

## Pengaruh Faktor-faktor Sosio-ekonomi Terhadap Kesedaran Pengguna (The Influence of Socio-economic Factors on Consumer Awareness)

NURIZAN YAHYA, JAIYAH SHAHBUDDIN and JARIAH MASUD

*Department of Human Development Studies,*

*Faculty of Agriculture,*

*Universiti Pertanian Malaysia,*

*Serdang, Selangor, Malaysia.*

**Key words:** Faktor sosio-ekonomi; kesedaran pengguna; hak pengguna; tanggungjawab pengguna; undang-undang perlindungan pengguna.

### ABSTRAK

*Kajian ini bertujuan untuk memeriksa pengaruh faktor sosio-ekonomi terhadap kesedaran pengguna. Seramai 90 orang responden iaitu 45 orang dari kawasan bandar dan 45 orang dari luar bandar telah dipilih secara rawak untuk kajian ini. Maklumat dikumpulkan melalui temubual berdasarkan kepada soalan-soalan yang dibentuk di dalam kertas soal selidik. Dua pembolehubah telah digunakan iaitu faktor sosio-ekonomi sebagai pembolehubah bebas dan kesedaran pengguna sebagai pembolehubah sandar. Ujian statistik Analisis varian dan 'Duncan's multiple-range' telah digunakan untuk memeriksa perbezaan di antara angkubah. Hasil kajian menunjukkan taraf kesedaran pengguna bandar lebih tinggi daripada pengguna luar bandar. Taraf kesedaran pengguna berbeza mengikut taraf pelajaran dan pendapatan. Beberapa cadangan telah diberikan berdasarkan kepada maklumbalas yang diterima untuk memperbaiki keadaan tersebut.*

### PENGENALAN

Pengguna ialah orang yang menggunakan barangan dan perkhidmatan di pasaran untuk keperluan diri dan keluarganya. Oleh itu, setiap orang adalah pengguna. Menurut Sarbin (1954) peranan seorang pengguna ialah merancang apa yang hendak dibeli, mencari barang untuk dibeli, membeli and seterusnya menggunakan barang-barang tersebut. Ini menunjukkan pengguna boleh mempengaruhi jenis barang-barang yang dijual di pasaran (Schoenfeld dan Natella, 1970). Tingkah laku pengguna dapat dilihat melalui cara seseorang membelanjakan wangnya. Setiap pengguna seharusnya mengetahui cara-cara untuk membelanjakan wang dengan betul supaya perbelanjaan tidak melebihi pendapatan. Ada tiga pendapat mengenai sebab-sebab pengguna membeli sesuatu barang.

Pendapat yang pertama mengatakan pengguna membeli sesuatu barang kerana dirangsang oleh keperluan, kehendak dan keinginan biologi dan psikologi (Haward, 1973). Engel, Koliat dan Blackwell, (1973) pula mengatakan pengguna membeli sesuatu barang untuk menyelesaikan masalah dan Hansen (1972) pula berpendapat seorang pengguna membeli untuk mendapatkan barang bagi menolong mengurangkan konflik yang dialaminya.

#### *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkah Laku Pengguna*

Perlakuan seorang pengguna dipengaruhi oleh faktor-faktor sosioekonomi. Ini termasuklah pendapatan, pelajaran dan tempat tinggal individu. Wang merupakan suatu sumber yang penting untuk mengukur nilai sesuatu barang

dan sebagai bahan perantaraan di pasaran (Thal dan Holcome, 1973). Pendapatan keluarga juga mencerminkan kedudukan kelas sosial keluarga tersebut. Biasanya pengguna dari kelas atasan menjaga prestij mereka dengan membeli barang-barang yang mahal kerana menurut mereka kualiti barang ditentukan oleh harganya (Leavitt, 1954 dan Connet, 1968). Pengguna berpendapatan rendah pula lebih suka membeli barang-barang lebih murah dan bersesuaian dengan kedudukan ekonomi mereka (Myers *et al.*, 1974). Keadaan ini menunjukkan pendapatan menentukan jenis barang yang dipilih.

