

**KAJIAN TERHADAP PERSEPSI AIR ALKALI DALAM KALANGAN
PENDUDUK PERMATANG PAUH**

10DPM13F1033	NURLIYANA BINTI MOHD ANUAR
10DPM13F1063	ARINA SATIRAH BINTI ZIR AZMAN
10DPM13F1066	INTAN FATEHA BINTI NORISAM
10DPM13F1072	NOR FATEHAH BINTI ZAINI
10DPM13F1126	NORHAIDA BINTI ISHAK
10DPM13F1138	EMILIA BINTI JEFRY
10DPM13F1147	NOR SHAFIQKAH BINTI ZULKEFLI

**LAPORAN INI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI
SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT MEMPEROLEH
DIPLOMA PENGAJIAN PERNIAGAAN**

JABATAN PERDAGANGAN

POLITEKNIK SEBERANG PERAI

DISEMBER 2016

PENGESAHAN LAPORAN PROJEK

Laporan projek bertajuk “Kajian Terhadap Persepsi Air Alkali Dalam Kalangan Penduduk Permatang Pauh” ini telah dikemukakan, disemak serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan keperluan penulisan projek seperti yang telah ditetapkan.

Disemak oleh :

Nama Penyelia : Puan Mariati Binti Baharun

Tandatangan Penyelia :



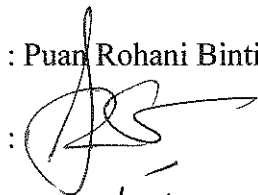
Tarikh :

21/3/2016

Disahkan oleh :

Nama Pensyarah Kursus : Puan Rohani Binti Yusof

Tandatangan Pensyarah Kursus :





Tarikh :


21/3/2016


PENGAKUAN

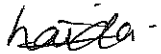
Saya akui karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.


1. Tandatangani : 
Nama : Nurliyana Binti Mohd Anuar
No. Pend : 10DPM13F1033
Tarikh : 31/3/2016


2. Tandatangani : 
Nama : Arina Satirah Binti Zir Azman
No. Pend : 10DPM13F1063
Tarikh : 31/03/16

3. Tandatangani : 
Nama : Intan Fateha Binti Norisam
No. Pend : 10DPM13F1066
Tarikh : 31/03/2016

4. Tandatangan : 
Nama : Nor Fatehah Binti Zaini
No. Pend : 10DPM13F1072
Tarikh : 31/3/2016

5. Tandatangan : 
Nama : Norhaida Binti Ishak
No. Pend : 10DPM13F11126
Tarikh : 21/3/2016

6. Tandatangan : 
Nama : Emilia Binti Jefry
No. Pend : 10DPM13F1138
Tarikh : 21/3/2016

7. Tandatangan : 
Nama : Nor Shafiqkah Binti Zulkefli
No. Pend : 10DPM13F1147
31/3/2016

PENGHARGAAN

Dipanjatkan kesyukuran kepada Yang Maha Pencipta yang memberikan nikmat Islam dan Iman kepada kita semua. Begitu juga dengan rezeki yang dikurniakan dan kesihatan diri yang baik bagi meneruskan tugas sebagai Khalifah Allah di muka bumi ini.

Alhamdulillah syukur kita terhadap Allah s.w.t kerana kami satu kumpulan telah pun sempurna menyelesaikan penyelidikan ini dalam tempoh yang telah ditetapkan. Di kesempatan ini juga kami merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan bersyukur kehadiran Illahi dengan limpah kurniannya kami dapat menyiapkan kajian terhadap persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh. Setinggi-tinggi penghargaan juga diucapkan kepada Puan Mariati Binti Baharun kerana sudi menyelia kami dan memberi peluang serta tunjuk ajar kepada kami dalam menjalani penyelidikan ini. Beliau banyak membantu kami dalam memberikan cadangan dan pendapat yang bernas dalam menyelesaikan penyelidikan ini. Jutaan terima kasih juga diatas kerjasama yang diberikan oleh Puan Rohani Binti Yusof kerana sudi memberikan tunjuk ajar yang amat memberangsangkan sepanjang kami menjalani penyelidikan ini. Segala tunjuk ajar yang diberikan amat dihargai dan akan dijadikan sebagai satu pengalaman serta panduan untuk digunakan pada masa hadapan.

Akhir sekali, kami mengucapkan jutaan terima kasih sekali lagi kepada pihak-pihak yang terlibat diatas sumbangan yang diberikan iaitu pihak Politeknik Seberang Perai serta semua yang turut membantu, memberi tunjuk ajar, nasihat, sokongan dan dorongan yang diberikan. Tanpa tunjuk ajar daripada mereka kami mungkin tidak dapat menyiapkan laporan ini dengan sebaiknya. Sekian, wasalam.

