

②
GELAGAT PENGGUNAAN BARANG KEPERLUAN
DI KALANGAN PENGGUNA MUSLIM :
KAJIAN PERBANDINGAN DI JAJAHAN PASIR PUTEH,
KELANTAN DAN DAERAH PETALING JAYA,
SELANGOR

IZHAN HAMIDI BIN IBRAHIM

Perpustakaan Universiti Malaya



A511205902

JABATAN SYARIAH DAN EKONOMI
BAHAGIAN PENGAJIAN SYARIAH
AKADEMI PENGAJIAN ISLAM
UNIVERSITI MALAYA
KUALA LUMPUR
2003

**GELAGAT PENGGUNAAN BARANG KEPERLUAN
DI KALANGAN PENGGUNA MUSLIM :
KAJIAN PERBANDINGAN DI JAJAHAN PASIR PUTEH,
KELANTAN DAN DAERAH PETALING JAYA,
SELANGOR**

IZHAN HAMIDI BIN IBRAHIM

**DISERTASI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI
KEPERLUAN BAGI IJAZAH SARJANA SYARIAH
BAHAGIAN II
(SECARA BERKURSUS DAN DISERTASI)**

**JABATAN SYARIAH DAN EKONOMI
BAHAGIAN PENGAJIAN SYARIAH
AKADEMI PENGAJIAN ISLAM
UNIVERSITI MALAYA
KUALA LUMPUR
2003**



PRELIMINARI

- Abstrak
- Penghargaan
- Daftar Isi
- Senarai Rajah
- Senarai Jadual
- Senarai Lampiran
- Transliterasi
- Glosari Akronim

ABSTRAK

Gelagat Penggunaan Barang Keperluan Di Kalangan Pengguna Muslim : Kajian Perbandingan Di Jajahan Pasir Puteh, Kelantan Dan Daerah Petaling Jaya, Selangor.

Gelagat penggunaan biasanya dipengaruhi oleh pelbagai faktor, antaranya ialah keadaan demografi seperti jantina, umur, tahap pendidikan, jenis pekerjaan, bilangan isi rumah, pendapatan bulanan, kawasan tempat tinggal dan taraf perkahwinan. Kajian dilakukan untuk membandingkan gelagat penggunaan barang keperluan oleh pengguna muslim daripada latar belakang yang berbeza iaitu daripada kawasan luar bandar yang diwakili oleh responden di Jajahan Pasir Puteh, Kelantan dan kawasan bandar besar diwakili oleh responden di Daerah Petaling Jaya, Selangor. Fokus kajian ialah dari segi peruntukan perbelanjaan, barang yang menjadi pilihan utama, faktor tarikan pembelian, saluran maklumat, lokasi pembelian dan kriteria pemilihan barang keperluan. Rumusannya, gelagat penggunaan barang keperluan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya berada di dalam lingkungan amalan penggunaan Islam. Saluran maklumat dan lokasi pembelian barang keperluan bagi responden di kedua-dua tempat dipengaruhi oleh suasana persekitaran dan faktor latar belakang kawasan tempat tinggal yang mana mempunyai kemudahan dan infrastruktur yang berbeza. Namun kajian mendapati gelagat penggunaan barang keperluan oleh responden di Pasir Puteh lebih menepati teori penggunaan di dalam Islam kerana majoriti responden di Pasir Puteh membelanjakan keseluruhan pendapatan mereka untuk mendapatkan barang keperluan. Sebaliknya responden di Petaling Jaya yang mempunyai lebih pendapatan lebih cenderung untuk berbelanja bagi mendapatkan barang *hājīyyā* dan *taḥṣīniyyā*. Peratusan responden yang memilih label halal sebagai faktor tarikan pembelian yang paling utama dan jumlah responden yang memilih halal sebagai kriteria yang paling penting juga menunjukkan responden di Pasir Puteh mengatasi responden di Petaling Jaya.

ABSTRACT

Muslims Consuming Behaviour In Necessity Goods : Comparison Research At Pasir Puteh, Kelantan And Petaling Jaya, Selangor.