Pelajaran merupakan faktor yang menentukan pendapatan (Tan, 1982), tingkah laku dan daya pemikiran individu. Harris (1970) berpendapat pengguna yang berpelajaran tinggi lebih suka membuat penyelesaian tentang sesuatu masalah mengenai sesuatu barang dengan mengemukakan soalan-soalan kepada penjual sebelum membeli. Mereka juga lebih suka mengambil tahu tentang barang-barang baru yang dijual di pasaran (Backlin, 1969). Keadaan tempat tinggal seseorang merupakan faktor persekitaran yang mempengaruhi perlakuan pengguna. Lazimnya pengguna luar bandar mempunyai taraf pelajaran dan pendapatan yang rendah jika dibandingkan dengan pengguna bandar (Scott, 1976). Keadaan ini menyebabkan tingkah laku pengguna bandar dan luar bandar berbeza (Thompson, 1976).

Tingkah laku seseorang pengguna juga mencerminkan taraf kesedarannya terhadap aspek-aspek kepenggunaan. Ini termasuklah kefahamannya terhadap hak-hak dan tanggungjawab sebagai pengguna. Thal dan Holcome (1973) berpendapat, pengguna yang mempunyai taraf kesedaran yang tinggi membelanjakan wang dengan berhati-hati seterusnya dapat mencari matlamat yang dirangka. Di samping itu taraf kesedaran pengguna juga dipengaruhi oleh umur, pendapatan (Dickinson, 1974), taraf pelajaran (Berkman dan Gilson, 1978) dan keadaan persekitaran individu.

## MASALAH

Pertumbuhan ekonomi Malaysia telah menurun daripada 8.0 peratus dalam tahun 1980

kepada 6.9 peratus dalam tahun 1982. Keadaan tersebut mewujudkan inflasi. Dalam keadaan inflasi, perbelanjaan hidup keluarga meningkat kerana kenaikan harga barang tidak selaras dengan pertambahan pendapatan keluarga (Levy, Feldman, dan Sosserath, 1976 dan Bailard, Bichl dan Kaiser, 1977). Dalam sistem ekonomi bebas seperti di Malaysia, isu-isu inflasi, kenaikan perbelanjaan hidup, kualiti barang yang rendah, penjualan barang-barang yang tidak selamat dan penipuan di pasaran merupakan masalah utama kepada pengguna. Keadaan ini menyebabkan pengguna tidak mendapat pulangan yang sepatutnya malah memberi kesan yang buruk kepada keselamatan dan kesihatan mereka.

Di negara ini terdapat banyak undang-undang yang digubal untuk memberi perlindungan kepada pengguna daripada dieksploitasi oleh pihak penjual. Walaupun begitu undang-undang tersebut tidak dikuatkuasakan sepenuhnya. Sebagai contoh, sehingga hari ini masih ada pihak yang tidak memenuhi kehendak Akta Perihal Dagangan 1972. Penyelewengan di pasaran berpunca daripada kurang kawalan, penguatkuasaan undang-undang dan juga kesalahan pengguna sendiri. Ini disebabkan undang-undang tersebut tidak dikuatkuasakan dan tidak diterangkan kepada pengguna. Maka pengguna tidak tahu dan memahami undang-undang yang wujud.

Berdasarkan kepada masalah-masalah tersebut kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti pengaruh faktor-faktor sosioekonomi terhadap kesedaran pengguna. Objektif khusus ialah untuk memeriksa latar belakang sosioekonomi dan demografi responden, mengenalpasti pengurusan kewangan, memeriksa pengaruh taraf pelajaran, pendapatan dan tempat tinggal ke atas kesedaran pengguna.

## METODOLOGI

Dua kawasan telah dipilih untuk kajian ini iaitu Taman Pasir Putih Baru sebagai mewakili kawasan bandar dan Kampung Lambor Kanan, Parit sebagai mewakili kawasan luar bandar.