ABSTRAK

Kajian ini dijalankan adalah untuk mengkaji mengenai “Kajian Terhadap Persepsi Air Alkali Dalam Kalangan Penduduk Permatang Pauh”. Justeru itu, pengkaji akan mengkaji tentang objektif kajian iaitu faktor manfaat, harga dan faktor jenama yang akan mempengaruhi persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh. Kajian ini juga untuk mendapatkan maklum balas daripada responden mengenai persepsi air alkali terhadap objektif kajian. Responden kajian terdiri daripada 100 orang responden yang tinggal di sekitar Permatang Pauh dan responden ini dipilih menggunakan kaedah persampelan. Instrumen kajian yang digunakan adalah borang soal selidik di mana borang soal selidik ini dibahagikan kepada dua bahagian iaitu bahagian A dan bahagian B. Hasil dapatan kajian diproses menggunakan sistem SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa ketiga-tiga faktor iaitu faktor manfaat, faktor harga dan faktor jenama mempengaruhi kajian terhadap persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh. Cadangan telah dikemukakan kepada empat pihak yang berkepentingan iaitu pihak pengusaha atau pembekal air, orang awam, penyelidik akan datang, pelanggan atau pengguna.

ABSTRACT

This study is to examine the Study on Alkaline Water Perception Among Permatang Pauh Residence. In addition, researcher will examine the objective study of benefit factor, price factor and brand factor that will influence the Perception of the Alkaline Water Among the Permatang Pauh's Residence and to get feedback from the respondents on perception of alkaline water. An objective of the study respondents comprised of 100 respondents living in the surrounding Permatang Pauh and respondents have been using sample method. The instrument used was a questionnaire where the questionnaire is divided into two parts, part A and part B. The finding were processed using the SPSS (statistical package for social science). Results showed that all three factors, namely benefit factor, price factor, and brand factor influencing Study of Alkaline Water's Perception Among the Permatang Pauh Residence. Suggestion was submit to four stakeholders such as employers or public water suppliers, future researcher, customer or users.

KANDUNGAN		Halaman
PENGESAHAN LAPORAN PROJEK		ii
PENGAKUAN		iii
PENGHARGAAN		v
ABSTRAK		vi
ABSTRACT		vii
KANDUNGAN		viii
SENARAI JADUAL		xi
SENARAI RAJAH		xii
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latarbelakang Masalah	1
1.2	Pernyataan Masalah	2
1.3	Objektif Kajian	4
1.4	Persoalan Kajian	5
1.5	Skop Kajian	5
1.6	Kepentingan Kajian	
	1.6.1 Kepentingan Kepada Pengusaha/Pembekal Air Beralkali	6
	1.6.2 Kepentingan Kepada Orang Awam	6
	1.6.3 Kepentingan Kepada Penyelidik Masa Hadapan	7
	1.6.4 Kepentingan Kepada Pelanggan/Pengguna	7
1.7	Definisi Operasional	
	1.7.1 Persepsi	8
	1.7.2 Air Alkali	8
	1.7.3 Penduduk	8
	1.7.4 Manfaat	9
	1.7.5 Harga	9
	1.7.6 Jenama	10

1.8	Limitasi Kajian	
1.8.1	Data	10
1.8.2	Kerjasama	11
1.8.3	Kewangan	11
1.8.4	Data Sekunder	11

BAB II SOROTAN KAJIAN

2.1	Pendahuluan	12
2.2	Faktor Manfaat	13
2.3	Faktor Harga	15
2.4	Faktor Jenama	17
2.5	Kesimpulan	19

BAB III METODOLOGI KAJIAN

3.1	Pendahuluan	20
3.2	Rekabentuk Kajian	21
3.3	Kaedah Pengumpulan Data	
3.3.1	Data Primer	21
3.3.2	Data Sekunder	22
3.4	Populasi dan persampelan	
3.4.1	Populasi	22
3.4.2	Persampelan	22
3.5	Instrumen Kajian	
3.5.1	Bahagian A	23
3.5.2	Bahagian B	23
3.6	Kaedah Analisis Data	24
3.7	Kesimpulan	25

BAB IV DAPATAN KAJIAN

4.1	Pendahuluan	26
4.2	Analisis Kebolehpercayaan Data	27
4.3	Dapatan Kajian	
4.3.1	Analisis Bahagian A	28

4.3.1.1	Jantina	28
4.3.1.2	Umur	29
4.3.1.3	Pekerjaan	31
4.3.1.4	Pendapatan	32
4.3.2	Analisis Bahagian B	34
4.3.2.1	Faktor Manfaat	35
4.3.2.2	Faktor Harga	37
4.3.2.3	Faktor Jenama	39

BAB V PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

5.1	Pendahuluan	41
5.2	Perbincangan	
5.2.1	Perbincangan berkaitan persepsi penduduk Permatang Pauh terhadap manfaat air alkali.	42
5.2.2	Perbincangan berkaitan persepsi penduduk Permatang Pauh terhadap harga air alkali.	43
5.2.3	Perbincangan berkaitan persepsi penduduk Permatang Pauh terhadap jenama air alkali.	44
5.3	Implikasi	45
5.4	Cadangan	
5.4.1	Pengusaha Dan Pembekal Air Alkali	46
5.4.2	Orang Awam	47
5.4.3	Penyelidik Akan Datang	47
5.4.4	Pelanggan Dan Pengguna	48
5.5	Kesimpulan	48

