

PP

FOTOSTAT TIDAK DIBENARKAN

PANDANGAN PENGGUNA TERHADAP BARANGAN AMWAY
DI KAWASAN PETALING JAYA

Bahagian Perkhidmatan Pembaca
(Bangunan Tambahan)
Perpustakaan Tun Abdul Razak
Institut Teknologi MARA
Shah Alam.



DIN AHMAD MAT SAMAN
NIK FARIDAH SALLEH
ROSINIWATI YAACOB
MOHD RAZIF IDRIS
ZALINA ZAINAL ABIDIN
ROZIHAN MOHD NOOR

DIPLOMA IN BUSINESS STUDIES
INSTITUT TEKNOLOGI MARA

ISI KANDUNGAN

Penghargaan	i - ii
Ringkasan	iii
 <u>Bab 1</u>	
1.0 PENGENALAN	1 - 3
1.1 LATAR BELAKANG KAJIAN	3 - 7
1.2 PENYATA MASALAH	8 - 9
1.3 OBJEKTIF PENYELIDIKAN	10 - 11
1.4 SKOP KAJIAN	12
1.5 HALANGAN PENYELIDIKAN	13
 <u>Bab 2</u>	
2.0 KAJIAN BAHAN	14 - 17
 <u>Bab 3</u>	
3.0 KAEDAH PENYELIDIKAN	18 - 24
 <u>Bab 4</u>	
Bahagian 1	
4.0 ANALISA KAJIAN SELIDIK CIRI-CIRI PENGGUNA BARANGAN AMWAY DI PJ	
4.1 Bangsa	25 - 27
4.2 Jantina	28 - 29
4.3 Taraf perkahwinan	30 - 31
4.4 Ugama	32 - 33
4.5 Umur	34 - 35
4.6 Pekerjaan	36 - 38
4.7 Jumlah Pendapatan	39 - 40

4.8 Taraf pendidikan	41 - 42
----------------------	---------

Bahagian 2

4.2 ANALISA KAJIAN PANDANGAN PENGGUNA BARANGAN AMWAY DI PJ

4.2.1 Jenis barangan Amway yang digemari oleh pengguna	43 -44
4.2.2 Pandangan terhadap kualiti barangan Amway yang dijamin	45 - 46
4.2.3 Pandangan terhadap kualiti barangan Amway	47 -48
4.2.4 Pembungkusan	49 - 55
4.2.5 Harga	56 - 58
4.2.6 Demonstrasi	60 - 62
4.2.7 Kesedaran	62 - 64
4.2.8 Layanan	65
4.2.9 Membeli barangan setelah melihat demonstrasi	66
4.2.10 Dorongan untuk membeli	67 - 68
4.2.11 Cara pengguna memperolehi barangan	69
4.2.12 Analisa ke atas responden yang telah berhenti guna barangan Amway	69 - 70

Bahagian 3

4.3 ANALISA PANDANGAN PENGGUNA TERHADAP HARGA BARANGAN AMWAY MENGIKUT JANTINA DAN PENDAPATAN	71 - 75
--	---------

4.4	ANALISA TERHADAP KEINGINAN PENGGUNA UNTUK TERUS MEMBELI JIKALAU HARGA DINAIKKAN MENGIKUT PENDAPATAN DAN BANGSA	76 - 81
4.5	ANALISA PANDANGAN PENGGUNA TERHADAP DEMONSTRASI YANG DIADAKAN MENGIKUT BANGSA DAN TARAF PENDIDIKAN	82 - 86

Bab 5

5.0	KESIMPULAN DAN CADANGAN	
5.1	KESIMPULAN	87 - 89
5.2	CADANGAN	89 - 96
5.3	RUMUSAN	97

BIBLIOGRAFI

APPENDIK

Penghargaan

Di sini penulis-penulis ingin mengambil kesempatan untuk menyampaikan setinggi-setinggi penghargaan dan mengucapkan ribuan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam memberi kerjasama serta memberi layanan yang memuaskan samada secara langsung atau tidak secara langsung atau tidak secara langsung di dalam memberi bimbingan, galakan, kritik-kritik yang membina, cadangan-cadangan yang bernas dalam menyiapkan kertas penyelidikan ini.