Seramai 90 responden telah dipilih secara rawak dengan menggunakan jadual rawak mengikut nombor rumah populasi. Bagi kawasan luar bandar, seramai 45 responden dipilih daripada 278 buah keluarga dan bagi kawasan bandar pula 45 responden dipilih daripada 250 buah keluarga. Syarat sampel ialah pasangan suami isteri yang tinggal bersama. Data telah dikumpulkan dengan cara temubual menggunakan soal selidik pada bulan November 1983. Maklumat yang diperolehi telah dianalisis dengan menggunakan Program 'Statistical Package for the Social Sciences' (SPSS). Ujian Analisis Varian dan 'Duncan's Multiple-Range' telah digunakan untuk menguji perbezaan di antara pembolehubah.

### HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

#### *Maklumat Sosioekonomi dan Demografi*

Maklumat yang didapati menunjukkan saiz isi rumah responden di antara 2 hingga 10 orang dengan purata seramai 5.2 orang. Saiz tersebut sama dengan saiz isi rumah untuk penduduk Malaysia (Banci penduduk, 1980). Walau bagaimanapun terdapat perbezaan di antara purata isi rumah bandar iaitu 3.9 orang dengan isi rumah luar bandar iaitu 6.4 orang. Julat umur responden di antara 19 hingga 76 tahun dengan purata 42 tahun. Purata umur responden bandar ialah 37 tahun dan luar bandar 46 tahun. Didapati kesemua responden bandar

merupakan golongan mendatang yang disebabkan oleh faktor pekerjaan. Purata jangka masa mereka tinggal di bandar ialah 2 tahun berbanding dengan 18 tahun bagi responden luar bandar. Kebanyakan responden luar bandar (34 orang) mendapat pendidikan setakat sekolah rendah berbanding dengan responden bandar yang kebanyakannya (32 orang) mempunyai sekurang-kurangnya Sijil Pelajaran Malaysia.

Dari segi pendapatan, julat pendapatan suami ialah di antara \$1000 hingga \$4000 dengan purata sebanyak \$673. Sementara itu, seramai 52 peratus isteri di bandar dan 29 peratus isteri di luar bandar mempunyai sumber pendapatan sendiri. Julat pendapatan isteri ialah di antara \$50 hingga \$1200. 24 peratus keluarga mempunyai pendapatan daripada sumber lain yang berjumlah di antara \$20 hingga \$350. Jumlah pendapatan keluarga dikira dengan menjumlahkan pendapatan suami, pendapatan isteri dan pendapatan daripada sumber lain. Purata jumlah pendapatan keluarga ialah \$934 (Jadual 1). Terdapat perbezaan yang besar di antara purata pendapatan keluarga bandar dan luar bandar iaitu \$1356 dan \$511. Didapati 73 peratus daripada keluarga luar bandar berpendapatan kurang daripada \$500 sebulan manakala 73 peratus daripada keluarga bandar berpendapatan lebih daripada \$1000 sebulan. Ini menunjukkan lebih daripada separuh keluarga luar bandar tergolong dalam golongan yang berpendapatan rendah.

JADUAL 1  
Taburan jumlah pendapatan keluarga

Jumlah pendapatan	Bandar		Luar bandar		Keseluruhan	
	Bil. (n - 45)	%	Bil. (n - 45)	%	Bil. (n - 90)	%
\$500	2	4	33	73	35	39
\$501 - \$999.99	10	23	6	13	16	18
\$1000 ke atas	33	73	6	13	39	43
Purata	\$1356		\$511		\$934	

*Pengurusan Kewangan*

Seramai 59 responden (yang terdiri daripada 24 responden luar bandar dan 35 responden bandar) merancang terlebih dahulu sebelum membeli. Kebanyakan responden membuat peruntukan wang sebelum membeli makanan basah (51 peratus), makanan kering (56 peratus) dan pengangkutan (44 peratus). Hanya 6 peratus keluarga yang membuat peruntukan wang untuk hiburan. Didapati lebih ramai responden bandar membuat peruntukan wang setiap bulan berbanding dengan responden luar bandar. Ini disokong oleh ujian kh-ganda dua yang menunjukkan terdapat hubungan yang bererti di antara tempat tinggal responden dengan peruntukan wang ke atas makanan basah ( $\chi^2 = 27.8$ ), makanan kering ( $\chi^2 = 23.8$ ), pakaian ( $\chi^2 = 5.1$ ) pengangkutan ( $\chi^2 = 23.8$ ) dan simpanan ( $\chi^2 = 8.8$ ) pada paras  $P < 0.05$ , dengan satu darjah kebebasan. Ini menunjukkan terdapat perbezaan di antara responden bandar dan luar bandar dalam membuat peruntukan wang terhadap makanan basah, makanan kering, pakaian, pengangkutan dan simpanan.