Senarai Jadual

Table No.		Halaman
3.5	Skala Likert	24
4.2	Jadual Analisis Kebolehpercayaan Data	27
4.3.2	Skala Min Skor	34
4.3.2.1	Analisis Soalan Berkaitan Persepsi Mengenai Air Alkali Dalam Kalangan Penduduk Permatang Pauh (Faktor Manfaat)	35
4.3.2.2	Analisis Soalan Berkaitan Persepsi Mengenai Air Alkali Dalam Kalangan Penduduk Permatang Pauh (Faktor Harga)	37
4.3.2.3	Analisis Soalan Berkaitan Persepsi Mengenai Air Alkali Dalam Kalangan Penduduk Permatang Pauh (Faktor Jenama)	39

Senarai Rajah

No. Rajah		Halaman
4.3.1.1	Taburan Responden Mengikut Jantina	28
4.3.1.2	Taburan Responden Mengikut Umur	29
4.3.1.3	Taburan Responden Mengikut Pekerjaan	31
4.3.1.4	Taburan Responden Mengikut Pendapatan	32

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Nor Atieyah Yusoff (2015), menerangkan air beralkali adalah larutan yang sesuai untuk mencuci dan mengeluarkan toksin dari sistem perkumuhan. Bahkan, ia lebih sesuai berbanding air paip atau air yang telah dimasak kerana ia mudah diserap dalam sel-sel badan dan boleh menstabilkan kembali paras pH badan supaya tidak terlalu berasid. (Dipetik daripada <http://www.sinarharian.com.my/bisnes/air-alkali-penawar-kesihatan-1.394612>). Manakala Dr.Mona Harrison (2015), mengatakan bahawa virus dan agen jangkitan lain tidak boleh hidup di dalam persekitaran alkali. Sel yang sihat akan bersifat alkali dan sel yang rosak atau tidak sihat akan bersifat asid. Oleh itu, air beralkali boleh menstabilkan kembali paras pH tubuh badan supaya tidak terlalu berasid.

Pengguna membuat pilihan terhadap sesuatu produk atau perkhidmatan berdasarkan jenama, pendapat dan cadangan orang lain. Kuasa WOM iaitu *Word-of-Mouth* akhirnya menjadi platform yang paling berkesan dalam memastikan sesuatu jenama itu dipilih oleh pengguna. Menurut sumber yang sama lagi, pengguna memilih sesuatu jenama berdasarkan pendapat umum dari kalangan masyarakat. Mereka tidak ada maklumat lengkap atau masa untuk mendalami ciri-ciri positif atau negatif jenama itu dan populariti sesuatu jenama juga menjadi kayu pengukur. (Dipetik daripada http://ww1.utusan.com.my/utusan/Ekonomi/20140705/ek_04/Persepsi-itu-realiti).

Norden Mohamed (2015), harga bukan lagi menjadi faktor utama dalam membuat pemilihan kerana barangan berharga murah dianggap tidak berprestij serta tidak menepati piawaian dan kerana itulah pelanggan pada hari ini terpengaruh untuk membeli barangan yang lebih mahal disebabkan mereka beranggapan harga lebih mahal adalah lebih bagus. (Dipetik daripada <http://www.sinarharian.com.my/kolumnis/norden-mohamed/bila-membeli-bukan-kerana-harga-1.452830>). Manakala Pepadri (2002), mengatakan perkara yang mempengaruhi persepsi terhadap kewajaran suatu harga adalah rujukan harga yang dimiliki oleh pelanggan yang diperolehi dari pengalaman sendiri dan maklumat dari luar.

Para penyelidik berpendapat bahawa kajian terhadap persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh menunjukkan persepsi yang baik. Oleh itu, kajian yang dijalankan adalah untuk mengkaji sejauh mana persepsi penduduk terhadap air alkali dimana ia dipengaruhi oleh beberapa faktor dari segi manfaat, harga dan jenama.

1.2 PERNYATAAN MASALAH

Petikan daripada Sinar Harian Online pada 11 Oktober 2012, Dr Hafizan Juahir menyatakan kualiti air sungai yang tercemar akan memberi kesan kepada kuantiti air bersih seterusnya menyebabkan kos rawatan air menjadi lebih tinggi dan sukar untuk diatasi. (Dipetik daripada <http://www.sinarharian.com.my/kebanyakan-sungai-di-selangor-tercemar-ancam-bekalan-air-1.93716>)

Rancangan Motivasi Pagi yang bersiaran pada pukul 6.30 AM pada 23 November 2011, di bawah segmen Celik Mata & Jiwa Seseorang Isteri, Prof. Dr. Muhaya Mohammad menyatakan bahawa mengambil air paip sebagai minuman adalah merbahaya kerana 70% daripada sel badan kita memerlukan air dan sekiranya kita mengambil air paip sebagai minuman harian kita, ia akan mempengaruhi air yang

terkandung didalam sel badan seterusnya memberi kesan buruk terhadap kesihatan manusia.