In order to achieve the objectives of consuming in line with Islamic principles, muslims consumer certainly do their consuming activities base on the rules in Islam. The consuming behaviour are mostly affected by the various factor. The factors are demography situation such as gender, age, education, job varieties, members of family, monthly income, living area and marital status. This research is concerned with consuming behaviour among muslims consumer which are come from different backgrounds. This research also focussed on budget, main necessity goods, attractiveness of buying factor, information source, location and criteria of choosing goods. The difference in consuming behaviour has been done between muslims consumer who are living in rural area and muslims consumer who are living in the big city. The rural muslims consumer are represented by the community in Pasir Puteh, Kelantan and the city muslims consumer are represented by the community in the district of Petaling Jaya, Selangor. The research found that consuming behaviour among muslim consumers in Pasir Puteh dan Petaling Jaya are in line with Islamic consuming principles. Since the respondent from the two places are attracted by information sources and the location that are well provided different facilities and infrastructure. However the consuming behaviour in necessity goods among the respondent in Pasir Puteh are more accurate to Islamic consuming theory because they spend all their money to get necessity goods. Different with the respondent in Petaling Jaya they use their income surplus to get their emenities and luxuries goods. This research also found that the respondent in Pasir Puteh are exceeded in everage of choosing halal label as the most attractive factor and the righteous criteria in consuming necessity goods.

الملخص البحث

الطبيعة الاستهلاكية الضرورية بين المسلمين : البحث المقارنة بين باسير بوتيه, كلنتن و بتالينج جايا, سلنجنور .

النشاطات الاستهلاكية اليومية بين المسلمين لا بد أن تكون متابعة لشرعة الإسلام حتى تتحقق الغاية الاستهلاكية الإسلامية. الطبيعة الاستهلاكية تتأثر لازماً بالأمر المتوع منها: الجنس والعمر والأكاديمية والعمل وعدد أهل البيت والأجر والسكن والزواج. وانطلاقاً من هذا يقوم الباحث بالبحث عن الطبيعة الاستهلاكية الضرورية من المستهلكين المختلفة من ناحية الإنفاق وأهم الضرورية وميل الشراء والمعلومات ومكان الشراء والخصائص في إختيار الضرورية. البحث يقارن بين القرويون باسير بوتيه والمدنيون بتالينج جايا في الطبيعة الاستهلاكية الضرورية. والنتيجة أن طبيعة النشاطات الاستهلاكية اليومية للمستهلكين باسير بوتيه وبتالينج جايا لا تخرج عن نطاق الشرعة الإسلامية. وأن النشاطات في هذين المكانين متأثرة باختلاف وتباين الخدمات العامة المتاحة فيهما. ويتبين البحث أن أغلبية المستهلكين في باسير بوتيه يخصصون جميع اموالهم للحصول على الضرورية بينما المستهلكون في بتالينج جايا يحصلون على الحاجيات والتحسينيات نظراً لزيادة دخلهم. ووجد البحث أيضاً بأن المستهلكين في باسير بوتيه يهتمون بعلامة الحلال أكثر من المستهلكين في بتالينج جايا في إختيار الأشياء التي اشتروها .

PENGHARGAAN

Hanya kepada Allah S.W.T. sahajalah setinggi-tinggi kesyukuran dipanjatkan. Selawat dan salam ke atas junjungan besar Nabi Muhammad S.A.W. keluarganya, para sahabat dan pejuang-pejuang Islam seluruhnya. Hanya dengan taufik dan hidayahNya kajian ini dapat disempurnakan dengan sebaiknya.

Apresiasi dan ucapan jutaan terima kasih kepada Prof Dr. Abdullah @ Alwi Hj Hassan selaku penyelia yang tabah dan gigih membimbing penulis untuk menyempurnakan kajian ini. Tidak lupa juga penghargaan kepada seluruh pensyarah yang telah mencurahkan ilmu pengetahuan yang tidak ternilai kepada penulis terutamanya Prof. Madya Dr. Idris Awang, Puan Patmawati Ibrahim, Prof. Madya Dr Joni Tamkin bin Borhan, Prof Madya Dr. Wan Sulaiman Wan Yusof En Azizi Che Seman dan En Ghazali Abu Salam yang telah membimbing penulis menyediakan soal selidik .