Ucapan terima kasih yang tidak terhingga ingin penulis-penulis tuju-kan kepada Puan Faizah Rahim dari Kajian Perniagaan dan Pengurusan yang bertindak sebagai penasihat kepada kumpulan penulis-penulis. Beliau telah banyak meluangkan masa dalam memberi pertolongan kepada penulis-penulis dalam menyiapkan serta menjayakan penyelidikan ini dengan mem-beri tunjuk ajar serta nasihat-nasihat yang membina. Juga penulis-penulis tidak akan lupa kepada sokongan, galakan, bimbingan serta ke-yakinan yang beliau berikan kepada penulis-penulis. Sesungguhnya pe-nulis-penulis tidak akan lupa pada segala bakti yang beliau curahkan itu.

Penghargaan ini juga ingin penulis-penulis tuju-kan kepada pihak-pihak berikut :-

1. Puan Norma Duli. Penasihat dari Kajian Sain dan Komputer.
2. Miss Lau Sim Kim. Penasihat dari Kajian Sain dan Komputer.
3. Cik Hashimah. Diploma Lanjutan Statistik.
4. Pengku Suhaini Tuan Mat. Diploma Lanjutan Statistik.
5. Cik Azliza ... Rajman. Diploma Lanjutan Pengurusan dan Perniagaan (Pengangkutan)

6. Penduduk-penduduk di sekitar Petaling Jaya yang telah memberi kerjasama dan layanan yang agak memuaskan kepada penulis-penulis dalam menjawab soal selidik yang disediakan.
7. Cik Wahab dan Isteri. Pengedar Terus Barangan Amway.

Akhir sekali tidak ketinggalan juga penulis-penulis ingin sampaikan penghargaan ini kepada rakan-rakan seperjuangan dan orang-orang per-saorangan yang turut memberikan kerjasama dan panduan hingga penyelidikan ini dapat dijalankan dengan jayanya.

Ahli-ahli dalam kumpulan 4

1. Din Ahmad B. Mat Saman
2. Nik Paridah Salleh
3. Rosiniwati Yaacob
4. Rozihan Md. Noor
5. Mohd Razif Idris
6. Zalina Zainal Abidin

FOTOSTAT TIDAK DIBENARKAN ⁱⁱⁱ

Ringkasan (sinopsis)

Asas penyelidikan ini ialah untuk mengetahui pandangan pengguna-pengguna yang pernah atau sedang menggunakan barangan Amway terhadap barangan itu.

Kawasan Petaling Jaya ini terdapat dua buah pusat pengedaran barangan Amway iaitu di Sungai Way dan Jalan Semangat. Oleh itu amat bersesuaian sekali untuk diadakan penyelidikan di kawasan Petaling Jaya ini.

The basis of our research is to know the perception of the consumer that have used or are using the Amway products towards the product.

There are two distribution centres in Petaling Jaya situated at Sungai Way and Jalan Semangat. Therefore it is good to have a research in Petaling Jaya area.

PENGENALAN:

BAB 1

1.1 PENGENALAN

1.1 Adalah menjadi salah satu syarat kelulusan bagi pelajar-pelajar Diploma In Business Studies di ITM untuk menyediakan satu kertas penyelidikan keatas mana-mana topik yang dianggap sesuai yang bersangkutan dengan kursus ini. Oleh itu seperti pelajar-pelajar Diploma In Business Studies yang sebelum kami, maka kami juga diwajibkan menyediakan sebuah kertas penyelidikan yang diberi tajuk 'Persepsi Pengguna Terhadap Barangan Amway'.

1.2 Oleh kerana penyelidikan kami adalah keatas pengguna-pengguna barangan Amway, maka serba sedikit maklumat-maklumat yang telah kami dapati adalah berdasarkan kajiselidik ringkas yang telah kami jalankan terhadap pengguna-pengguna barangan itu di beberapa buah kawasan yang tidak jauh disekitaran ITM memandangkan bahawa ini lebih memudahkan kami dalam menjalankan kajiselidik ini.