Menurut Persatuan Pengguna Air dan Tenaga Malaysia, WECAM yang dipetik oleh Sadatul Mahiran Rosli (2010), menunjukkan bahawa 38% orang dewasa dilaporkan menggunakan alat penapis air di rumah, iaitu peningkatan sebanyak sepuluh peratus sejak tahun 1995. Empat puluh tujuh peratus (47%) responden menyatakan bahawa mereka akan lebih berminat untuk membeli rumah yang telah dilengkapi oleh alat penapis air jika mereka berkeinginan untuk memiliki rumah baru. Manakala, Piarapakaran Subramaniam juga menyatakan di dalam penulisan tersebut bahawa penggunaan penapis air mengikut negeri mendapati peratusan yang tinggi dikesan di Pulau Pinang (60.10%), diikuti Kedah (54.69%) dan Perak (28.13%). Secara purata, 20.26% pemasangan penapis air dikesan dalam isi rumah yang dikaji. Isu bekalan air yang dicemari, toksik dan sebagainya telah membantu pemasaran produk penapis air. Syarikat-syarikat produk penapis air dan agen-agensya memberikan gambaran mengenai bekalan air di Malaysia mengikut imaginasi masing-masing.

Syarikat Coway memperkenalkan *Premium Ionizer Alkaline Water* yang membantu mengimbangi pH badan mencegah daripada penyakit kronik seperti penyakit buah pinggang dan gout serta membuang toksik didalam badan seseorang. (Dipetik daripada [http://www.coway-malaysia.com.my/alkaline-water/.](http://www.coway-malaysia.com.my/alkaline-water/))

Dari perspektif manfaat, Aditya Eka Prawira (2015), menyatakan bahawa, makanan dan minuman yang kaya dengan alkali dapat meningkatkan kadar oksigen dalam darah. Harini (2008) mengatakan harga adalah wang yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan perkhidmatannya. Dari faktor jenama, Menurut Geoffrey James (2013), cara mencipta jenama yang kukuh adalah dengan membina dan memasarkan produk yang dapat mengembirakan pelanggan.

Para penyelidik berpendapat bahawa terdapat beberapa faktor mengenai persepsi terhadap air alkali yang menarik untuk dikaji dengan lebih mendalam dan terperinci seperti faktor manfaat, harga dan jenama dalam kalangan penduduk Permatang Pauh.

1.3 OBJEKTIF KAJIAN

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh. Fokus utama dalam kajian ini ialah:

1.3.1 Mengenalpasti samada faktor manfaat mempengaruhi persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh.

1.3.2 Mengenalpasti samada faktor harga mempengaruhi persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh.

1.3.3 Mengenalpasti samada faktor jenama mempengaruhi persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh.

1.4 PERSOALAN KAJIAN

Berdasarkan objektif, persoalan yang akan dikaji ialah seperti berikut:

- 1.4.1** Adakah faktor manfaat mempengaruhi persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh ?

- 1.4.2** Adakah faktor harga mempengaruhi persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh ?

- 1.4.3** Adakah faktor jenama mempengaruhi persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh ?

1.5 SKOP KAJIAN

Kajian yang dijalankan ialah kajian terhadap persepsi air alkali dalam kalangan penduduk Permatang Pauh. Terdapat tiga faktor dalam kajian ini iaitu faktor manfaat, harga dan jenama. Di dalam skop penyelidikan ini, 100 orang responden akan diberi sampel kajian ini yang terdiri daripada penduduk sekitar Permatang Pauh, Pulau Pinang.

Kaedah pengumpulan data yang sesuai digunakan dalam kajian ini ialah borang soal selidik. Kaedah soal selidik ini lebih sesuai kerana responden kajian ini merupakan kenalan, jiran dan rakan dari mereka yang menetap di sekitar Permatang Pauh, Pulau Pinang.

1.6 KEPENTINGAN KAJIAN

1.6.1 Kepentingan Kepada Pengusaha atau Pembekal Air Beralkali

Kajian yang kami jalankan ini berkemungkinan dapat membantu para pengusaha dalam mengenalpasti kehendak pengguna terhadap permintaan yang mereka mahukan. Apabila pengusaha telah mengenalpasti kehendak pengguna ia dapat memudahkan pengusaha dalam menyediakan keperluan mengikut tahap kehendak pengguna di kawasan tersebut. Seterusnya dapat meningkatkan tahap kesihatan penduduk di kawasan tersebut.

1.6.2 Kepentingan Kepada Orang Awam

Matlamat utama kajian ini adalah untuk mengenalpasti pengetahuan masyarakat terhadap air beralkali yang mereka mahukan termasuklah mengenalpasti kos, faedah dan tahap keperluan masyarakat. Kajian ini berkaitan dengan para masyarakat di kawasan Permatang Pauh. Dengan ini, ia juga dapat memberi pengetahuan tentang kelebihan air beralkali kepada masyarakat disamping dapat mengenalpasti pengusaha air beralkali yang terdapat di kawasan Permatang Pauh . Melalui kajian ini juga, alternatif untuk mengenalpasti masalah mengenai keperluan yang diperlukan oleh masyarakat.

