . . . .	24
2.2.5	Seksyen makanan beku . . . . .	24
2.3	SUPAGEDUNG DI MALAYSIA. . . . .	25
2.3.1	Harga. . . . .	26
2.3.2	Kualiti. . . . .	26
2.3.3	Perkhidmatan . . . . .	27
2.3.4	Pilihan barang yang di tawarkan. . . . .	27