Ingatan setulus hati buat ayahnda dan ibunda tercinta Ibrahim bin Yunus dan Halimah binti Yaacob, mudah-mudahan mendapat rahmat dan keredhaan Allah dalam meniti kehidupan ini. Tidak lupa buat Mek dan seluruh keluarga di Wakaf Bharu semoga sejahtera sentiasa. Juga seluruh ahli keluarga Kak Wan dan Abe La serta Nabilah Akemal, Nur Mahirah Aqilah, Mohd Arib Zuhi dan Nursyasya Qistina, Abe Ail dan Kak Atie serta Nurul Atikah, Mohd Afiq dan Mohd Adham, Kak Mizah dan Abe Due serta Rafiq Hilmi, Mohd Rasyidi dan Nurain Fasahah, Kak Linie, Arif dan Ida yang sentiasa memberi dorongan dan galakan kepada penulis menggapai cita-cita. Istimewa buat isteri yang tercinta Wan Noor Asiah Wan Yusof, terima kasih atas segalanya dari Yah untuk Abe.

Sekalung penghargaan kepada responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya yang membantu penulis, pihak Majlis Daerah Pasir Puteh, Kelantan dan pihak Majlis Perbandaran Petaling Jaya, Selangor. Tidak lupa kepada Fazli Ngatmi, Kak Suzana, Mauli Azli, Badie, Azlida, Siti Zaleha, Zubaidah dan adik-adik yang banyak membantu dalam persiapan terakhir kajian.

Allah S.W.T. sahajalah yang mampu menilai ikatan ukhwah dan mahabbah yang utuh terbina buat sahabat-sahabat seILHAM terutamanya Fendi sebagai rakan setugas, sahabat-sahabat di RHSTM, IsBaT members dan rakan-rakan Jabatan Syariah Ekonomi sesi 2001/2002.

Naungan dan rahmat Allah didoakan kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan dan bantuan secara langsung atau tidak langsung sepanjang kajian ini dijalankan. Semoga budi dan jasa kalian mendapat ganjaran daripada Allah S.W.T.

Wassalam.

IZHAN HAMIDI BIN IBRAHIM
1491 Kampung Kelubi Jalan Machang
16800 Pasir Puteh
Kelantan Darul Naim.
E-mail : pay1702@yahoo.com

DAFTAR ISI

MUKA SURAT

PRELIMINARI

• Abstrak	i
• Penghargaan	iv
• Daftar Isi	v
• Senarai Rajah	viii
• Senarai Jadual	ix
• Senarai Lampiran	xv
• Transliterasi	xvi
• Glosari Akronim	xviii

PENDAHULUAN

a. Pengenalan	01
b. Latar belakang masalah kajian	03
c. Kenyataan tentang masalah kajian	05
d. Objektif kajian	06
e. Kerangka teori kajian	06
f. Hipotesis	07
g. Kepentingan kajian	08
h. Skop kajian	08
i. Ulasan penulisan (<i>review of literature</i>)	11
j. Struktur penulisan	22

BAB SATU

1.0 Gelagat Penggunaan Barang Keperluan Menurut Perspektif Islam.	30
1.1 Analisis Penggunaan Dalam Ekonomi Islam	30
1.1.1 Konsep penggunaan dalam Islam	30
1.1.2 Matlamat penggunaan dalam ekonomi Islam	32
1.1.3 Prinsip penggunaan dalam Islam	33
1.1.4 Ciri-ciri istimewa penggunaan Islam	39
1.1.5 Hierarki keutamaan penggunaan dalam Islam	41
1.1.6 Kaedah penggunaan terbaik	45
1.2 Konsep Barang Keperluan Dalam Ekonomi Islam	49
1.2.1 Konsep barang dalam ekonomi Islam	49
1.2.2 Kategori barang dalam ekonomi Islam	52
1.2.3 Kedudukan barang keperluan dalam Islam	55
1.2.4 Indeks Harga Pengguna di Malaysia	56
1.2.5 Pengkelasan barang dalam pasaran di Malaysia	57
1.2.6 Barang keperluan dalam pasaran di Malaysia	64