1.6.3 Kepentingan Kepada Penyelidik Masa Hadapan

Selain itu, kajian ini juga dapat memberi kelebihan dan maklumat kepada penyelidik masa hadapan untuk dijadikan sebagai sumber rujukan mereka dalam menjalankan kajian berkaitan persepsi masyarakat mengenai air alkali. Data yang bakal penyelidik gunakan akan menjadi sebagai data sekunder.

1.6.4 Kepentingan Kepada Pelanggan atau Pengguna

Melalui dapatan kajian yang diperolehi, persepsi terhadap air alkali dapat memenuhi keperluan dan dijadikan sebagai penawar kesihatan yang diperlukan oleh pelanggan air alkali. Oleh itu, pelanggan akan berpuas hati dengan khasiat dan keperluan yang terdapat di dalam air alkali. Dengan adanya kajian ini juga, persepsi mengenai air alkali dapat memberi tanggapan positif, kepuasan dan kesihatan yang terbaik kepada pelanggan di masa hadapan.

1.7 DEFINISI OPERASIONAL

1.7.1 Persepsi

Merujuk Kamus Dewan Bahasa Dan Pustaka Edisi Ke-empat, mendefinisikan persepsi sebagai gambaran atau bayangan dalam hati atau fikiran mengenai sesuatu.

Menurut Wolberg (2015), persepsi merupakan sesuatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu mengetahui segala mengenai sesuatu.

Dalam konteks kajian ini, dimaksudkan persepsi penduduk mengenai air alkali.

1.7.2 Air Alkali

Menurut Kamus Dewan Bahasa dan Pustaka Edisi Ke-empat, air alkali adalah sebatian dalam bentuk larutan yang dapat meneutralkan asid atau mempunyai sifat-sifat alkali.

Mercola (2010), mendefinisikan air alkali sebagai air yang telah dipisahkan kepada alkali dan asid pecahan menggunakan elektrolisis yang mengambil kesempatan daripada cas elektrik yang berlaku secara semulajadi dalam magnesium dan kalsium, ion di dalam industri air.

Dalam konteks kajian ini, air alkali adalah air minuman yang diambil oleh sesetengah penduduk Permatang Pauh.

1.7.3 Manfaat

Merujuk Kamus Dewan Bahasa Dan Pustaka Edisi Ke-empat, manfaat adalah sesuatu yang mendatangkan kebaikan atau faedah.

Menurut Meriam (2000), manfaat merupakan kebaikan sesuatu hasil atau kesan sesuatu penggunaan barang atau perkhidmatan.

Dalam konteks kajian ini, manfaat adalah kelebihan daripada menggunakan air alkali.

1.7.4 Harga

Merujuk Kamus Dewan Bahasa Dan Pustaka Edisi Keempat Edisi Ke-empat, harga adalah nilai sesuatu barang yang ditukar dalam bentuk wang.

Tjiptono (2012), mengatakan harga merupakan suatu ukuran yang ditukarkan supaya memperoleh hak pemilikan sesuatu barang.

Dalam konteks kajian ini, harga adalah untuk memastikan sesuatu nilai barangan air alkali yang boleh diterima oleh pengguna.

1.7.5 Jenama

Merujuk Kamus Dewan Bahasa Dan Pustaka Edisi Ke-empat, jenama didefinisikan sebagai jenis barang yang memakai nama khas yang dikeluarkan oleh pengeluar iaitu pembuat atau pengilang tertentu.

Menurut *Merriam-Webster Dictionary*, jenama adalah kategori produk yang kesemuanya dibuat oleh syarikat tertentu dan semua mempunyai nama produk tertentu. (Dipetik daripada <http://www.merriam-webster.com/dictionary/brand>)

Dalam konteks kajian, jenama adalah nama air alkali yang sering digunakan oleh penduduk.

1.8 LIMITASI KAJIAN

1.8.1 Data

Data memainkan peranan yang sangat penting. Ketepatan data kajian bergantung kepada kejujuran responden dalam menjawab soalan-soalan yang di kemukakan semasa pengedaran borang soal selidik. Sekiranya responden jujur maka dengan itu, data yang diperolehi adalah tepat.

1.8.2 Kerjasama

Kerjasama daripada responden amat sukar untuk diperolehi terutamanya semasa proses mengedar dan menjawab borang soal selidik.

1.8.3 Kewangan

Para penyelidik mengalami kesukaran semasa proses menjalankan kajian ini disebabkan penyelidik hanya menggunakan sumber kewangan peribadi sahaja kerana penyelidik adalah pelajar sepenuh masa.

1.8.4 Data Sekunder

Maklumat yang diambil sebagai panduan sukar dijadikan rujukan kerana kebanyakan daripadanya adalah pendapat peribadi seperti yang dinyatakan dalam blog.