Pengguna-pengguna itu adalah terdiri dari penduduk-penduduk di kawasan Petaling Jaya.

1.3 Pemilihan keatas tajuk ini berdasarkan kepada faktor-faktor berikut;

- 1.3.1 Konsep jualan terus yang diamalkan oleh Amway; ber-niaga dengan menjual barangan atau perkhidmatan kepada pelanggan yang puashati dan untuk jangkamasa yang panjang.
- 1.3.2 Masalah untuk mendapatkan barangan tersebut serta rungutan para pengguna terhadap harganya yang agak mahal sedikit berbanding dengan barangan lain.
- 1.3.3 Kejayaan dalam cara memikat para pelanggan dan seterusnya menjadikan mereka ini sebagai pelanggan tetap kepada barangan tersebut di lebih 40 buah negara di dunia termasuk Malaysia.

Memandangkan kepada perkara-perkara yang tersebut diatas, diharapkan melalui perbentangan kertas penyelidikan ini akan dapat sedikit sebanyak memberi maklumat-maklumat kepada individu-individu ataupun pengguna-pengguna barangan Amway mengenai perkembangan dan pelaksanaan sistem jualannya. Penulis juga berharap dapat menunjukkan beberapa kejayaan yang telah diraih oleh syarikat ini semenjak 26 tahun ia ditubuhkan serta mengemukakan beberapa cadangan lain terhadap apa jua jalan bagi mengatasi masalah-masalah yang dihadapinya.

LATARBELAKANG KAJIAN

1.1 LATARBELAKANG KAJIAN

1.1.1 Penubuhan

Amway Corporation ialah sebuah organisasi yang dinamik dan berkembang maju. Ia merupakan salah satu daripada organisasi jualan persendirian yang terbesar dan paling berjaya di dunia.

Pengasas bersama Amway, Rich DeVos dan Jay Van Andel memulakan perniagaan mereka pada tahun 1959 dan hanya memperkilangkan sebuah bahan pencucu pemeliharaan rumah di sebuah bangunan seluas 223 meter persegi.

Tetapi setelah 26 tahun berkembang, Amway mempunyai kemudahan-kemudahan penyelidikan, perkilangan gudang dan pejabat yang kini merentang diatas tapak seluas 120 hektar di Ada, Michigan, Amerika Syarikat.

Amway juga memiliki Nutrilite Products, Inc., yang terletak di Buena Park, California. Nutrilite memaju dan membuat Nutrilite Food Supplements (Tambahan Makanan Nutrilite). Statitrol Products, Inc., sebuah pengilang elektronik berteknologi tinggi terletak di Denver, Colorado, juga merupakan sebuah lagi anak syarikat Amway, seperti mana juga dengan Amway Grand Plaza Hotel di Grand Rapids, Michigan.

Akhir sekali, Amway juga memiliki Mutual Broadcasting System, rangkaian radio yang terbesar di dunia dan yang

pertama menggunakan setelit sepenuhnya untuk penyebaran programnya.¹

1.1.2 Tenaga Kerja

Pengasas bersama Amway, Jay Van Andel dan Rich DeVos masing-masing berkhidmat sebagai Pengerusi Lembaga dan Presiden Amway Corporation, Amerika.

Syarikat-syarikat Amway Corporation antarabangsa terdapat di Malaysia, Jepun, Kanada, Australia, United Kingdom, Hong Kong, Jerman, Perancis, Nederland, Switserland, Taiwan dan Belgium yang kesemuanya mempunyai kakitangan seramai 7,000 orang didalam bahagian operasi.

Disebalik itu, Amway juga mempunyai seramai 1,000,000 orang pengedar dari lebih 40 buah negara yang memasarkan barangan-barangan Amway.

1.1.3 Jualan dan Pemasaran

Konsep jualan didalam Amway merupakan konsep jualan terus dimana pengasasnya telah mempunyai 60 tahun pengalaman dalam bidang ini.² Konsep ini menjalankan pemasaran melalui pengedar-pengedar yang juga merupakan pelanggan, yang

-
1. Cenderamata Ulang Tahun ke 25, Amway Corp., U.S.A., 1984
 2. Panduan Perniagaan AMWAY, SA-2245 MB, 1984.

menjual barangan ini atas dasar orang ke orang.