Maklumat yang didapati menunjukkan responden bandar merancang kewangan dengan baik jika dibandingkan dengan responden luar

bandar. Ini disebabkan hampir kesemua responden bandar mempunyai pekerjaan tetap yang membolehkan mereka membuat peruntukan kewangan dengan sempurna. Responden luar bandar pula kebanyakannya bekerja sendiri dan tidak mempunyai pendapatan tetap. Oleh itu mereka sukar membuat peruntukan kewangan.

Tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mereka semasa membeli, 20 peratus responden mengatakan mereka selalu meminta pendapat orang lain sebelum membeli. Responden luar bandar dan responden yang berpendapatan kurang dari \$500 sebulan pula lebih mementingkan harga semasa membeli. Manakala lebih 76 peratus responden mengatakan mereka membeli kerana keperluan keluarga.

Dalam kajian ini isi rumah membelanjakan sebanyak \$1008.80 untuk perbelanjaan bulanan keluarga (Jadual 2). Terdapat perbezaan dalam perbelanjaan di antara isi rumah bandar dengan luar bandar iaitu \$1160.74 bagi isirumah di bandar dan \$519 bagi isi rumah di luar bandar. Ini disebabkan pendapatan isi rumah bandar lebih tinggi daripada luar bandar. Perbandingan perbelanjaan perkapita dapat memberi gambaran yang jelas kerana saiz isi rumah berbeza di antara bandar dan luar bandar. Mengikut

JADUAL 2  
Anggaran perbelanjaan isi rumah serta perbelanjaan per kapita untuk makanan dan bukan makanan

Perbelanjaan	Bandar n = 45	Luar bandar n = 45	Keseluruhan n = 90
Isi rumah			
Makanan	\$273.11	\$204.00	\$238.55
Bukan Makanan	887.63	315.19	769.75
Jumlah	1160.62	519.19	1008.30
Per kapita			
Makanan	70.00	31.87	45.87
Bukan Makanan	227.59	49.25	148.03
Jumlah	297.62	81.12	193.90

laporan penyiasatan perbelanjaan isi rumah 1973, perbelanjaan perkapita untuk makanan bagi kawasan bandar ialah \$24.05 dan \$18.84 di luar bandar. Didapati perbelanjaan perkapita untuk makanan dalam kajian ini ialah \$70.03 di bandar dan \$31.87 di luar bandar. Ini menunjukkan keadaan inflasi dan pergolakan ekonomi yang mempengaruhi pendapatan perkapita bagi setiap pengguna dalam tempoh 1973 hingga 1983. Purata nisbah pendapatan yang dibelanjakan untuk makanan dalam kajian ialah 25 peratus, di mana keluarga bandar membelanjakan 20 peratus dan luar bandar 40 peratus daripada pendapatan keluarga.

Perbezaan tersebut disebabkan purata pendapatan isi rumah bandar lebih tinggi daripada purata pendapatan isi rumah luar bandar dan nisbah yang dibelanjakan bagi makanan semakin berkurang apabila pendapatan bertambah.