BAB 2

SOROTON KAJIAN

2.1 PENDAHULUAN

Sorotan kajian ini adalah bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang berkaitan dengan tajuk kajian ini. Kajian yang dijalankan adalah untuk mengkaji persepsi penduduk Permatang Pauh terhadap air alkali. Kajian yang dilakukan adalah terhadap beberapa faktor iaitu dari faktor manfaat, harga dan jenama. Oleh yang demikian, sorotan kajian ini dijalankan bertujuan untuk memperkukuhkan dan menghuraikan dengan lebih lanjut tentang kajian yang dijalankan. Di dalam sorotan kajian ini juga terdapat fakta-fakta yang diambil dari artikel, jurnal, kertas kerja, kajian lepas dan keratan akhbar

2.2 FAKTOR MANFAAT

Menurut kamus Dewan Bahasa Dan Pustaka Edisi Ke-empat manfaat ialah sesuatu yang mendatangkan kebaikan atau faedah.

Merujuk kamus Dewan Bahasa Dan Pustaka Edisi Ke-empat, kesihatan merupakan keadaan atau perihal yang sihat, kesegaran serta kebaikan terhadap tubuh badan. Selain daripada itu, kesihatan adalah satu tahap atau keadaan dimana seseorang individu itu mempunyai kesejahteraan yang sempurna dari segi fizikal, mental dan sosial dan bukan semata-mata bebas daripada sebarang bentuk penyakit atau badan berasa tidak berdaya. Kesihatan fizikal merangkumi tujuh aspek iaitu, sihat dan sempurna tubuh badan, keadaan dalam dan persekitaran rumah yang bersih dan teratur, keadaan sekeliling yang tidak menjejaskan hidupan, tempat tinggal yang sempurna, pemakanan yang seimbang, bekalan air yang bersih dan udara yang bersih. Manakala kesihatan mental merangkumi empat bidang utama antaranya adalah daya pemikiran dan sikap yang positif, dapat menyesuaikan diri dengan keluarga, rakan sebaya dan masyarakat, ada perasaan kasih dan sayang, dan yang terakhir mempunyai rasa penerimaan, penghargaan dan bersyukur. (Dipetik daripada <http://ippbm.gov.my/dokumen/faktabelia/04.Kesihatan.pdf>)

Menurut Profesor Dr. Muhaya Mohamad (pakar mata) yang dipetik dalam Yusliza Yakimir Abd Talib (2016), tahap kesihatan masyarakat Malaysia secara amnya amat membimbangkan kerana begitu ramai yang menjadi buta akibat kencing manis yang bpunca daripada tabiat pemakanan yang salah dan juga menjurus kepada komplikasi lain terutama masalah obesiti. Beliau juga menyarankan untuk mengamalkan pemakanan yang sihat. Menurut sumber yang sama, kecantikan dalaman terhasil daripada apa yang dimakan.

Menurut Faizuddin Jamalullail yang dipetik daripada BERNAMA (2010) menyatakan, orang ramai perlu membuka minda seluas-luasnya, bersikap positif dan menjadikan kesihatan sebagai unsur yang penting dalam kehidupan seharian mereka kerana ia masih dipandang mudah oleh segolongan masyarakat. Menurut sumber yang sama, untuk mendapatkan tubuh yang sihat adalah dengan mendapatkan rehat yang cukup, tidur yang berkualiti dan pemakanan yang seimbang kerana ia mampu meningkatkan dan memanjangkan kualiti kesihatan bagi tubuh badan manusia. Seterusnya, memperbanyakkan pergerakan fizikal seperti berjalan kaki sepuluh ribu langkah sehari, dapat meningkatkan tahap kesihatan tanpa memerlukan belanja yang banyak.

Menurut Khairul Azhar Idris (2010), kesihatan yang menyeluruh itu tidak akan menjadi lengkap jika kesihatan mental terabai. Semua ini menyimpulkan kepada kita bahawa kesihatan fizikal dan mental adalah berhubung kait dan tidak boleh dipisahkan. Sememangnya tidak wujud sama sekali erti kehidupan yang benar-benar sihat jika kesejahteraan mental itu diabaikan. Kesejahteraan mental, kestabilan emosi, kemantapan sahsiah dan personaliti, kecergasan fizikal, serta perhubungan sosial yang positif amatlah penting untuk menjalani kehidupan yang benar-benar sihat agar ia tidak akan menjejaskan kehidupan seharian manusia dengan perkara yang menjurus kepada kemusnahan dan tingkah laku berisiko tinggi serta berbahaya.

Aditya Eka Prawira (2015), menyatakan bahawa, makanan dan minuman yang kaya dengan alkali dapat meningkatkan kadar oksigen dalam darah. Makanan itu dapat menyihatkan tubuh secara menyeluruh. Selain itu, manfaat lain dari makanan dan minuman yang kaya dengan kandungan alkali ini dapat menyeimbangkan kadar pH dan mengoptimumkan kemampuan tubuh untuk menyerap vitamin dan mineral. Seterusnya, makanan dan minuman ini mampu membantu menurunkan berat badan, serta dapat meningkatkan fungsi otak secara lebih baik.

Kesimpulannya, dalam konteks kajian ini, manfaat yang dibincangkan di atas merujuk kepada persepsi penduduk Permatang Pauh berkaitan dengan manfaat air alkali.