Pemasaran dilakukan dengan cara demonstrasi untuk mewujudkan keadaan bersemuka (face-to-face), untuk mendapatkan tindakbalas pelanggan yang positif.

1.1.4 Prestasi

Barangan Amway adalah barangan bermutu tinggi, itulah sebabnya setiap pelanggan dijamin dengan Jaminan Kepuasan Amway.¹ Barangan Amway diperbuat mengikut program kawalan mutu yang ketat dan diuji berulang kali untuk memastikan mutu dan prestasi tinggi. Jaminan Kepuasan Amway ialah jaminan kepada pelanggan akan nilai penuh bagi setiap belian barangan Amway.

Jaminan ini diberikan kepada pelanggan andainya ia dapati barangan tersebut tidak memuaskan, maka pihak Amway akan menawarkan gantian tanpa bayaran, atau mengembalikan wang pembelian tersebut sepenuhnya.²

1.1.5 Pelanggan

Disamping memberikan jaminan kepuasan ini, Amway juga melindungi para pelanggannya dengan mengedarkan bersama barangan satu jaminan bertulis.

1. Hakikat Amway, Amway (Malaysia) Sdn. Bhd., 1984.

2. Jaminan Bertulis Yang Khusus, Amway (Malaysia) Sdn. Bhd.

Pelanggan juga diberi peluang untuk menjadi pengedar setelah ianya mencuba serta mengetahui akan mutu barangan Amway ini untuk dikongsi pengalamannya bersama jiran-jiran dan saudara mara disamping mendapat keuntungan daripada jualannya. Maka dengan cara inilah pemasaran barangan Amway berkembang di samping keistimewaan-keistimewaan lain yang diberikan oleh pihak Amway.

1.1.6 Keuntungan

Disamping memberi ganjaran berupa bonus, Amway juga menjamin pengedar-pengedarnya yang gigih, kedudukan kewangan yang teguh melalui pendapatan tambahan ini.

Selain dari itu, pengiktirafan diatas kejayaan para pengedar diterbitkan didalam majalah bulanan, Amagram, terbitan Amway didalam dan diluar negeri.

Peringkat pencapaian bagi setiap pengedar akan diiktirafkan melalui penganugerahan penyemat. Peringkat pencapaian ini mengikut susunan dari atas kebawah:-

- a. Pengedar Terus
- b. Pengedar Terus Delima
- c. Pengedar Terus Mutiara
- d. Pengedar Terus Zamrud
- e. Pengedar Terus Intan
- f. Pengedar Terus Intan Eksekutif
- g. Pengedar Terus Dua Intan
- h. Pengedar Terus Tiga Intan
- i. Pengedar Terus Mahkota
- j. Pengedar Terus Duta Mahkota.

1.1.7 Perkembangan Syarikat Amway

Walaupun bagaimanapun, Amway di Malaysia masih lagi diperingkat awal dimana ianya baru ditubuhkan pada tahun 1976. Tetapi dari tahun tersebut, dengan hanya 5 orang pekerja telah meningkat sebanyak lebih 150 orang dalam masa kini, dalam masa lima tahun sahaja.

Dengan itu jelaslah bahawa Amway Malaysia terus membesar dan kedudukannya menjadi semakin teguh.

Amway Malaysia yang beribu pejabat di Petaling Jaya, Selangor kini mempunyai sebuah pusat pemrosesan data dan telekomunikasi dan sebuah gudang pusat.

Disamping itu, gudang-gudang ditempatkan ditempat-tempat strategik disertata Malaysia Timur.

Amway juga menumpukan perhatiannya kepada masa depan. Dengan terus meluaskan kemudahan, memperbaiki agihan, keadaan teknologi, pengeluaran yang bertambah dan pembaharuan dalam barangan, Amway sentiasa berharap untuk terus berkembang dipasaran-pasaran baru diserta dunia.