1.3	Teori Gelagat Pengguna Muslim	69
1.3.1	Konsep pengguna muslim	69
1.3.2	Pembentukan corak permintaan pengguna	71
1.3.3	<i>Had al-Kifāyah</i>	74
1.3.4	Model gelagat pengguna muslim	77
1.4	Corak Perbelanjaan Isi Rumah Di Malaysia	80
1.5	Penutup	81
BAB DUA		87
2.0	Metodologi Penyelidikan	
2.1	Pendahuluan	
2.2	Kerangka Kajian	87
2.3	Sumber Data	90
2.4	Rekabentuk Soal Selidik	90
2.5	Rekabentuk Sampel Soal Selidik	99
2.6	Teknik Penganalisaan Data	99
2.7	Had Kajian	101
2.8	Penutup	102
BAB TIGA		105
3.0	Gelagat Penggunaan Barang Keperluan Di Kalangan Pengguna Muslim Di Jajahan Pasir Puteh, Kelantan.	
3.1	Latar belakang penduduk Pasir Puteh, Kelantan.	105
3.2	Keadaan demografi pengguna muslim di Pasir Puteh, Kelantan	110
3.3	Peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan	119
3.4	Barang keperluan yang menjadi pilihan utama pengguna	121
3.5	Faktor tarikan pembelian barang keperluan	125
3.6	Saluran maklumat mengenai barang keperluan	130
3.7	Lokasi pembelian barang keperluan	134
3.8	Faktor pemilihan lokasi pembelian barang	138
3.9	Kriteria pemilihan barang keperluan	140
3.10	Penutup	146
BAB EMPAT		149
4.0	Gelagat Penggunaan Barang Keperluan Di Kalangan Pengguna Muslim Di Daerah Petaling Jaya, Selangor.	
4.1	Latar belakang penduduk Petaling Jaya, Selangor.	149
4.2	Keadaan demografi pengguna muslim di Petaling Jaya, Selangor.	155
4.3	Peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan	162
4.4	Barang keperluan yang menjadi pilihan utama pengguna	164
4.5	Faktor tarikan pembelian barang keperluan	169
4.6	Saluran maklumat mengenai barang keperluan	173
4.7	Lokasi pembelian barang keperluan	178
4.8	Faktor pemilihan lokasi pembelian barang	182
4.9	Kriteria pemilihan barang keperluan	184
4.10	Penutup	190

BAB LIMA	194
5.0 Analisis Gelagat Penggunaan Barang Keperluan Di Kalangan Pengguna Muslim Di Jajahan Pasir Puteh, Kelantan Dan Daerah Petaling Jaya, Selangor.	
5.1 Latar belakang pengguna di Pasir Puteh dan Petaling Jaya	194
5.2 Keadaan demografi responden	198
5.3 Analisis peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan	206
5.4 Analisis barang keperluan yang menjadi pilihan utama pengguna	209
5.5 Analisis tarikan pembelian barang keperluan	216
5.6 Analisis saluran maklumat barang keperluan	222
5.7 Analisis lokasi pembelian barang keperluan	230
5.8 Analisis faktor pemilihan lokasi pembelian barang keperluan	236
5.9 Analisis kriteria pemilihan barang keperluan	238
5.10 Pengujian dan keputusan hipotesis	248
 KESIMPULAN	
a. Kesimpulan	253
b. Cadangan dan Saranan	262
c. Cadangan penyelidikan masa depan.	267