Yang termasuk dalam kumpulan bukan makanan ialah pakaian, tempat tinggal, pengangkutan, hiburan, simpanan dan keperluan lain (Jadual 3). Pakaian yang dimaksudkan ialah kain baju, kasut dan alat solek. Didapati hampir

semua keluarga luar bandar membeli pakaian setahun sekali iaitu ketika menyambut hari raya. Sebanyak 15 keluarga luar bandar tidak pernah membeli pakaian, kerana pakaian mereka ditanggung oleh anak-anak mereka yang telah bekerja. Bagi keluarga bandar pula, hanya dua buah keluarga yang tidak membeli pakaian kerana telah bersara. Peratus perbelanjaan keluarga bagi pakaian ialah 4 peratus. Sebanyak 43 buah keluarga luar bandar dan 35 buah keluarga bandar tinggal di rumah sendiri. Bagi keluarga luar bandar, mereka mendirikan rumah dengan model sendiri berbeza dengan keluarga bandar yang membeli rumah daripada pemaju perumahan. Kebanyakan responden bandar membayar ansuran di antara \$200 hingga \$400 sebulan atau 26 peratus daripada pendapatan bulanan.

Responden membelanjakan 14 peratus daripada pendapatan untuk pengangkutan. Perbelanjaan dalam item ini termasuklah bayaran insuran kenderaan setiap bulan, diesel dan tambang bas atau teksi. Didapati 18 keluarga (20 peratus) tidak mempunyai kenderaan sendiri.

JADUAL 3  
Purata perbelanjaan bulanan keluarga

Item	Bandar	Luar Bandar	Keseluruhan
Makanan	273.11 (20.13)	204.90 (39.90)	238.55 (25.50)
Pakaian	49.26 ( 3.60)	19.73 ( 3.70)	37.12 ( 4.00)
Perumahan	65.71 (26.90)	58.14 (11.30)	340.25 (36.40)
Pengangkutan	158.22 (11.70)	88.78 (17.30)	134.18 (14.20)
Simpanan	122.10 ( 9.00)	7722 (15.10)	103.71 (11.30)
Hiburan	40.21 ( 3.00)	— —	40.21 ( 4.30)
Lain-lain	152.18 (11.20)	71.32 (14.00)	114.01 (12.20)

( ) = Peratus daripada purata pendapatan bulanan keluarga.



Simpanan adalah penting untuk masa depan terutamanya untuk perbelanjaan sekolah anak-anak dan hari tua. Seramai 73 peratus keluarga membuat simpanan bulanan iaitu 11 peratus daripada pendapatan keluarga. Seramai 73 peratus keluarga yang terdiri daripada 50 peratus keluarga luar bandar dan 23 peratus keluarga bandar tidak membuat perbelanjaan untuk item hiburan. Mereka menonton televisyen dan mendengar radio sebagai hiburan.

*Kesedaran Pengguna*

Aspek kesedaran pengguna yang dikaji ialah kesedaran terhadap hak-hak dan tanggungjawab sebagai pengguna dan kesedaran terhadap undang-undang perlindungan pengguna di negara ini. Sebanyak 19 soalan telah dibentuk untuk mengenalpasti kesedaran hak dan tanggungjawab mereka sebagai pengguna. Setiap jawapan yang diberikan oleh responden diberi 3 markah untuk "selalu", 2 untuk "kadang-kadang" dan 1 untuk "tidak pernah". Sebelas soalan yang berkaitan dengan undang-undang telah dikemukakan untuk mengukur kesedaran terhadap undang-undang perlindungan pengguna. Markah yang diberi ialah 1 untuk "tidak" dan 2 untuk "ya".

Maklumat yang diperolehi menunjukkan 46 peratus daripada responden selalu membeli barang di satu tempat sahaja kerana mereka membeli secara kredit. Ini menyebabkan 82 peratus responden tidak pernah memilih barang-barang yang hendak dibeli dengan teliti kerana percaya kepada pekedai. Hanya 21 peratus responden selalu membuat perbandingan harga di beberapa buah kedai sebelum membeli, sedangkan kurang separuh (46 peratus) tidak pernah berbuat demikian. Seramai 83 peratus responden tidak pernah menyediakan senarai barang yang hendak dibeli dan tidak begitu berminat untuk mengambil tahu tentang barang-barang baru di pasaran. Hampir separuh daripada responden (46 peratus) tidak pernah mengemukakan soalan-soalan kepada pekedai semasa membeli dan cuma 17 peratus responden mengatakan mereka selalu mendapatkan maklumat tentang sesuatu barang sebelum membeli.