PEMYATA MASALAH

1.2 PENYATA MASALAH

1.2.1 Kajiselidik ini dikhususkan kepada sikap pengguna yang meliputi pendapat, pandangan, reaksi serta penerimaan mereka terhadap barangan Amway dari segi harga, quality dan cara ianya diedar kepada pengguna-pengguna.

Kami dapati bahawa kajiselidik yangseumpama ini jarang dilakukan, maka penulis-penulis merasa berbesar hati kerana dapat mengambil kesempatan ini akibat dari keinginan serta minat yang mendalam untuk mengetahui apakah pendapat pengguna terhadap barangan Amway ini. Maka dengan adanya penyelidikan ini, serbasedikit dapat membantu pihak-pihak yang terlibat khasnya pengguna-pengguna barangan Amway untuk menyuarakan pendapat mereka secara terus-menerus kepada pihak Amway dan amnya bagi Syarikat Amway.

1.2.2 Dalam menjalankan dan menjayakan sesebuah organisasi khasnya sebuah perniagaan seperti Amway ini, sudah tentu banyak perkara-perkara ataupun masalah-masalah yang timbul yang mungkin akan menyebabkan ketidaklicinan perjalanan perniagaan ini.

Oleh itu adalah mustahak jika masalah-masalah itu dikenalpasti supaya pihak-pihak yang tertentu dapat menjalankan tindakan yang sewajarnya dalam mengatasi masalah-masalah tersebut supaya keadaan organisasi lebih sempurna dan licin perjalanannya.

Masalah-masalah yang disebutkan diatas adalah seperti berikut;

- 1.2.2.1 Ramai mengatakan bahawa barangan Amway adalah mahal jika dibandingkan dengan barangan lain yang dikeluarkan oleh industri lain. Oleh itu ia mempengaruhi sikap pembelian pengguna.
- 1.2.2.2 Memandangkan penjualan Amway dilakukan secara terus dengan mengadakan demonstrasi ke atas barangan bagi menunjukkan cara-cara penggunaan dan faedah menggunakannya, mungkin ada diantara para pengguna yang salah faham atau tidak begitu faham dengan apa yang diterangkan oleh pengedar.
- 1.2.2.3 Amway mengeluarkan berbagai jenis barangan maka barangan manakah yang paling popular dikalangan pengguna perlu dikenal pasti.

OBJEKTIF

1.3 OBJEKTIF PENYELIDIKAN

Penyelidikan yang dijalankan berdasarkan objektif-objektif seperti berikut :-

1.3.1 Untuk mengetahui apakah pandangan pengguna terhadap barangan Amway.

1.3.2 Untuk mengetahui sistem syarikat pemasaran campuran pemasaran (Marketing Mix).

1.3.2.1 Barangan

Untuk mengetahui barangan yang sering dibeli dan digunakan oleh pengguna.

Untuk mengetahui apakah pandangan pengguna terhadap kualiti dan cara pembungkusan barangan AMWAY.

1.3.2.2 Harga

Untuk mengetahui pandangan pengguna terhadap harga dan perbandingannya dengan kualiti samada pengguna berpuas hati dengan harga dan kualitinya.

1.3.2.3 Tempat

Untuk mengetahui dari mana pengguna mendapat barangan AMWAY dan adakah mereka mendapatkannya secepat mungkin sekiranya mereka keputusan bekalan barangan tersebut.

1.3.2.4 Promosi

Untuk mengkaji sejauh manakah pengguna faham dan tertarik kepada demonstrasi yang dijalankan oleh pihak pengedar barangan AMWAY.

SKOP DAN HALANGAN

12
FOTOSTAT TIDAK DIBENARKAN

1.4 SKOP KAJIAN

Di dalam membuat kertas penyelidikan ini, penulis-penulis merangkakan skop kajian untuk memudahkan lagi penulis-penulis membuat kajian. Skop kajian adalah seperti di bawah ini :-

1.4.2 Kajian hanya ditumpukan di sekitar semua kawasan Petaling Jaya.

1.4.3 Dasar kepada pemilihan kawasan Petaling Jaya ini kerana kawasan ini mempunyai ciri-ciri masyarakat majmuk, keadaan sosio ekonomi yang berbagai peringkat dan sebagainya