2.3 FAKTOR HARGA

Merujuk Kamus Dewan Bahasa Dan Pustaka Edisi Ke-empat (2007), harga adalah nilai sesuatu barang yang ditukar dalam bentuk wang. Menurut Kotler (2005), terdapat faktor-faktor penetapan harga barang dan perkhidmatan iaitu memilih tujuan penetapan harga, menentukan permintaan, perkiraan kos, menganalisa kos, harga dan tawaran pesaing, memilih kaedah penetapan harga dan memilih harga akhir. Namun Xie dan Shugan (2000), mengungkapkan pelanggan yang baru mengenali atau mencuba sesuatu produk lebih bersikap sensitif dalam perbandingan harga daripada pelanggan yang sedia ada ketika proses transaksi. Pengaruh harga memberikan gambaran baru tentang strategi komunikasi dan pemasaran untuk meningkatkan tahap kepuasan pelanggan.

Pepadri (2002) mengatakan perkara yang mempengaruhi persepsi terhadap kewajaran suatu harga adalah rujukan harga yang dimiliki oleh pelanggan yang diperoleh dari pengalaman sendiri dan maklumat dari luar. Demikian, penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan murah, mahal atau biasa saja bagi setiap individu tidaklah sama, kerana ia bergantung kepada taraf kehidupan dan kondisi individu tersebut.

Tjiptono (2002) mengatakan harga merupakan suatu ukuran yang ditukarkan supaya memperoleh hak pemilikan suatu barang serta menjadi komponen yang berpengaruh secara langsung terhadap keuntungan perusahaan. Seterusnya, Yusliza Yakimir Abd Talib (2015) mengatakan peniaga tidak akan rugi jika menawarkan produk berkualiti dengan harga yang murah kerana akan mendapat sambutan dan

permintaan yang tinggi dari pelanggan. (Dipetik daripada <http://www.hmetro.com.my/node/81801#sthash.7JQDUUpw.dpuf>)

Peter dan Olson (2005) mengatakan harga merupakan pengorbanan yang harus dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh barangan atau perkhidmatan. Manakala, menurut Poliana Ronnie Sidom (2015) mengatakan, pembeli perlu bijak membuat perbandingan harga di kedai-kedai yang menawarkan harga murah dan membuat promosi serta diskaun jualan bagi menarik pelanggan kerana harga biasanya diletakkan mengikut kualiti dan jenama. (Dipetik daripada <http://www.bharian.com.my/node/108057>)

Harini (2008) mengatakan harga adalah wang yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan perkhidmatannya. Norden Mohamed (2015), harga bukan lagi menjadi faktor utama dalam membuat pemilihan kerana barangan berharga murah dianggap tidak berprestij serta tidak mencapai piawaian dan kerana itulah pelanggan pada hari ini terpengaruh untuk membeli barangan yang lebih mahal disebabkan mereka beranggapan harga yang lebih mahal, lebih bagus. (Dipetik daripada <http://www.sinarharian.com.my/kolumnis/norden-mohamed/bila-membeli-bukan-kerana-harga-1.452830>)

Kesimpulannya, dalam konteks kajian ini, harga yang dibincangkan di atas merujuk kepada persepsi penduduk Permatang Pauh terhadap harga air alkali.

2.4 FAKTOR JENAMA

Menurut Jerry McLaughlin (2011), jenama adalah salah satu perkataan yang digunakan secara meluas tetapi tidak difahami maksud sebenar perkataan tersebut. Jenama juga adalah nama yang diberikan kepada produk dan perkhidmatan dari sumber tertentu. Jenama yang berjaya di pasaran wujud apabila pelanggan mula merujuk kepada jenama tersebut daripada sesuatu yang berbeza dari jenama berkenaan. (Dipetik daripada <http://www.forbes.com/sites/jerrymclaughterlin/2011/12/21/what-is-a-brand-anyway/>)

Menurut Geoffrey James (2013), cara mencipta jenama yang kukuh adalah dengan membina dan memasarkan produk yang dapat mengembirakan pelanggan. Jika pengusaha gagal pada tahap asas, maka pemasaran jenama bukan hanya membazirkan wang malah pengeluaran produk juga adalah pada tahap tidak memuaskan. Selain itu, jika pengusaha hendak mencipta jenama yang kuat di pasaran, mereka haruslah meletakkan masa dan wang sebagai medium utama dalam membina dan memasarkan produk terbaik. (Dipetik daripada <http://www.inc.com/geoffrey-james/how-to-build-a-strong-brand.html>)

Menurut Peter Cheverton (2009), jenama yang hebat akan memberi kepuasan tentang pilihan produk yang dibuat, untuk membeli seterusnya menggunakan produk tersebut dengan rasa bangga dan yakin. (Dipetik daripada <https://books.google.com.my/books?id=hOe9xApeC5YC&pg=PA31&lpg=PA31&dq=kata+pakar+mengenai+jenama>)