Kebanyakan responden (64 peratus) tidak pernah memeriksa keselamatan barang semasa membeli. Didapati 60 peratus responden tidak pernah membaca segala arahan sebelum membeli sesuatu barang dan hanya 7 peratus responden yang selalu mengikut arahan yang dicadangkan ketika mengguna dan menjaga barang-barang yang dibeli terutamanya barang-barang elektrik. Kebanyakan responden (76 peratus) tidak pernah membaca surat perjanjian jual beli sebelum surat tersebut ditandatangani. Mengenai hak untuk didengari pula, 36 peratus responden selalu memulangkan semula barang-barang yang dibeli jika barang tersebut tidak seperti yang diakui. Juga didapati lebih separuh responden (52 peratus) mengatakan mereka mengetahui hak-hak mereka sebagai pengguna. Julat markah kesedaran hak responden ialah di antara 26 hingga 55 dengan purata 44.3. Didapati purata markah kesedaran hak responden bandar lebih tinggi daripada responden luar bandar iaitu masing-masing 47.7 dan 41 markah.

Maklumbalas mengenai undang-undang menunjukkan ramai responden tidak mengetahui dan memahami undang-undang perlindungan pengguna di negara ini. Seramai 59 peratus mengatakan mereka tidak mengetahui wujudnya undang-undang yang melindungi mereka.

Setelah dijumlah markah kesedaran hak dan kesedaran undang-undang, didapati julat markah kesedaran pengguna ialah di antara 40 hingga 75 dengan purata 61 markah. Markah tersebut dikategorikan kepada tiga kumpulan iaitu "rendah" di antara 40 hingga 51, "sederhana" di antara 52 hingga 63 dan "tinggi" di antara 64 hingga 75 (Jadual 4). Hampir separuh responden (48 peratus) mendapat markah yang tinggi.

JADUAL 4  
Taburan markah kesedaran pengguna

Markah yang diperolehi	Bil. (n = 90)	%
40 - 51 (Rendah)	12	13
51 - 63 (Sederhana)	35	39
64 - 75 (Tinggi)	43	48

Maklumat yang diperolehi menunjukkan purata markah kesedaran meningkat apabila taraf pelajaran meningkat. Dengan menggunakan ujian ANOVA (Analisis Varian) didapati taraf kesedaran pengguna berbeza mengikut taraf pelajaran ( $F = 34.53$ ,  $dk = 2$ ) pada paras  $P < 0.01$ . Ujian 'Duncan's multiple-range' menunjukkan terdapatnya perbezaan yang bererti di antara responden yang berpelajaran tinggi dengan yang berpelajaran rendah dan di antara responden yang berpelajaran rendah dengan yang berpelajaran menengah pada para  $P < 0.01$ . Tetapi perbezaan taraf kesedaran pengguna tidak bererti di antara responden yang berpelajaran menengah dengan responden yang berpelajaran tinggi (Jadual 5). Ini menunjukkan taraf kesedaran pengguna akan meningkat apabila taraf pelajaran meningkat sehingga ke peringkat menengah tetapi apabila taraf pelajaran mencapai ke peringkat tinggi kenaikan taraf kesedaran adalah kecil.

JADUAL 5  
Ujian 'Duncan's multiple-range' bagi taraf pelajaran responden

Taraf pelajaran	Purata markah
Pelajaran rendah (Tidak bersekolah dan sekolah rendah)	54.8**
Pelajaran menengah (SRP/LCE dan SPM/MCE)	65.53**
Pelajaran tinggi (STP/HSC Maktab, Kolej dan Universiti)	66.10 <sup>ns</sup>

\*\* bererti pada paras 0.01.  
ns tidak bererti

JADUAL 6  
Ujian 'Duncan's multiple-range' bagi taraf pendapatan keluarga

Taraf pendapatan	Purata Markah
\$500 (Rendah)	54.28**
\$501 - \$999.99 (Sederhana)	63.25**
\$1000 ke atas	66.10**

\*\* bererti pada paras 0.01.

Ujian ANOVA ke atas pembolehubah taraf pendapatan keluarga dengan kesedaran pengguna menunjukkan terdapat perbezaan yang bererti di antara kedua-dua pembolehubah tersebut pada para  $P < 0.01$ . Ujian 'Duncan's multiple-range' menunjukkan responden daripada keluarga yang berpendapatan tinggi mempunyai perbezaan yang bererti pada paras  $P < 0.01$ , daripada segi kesedaran pengguna dibandingkan dengan responden yang berpendapatan rendah dan sederhana (Jadual 6). Ini menunjukkan taraf kesedaran responden daripada keluarga yang berpendapatan tinggi berbeza dengan responden yang berpendapatan rendah dan sederhana. Dengan menggunakan ujian ANOVA didapati perbezaan taraf kesedaran pengguna bandar dan pengguna luar bandar adalah bererti ( $F = 38.44$ ,  $dk = 1$ ) pada paras  $P < 0.01$  (Jadual 7). Purata markah kesedaran responden bandar lebih tinggi daripada markah kesedaran responden luar bandar iaitu masing-masing mendapat 65.4 dan 56.5 markah.

JADUAL 7  
Jadual ANOVA yang menunjukkan perhubungan di antara taraf kesedaran pengguna bandar dengan pengguna luar bandar

Punca Ubahan	Jadual Kuasa dua	Purata Kuasa dua	Darjah Kebebasan	Nilai F
Di antara kumpulan	1777.78	1777.78	1	38.44**
Di dalam kumpulan (Error)	4070.22	46.25	88	

\*\* Bererti pada paras  $P < 0.01$ .

## KESIMPULAN DAN CADANGAN

Maklumat yang didapati menunjukkan kebanyakan responden berada di peringkat umur pertengahan dan mempunyai saiz keluarga yang sederhana. Taraf hidup responden bandar lebih baik daripada responden luar bandar kerana mereka mempunyai taraf pelajaran dan pendapatan yang lebih tinggi. Lebih ramai responden bandar yang membuat peruntukan kewangan dibandingkan dengan responden luar bandar. Kebanyakan responden mementingkan faktor keperluan keluarga apabila membeli sesuatu barang. Perbelanjaan perkapita untuk makanan berbeza di antara keluarga bandar (\$70.3) berbanding dengan keluarga luar bandar (\$31.87). Ujian ANOVA dan Duncan's multiple-range menunjukkan taraf kesedaran pengguna berbeza mengikut taraf pelajaran dan pendapatan. Pengguna bandar mempunyai taraf kesedaran yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengguna luar bandar.

Adalah dicadangkan supaya pihak kerajaan

dan persatuan-persatuan mengambil langkah positif dalam mendidik pengguna menjadi lebih rasional terutamanya bagi mereka yang tinggal di luar bandar. Di sana kelas bukan formal tentang pendidikan pengguna boleh diadakan oleh persatuan-persatuan pengguna dan agensi-agensi kerajaan. Langkah selanjutnya ialah melahirkan generasi pengguna yang faham tentang tanggungjawab masing-masing supaya mereka menjadi lebih bijak dalam urusan pembelian mereka. Di sekolah, kesedaran ini boleh ditanamkan melalui penubuhan persatuan pengguna dan diserapkan ke dalam mata pelajaran tertentu misalnya dalam mata pelajaran Bahasa Malaysia, Sivik, Ekonomi, Perdagangan dan Kertas Am. Bahagian Penguatkuasa Kementerian Perdagangan dan Perindustrian perlu memperhebatkan lagi usaha untuk membentaras penipuan dan penyelewengan yang berlaku di pasaran. Akta serta undang-undang yang digubal juga perlu dikaji semula dan dikuatkuasakan. Di samping itu pengguna juga diberi penerangan mengenainya supaya kepentingan mereka lebih terjamin.