Menurut Shah Othman (2014), tiga langkah yang berkesan untuk menguatkan sesuatu jenama adalah dengan mengumpul pangkalan data pelanggan seperti nama, alamat, nombor telefon, e-mel, dan beberapa lagi maklumat mengikut apa yang diperlukan. Seterusnya, meningkatkan transaksi pelanggan melalui program kesetiaan

yang terdiri daripada kad bersaiz kad kredit, keistimewaan VIP dan penjimatan harga jika sesuai, dan yang terakhir, meningkatkan nilai transaksi pelanggan. Nilai adalah dalam bentuk penambahan jumlah wang dari pihak pelanggan. Ia boleh terjadi pada tambahan harga produk atau pelanggan membuat pembelian pakej atau produk yang lebih mahal harganya dengan meletakkan produk mampu-beli di kaunter bayaran. (Dipetik daripada <http://www.majalahniaga.com/3-langkah-biasa-yang-berkesan-menguatkan-jenama-produk-dan-syarikat.html>)

Menurut Edwin Dearborn (2015), menyatakan bahawa cara untuk menarik minat dan mengekalkan kesetiaan pengguna menggunakan produk anda adalah dengan menjadi seorang pengusaha yang bersifat strategik, bukan reaktif semata-mata. Menguruskan sumber sedia ada dengan betul dan berkesan serta memahami bahawa pelanggan adalah seperti emas dalam sektor perniagaan. (Dipetik daripada <https://www.linkedin.com/pulse/how-brands-attracting-retaining-more-loyal-customer-edwin-dearborn?forceNoSplash=true>)

Petikan daripada Bernama.com pada 5 Januari 2010, menyatakan bahawa peluang perniagaan dan pasaran yang meluas menanti syarikat-syarikat Islam di negara Islam dan bukan Islam jika mereka boleh melaksanakan strategi penjenamaan yang berkesan, demikian menurut Dr Paul Temporal, pakar penjenamaan dari Universiti Oxford. Ini kerana dipengaruhi dengan penduduk Islam dunia berjumlah 1.58 bilion, termasuk kira-kira 35 juta penduduk Islam di Eropah, terdapatnya peluang besar untuk perniagaan bagi menyediakan mereka dengan produk yang diperlukan.

Para penyelidik berpendapat bahawa jenama yang dibincangkan diatas merujuk kepada persepsi penduduk Permatang Pauh terhadap jenama air alkali.

2.5 KESIMPULAN

Kesimpulannya, ketiga-tiga faktor yang hendak dikaji oleh para pengkaji adalah sangat penting dalam pemilihan sumber air yang sesuai untuk tubuh badan manusia bagi melancarkan proses pencernaan dan meningkatkan metabolisme badan serta membentuk sel-sel baru dan menggantikan sel-sel yang rosak. Faktor utama iaitu manfaat sangat berkait dengan kebaikan dan kelebihan yang bakal diperolehi jika mengamalkan minuman air beralkali. Jika seseorang tidak mengambil kira kesan dan akibatnya menggunakan sesuatu produk, maka akan memberi kesan yang buruk terhadap tubuh seseorang.

Seterusnya, persepsi penduduk di kawasan Permatang Pauh terhadap air alkali dapat dikenalpasti dari faktor harga. Air alkali yang dijual adalah pada harga yang berpatutan setara dengan manfaat yang disumbangkan kepada tubuh badan manusia seperti melancarkan sistem pencernaan, mengelakkan pertumbuhan sel-sel kanser, rawatan kecantikan, mengimbangkan pH badan manusia, dan menyihatkan jantung.

Akhir sekali, faktor jenama juga mempengaruhi persepsi air alkali kerana nama yang dibawa olehnya dapat menarik minat bakal pengguna untuk mengetahui kelebihan dan perbezaan yang terdapat pada produk tersebut berbanding jenama lain. Ini dapat dilihat menerusi penjualan penapis air alkali yang dikeluarkan oleh pengusaha syarikat air terkenal dengan mempamerkan penggunaan yang mudah alih, jenama dan rekaan yang berbeza-beza.

Masyarakat disarankan untuk menggunakan air alkali sebagai minuman bagi mengimbangi kadar pH yang normal yang diperlukan oleh tubuh seseorang akibat daripada makanan moden yang tinggi tahap keasidan serta menikmati manfaat air alkali yang lain.

BAB 3

METODOLOGI KAJIAN

3.1 PENDAHULUAN

Metodologi merupakan pendekatan yang digunakan oleh pengkaji untuk mengumpul data. Bab ini mengandungi cara-cara untuk mendapatkan maklumat berkaitan dengan kajian yang dijalankan secara sistematik dan teratur. Bagi mendapatkan hasil keputusan kajian yang baik, maklumat dan fakta yang diperolehi perlulah lengkap dan bersesuaian, mempunyai kesahihan yang tinggi serta berkesan. Bagi menunjukkan bahawa kajian tersebut mempunyai kredibiliti tersendiri yang membolehkannya menjadi salah satu bahan rujukan pada masa akan datang.

Dalam bab ini, pengkaji membincangkan hal yang berkaitan dengan prosedur metodologi yang digunakan bagi melengkapkan kajian mengikut kriteria yang dikehendaki iaitu reka bentuk kajian, populasi dan sampel, instrumen kajian, tatacara kajian serta kaedah menganalisa data. Pengkaji akan menggunakan borang soal selidik dan membuat pemerhatian untuk mendapatkan maklumat daripada responden.