## SUMMARY

*The objective of this study was to examine the influence of some selected socio-economic factors on consumer awareness. A total of 90 respondents, consisting of 45 respondents from the urban area and 45 from the rural area were randomly selected for the study. Data were obtained by personal interviews using structured questionnaires. The socio-economic factors were used as independent variables and consumer awareness as dependent variables. The socio-economic factors included were educational status, family income and place of residence. Consumer awareness consisted of awareness towards rights and responsibilities as consumers and awareness towards consumer protection laws and regulations. Analysis of Variances test and Duncan's multiple-range statistical tests were utilized to test the differences between variables. The results show that most of the respondents are in the middle age group and have a medium-sized family. The urban respondents have a higher family income and higher level of education as compared to their rural counterparts. Most respondents cite family needs as the most important criterion for their decisions on buying. The per capita expenditure on food for urban families is higher (\$70.03) as compared to the rural families (\$31.87). The result also indicate that the level of consumer awareness of urban respondents is higher than those from the rural areas. The level of consumer awareness increased as the level of education and income increased. The ANOVA tests show that the level of consumer awareness differs with educational status and family income. Some recommendations for improving the conditions are also forwarded based on the responses given by the respondents.*



RUJUKAN

- BACKLIN, L.P. (1969): Consumer Search, Role Enactment and Market Efficiency. *Journal of Business*. 42(1): 22 – 28.
- BAILARD, E.T., BIEHL, D.C. and KAISER, R.W. (1977): Personal Money Management. Science Research Association, Inc., New York.
- BERBMAN, H.W. and GILSON, C.C. (1978): Consumer Behavior: Concepts and Strategies. California. Dickenson Publishing Co. Inc.
- CONNETT, M.C. and DOUGLAS, J. (1968): An Experimental of the Price-quality relationship. *Journal of Business*. 41: 439 – 444.
- DICKINSON, V.A.H. (1974): The Influence of Socio-economic Factors on Consumer Awareness. In Home Economic Research Abstract.
- ENGEL, J.F., KOLIAT, D.T. and BLACKWELL, R.D. (1973): Consumer Behavior. New York. Holt, Rinehart and Winston.
- HANSEN, F. (1972): Consumer Choice Behavior: A Cognitive Approach. New York. The Free Press.
- HARRIS, L. (1970): The Socially Conscious Consumer. In Consumer Behavior Concepts and Strategies (Disunting oleh Berkman, H.W. dan Gilson, C.C. 1978). California. Dickinson Publishing Co. Inc.
- HAWARD, J.A. and OSTLUND, L.E. (1973): Buyer Behavior. New York. Alfred A. Knoff.
- IBRAHIM SALLEH. (1983): Pengeluar-pengeluar sentiasa mencari keuntungan lebih: Kesedaran di kalangan pengguna perlu dipupuk. Berita Harian. 25hb. April. ms. 10
- LEVY, L., FELDMAN R. and SOSSERATH, S. (1976): The Consumer in the Market Place. California. Pitman Learning Inc.
- LEAVITT, H. (1954): A note on some Experimental Findings About the Meaning of Price. *Journal of Business*. 27: 205 – 210.
- MYERS, J.H., STANTON, R.R. and HAUG, A.F. (1974): Correlates Buying Behavior Social Class Vs. Income. *Journal of Marketing*. 8: 15.
- PENYIASATAN PERBELANJAAN ISI RRUMAH (1973): Jabatan Perangkaan Negara, Kuala Lumpur.
- RINGKASAN RANCANGAN MALAYSIA KTIGA (1982): Jabatan Percetakan Negara, Kuala Lumpur.
- SARBIN, T.R. (1965): Role Theory. The Handbook of Social Psychology (Disunting oleh Lindzey, G.). New York. Addison-Wesly Publishing Co., Inc.
- SCHOENFELD, D. and NATELLA, A.A. (1970): The Consumer and His Dollars. New York. Oceana Publication Inc.
- SCOTT, R. (1976): The Female Consumer. New York. Halsted Press.
- THAL, H.M. and HOLCÔME, M. (1973): Your Family and Its Money. Boston. Houghton Mifflin Co.
- TAN, T.W. (1982): Income Distribution and Determination in West Malaysia. Kuala Lumpur. Oxford University Press.
- THOMPSON, R. (1976): Characteristic and Behavior of Outshopping Consumer. *Journal of Retailing*. 47: 25 – 30.

(Received 5 June, 1984)