BIBLIOGRAFI**LAMPIRAN**

SENARAI RAJAH

- Rajah 3.1 : Taburan peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan
 Rajah 3.2 : Taburan barang *darūriyyāt* yang menjadi pilihan pengguna
 Rajah 3.3 : Taburan barang *hājīyyāt* yang menjadi pilihan pengguna
 Rajah 3.4 : Taburan barang *taḥsīniyyāt* yang menjadi pilihan pengguna
 Rajah 3.5 : Taburan faktor tarikan pembelian barang keperluan yang paling utama
 Rajah 3.6 : Taburan saluran maklumat mengenai barang keperluan
 Rajah 3.7 : Taburan lokasi pembelian barang keperluan yang paling kerap dipilih
 Rajah 3.8 : Taburan faktor pemilihan lokasi pembelian barang
 Rajah 3.9 : Taburan kriteria pemilihan barang keperluan
- Rajah 4.1 : Taburan peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan
 Rajah 4.2 : Taburan barang *darūriyyāt* yang menjadi pilihan pengguna
 Rajah 4.3 : Taburan barang *hājīyyāt* yang menjadi pilihan pengguna
 Rajah 4.4 : Taburan barang *taḥsīniyyāt* yang menjadi pilihan pengguna
 Rajah 4.5 : Taburan faktor tarikan pembelian barang keperluan yang paling utama
 Rajah 4.6 : Taburan saluran maklumat mengenai barang keperluan
 Rajah 4.7 : Taburan lokasi pembelian barang keperluan yang paling kerap dipilih
 Rajah 4.8 : Taburan faktor pemilihan lokasi pembelian barang
 Rajah 4.9 : Taburan kriteria pemilihan barang keperluan
- Rajah 5.1 : Taburan peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan bagi responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
 Rajah 5.2 : Taburan barang *darūriyyāt* yang menjadi pilihan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
 Rajah 5.3 : Taburan barang *hājīyyāt* yang menjadi pilihan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
 Rajah 5.4 : Taburan barang *taḥsīniyyāt* yang menjadi pilihan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
 Rajah 5.5 : Taburan faktor tarikan pembelian barang keperluan yang paling utama bagi responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
 Rajah 5.6 : Taburan saluran maklumat mengenai barang keperluan yang menjadi pilihan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
 Rajah 5.7 : Taburan lokasi pembelian barang keperluan yang paling kerap menjadi pilihan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
 Rajah 5.8 : Taburan faktor pemilihan lokasi pembelian barang bagi responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
 Rajah 5.9 : Taburan kriteria pemilihan barang keperluan bagi responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya

SENARAI JADUAL

- Jadual 3.1 : Taburan penduduk mengikut jantina dan daerah
- Jadual 3.2 : Jumlah penduduk mengikut kumpulan etnik, daerah/mukim dan Negeri, Malaysia, 2000.
- Jadual 3.3 : Taburan penduduk mengikut kumpulan umur
- Jadual 3.4 : Taburan daerah mengikut keluasan
- Jadual 3.5 : Taburan penggunaan tanah dan keluasan
- Jadual 3.6 : Taburan kemudahan awam
- Jadual 3.7 : Taburan jantina ketua isi rumah
- Jadual 3.8 : Taburan umur ketua isi rumah
- Jadual 3.9 : Taburan tahap pendidikan ketua isi rumah
- Jadual 3.10 : Taburan jenis pekerjaan ketua isi rumah
- Jadual 3.11 : Klasifikasi silang tahap pendidikan dengan jenis pekerjaan ketua isi rumah
- Jadual 3.12 : Taburan bilangan isi rumah responden
- Jadual 3.13 : Taburan pendapatan bulanan isi rumah
- Jadual 3.14 : Klasifikasi silang jenis pekerjaan dengan pendapatan bulanan isi rumah
- Jadual 3.15 : Taburan tempat tinggal responden
- Jadual 3.16 : Taburan taraf perkahwinan ketua isi rumah
- Jadual 3.17 : Taburan peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan
- Jadual 3.18 : Klasifikasi silang peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan dengan pendapatan bulanan isi rumah
- Jadual 3.19 : Taburan barang *darūriyyāt* yang menjadi pilihan pengguna
- Jadual 3.20 : Taburan barang *hājīyyāt* yang menjadi pilihan pengguna
- Jadual 3.21 : Taburan barang *taḥsīniyyāt* yang menjadi pilihan pengguna
- Jadual 3.22 : Taburan barang keperluan yang menjadi pilihan utama pengguna
- Jadual 3.23 : Taburan faktor tarikan pembelian barang keperluan yang paling utama
- Jadual 3.24 : Taburan responden mengikut faktor label halal
- Jadual 3.25 : Taburan responden mengikut faktor diskaun harga
- Jadual 3.26 : Taburan responden mengikut faktor tarikh luput
- Jadual 3.27 : Taburan responden mengikut faktor iklan tersebar luas
- Jadual 3.28 : Taburan responden mengikut faktor pembungkusan menarik
- Jadual 3.29 : Taburan saluran maklumat mengenai barang keperluan
- Jadual 3.30 : Taburan responden mengikut maklumat rakan, jiran atau keluarga
- Jadual 3.31 : Taburan responden mengikut maklumat media elektronik
- Jadual 3.32 : Taburan responden mengikut maklumat media cetak
- Jadual 3.33 : Taburan responden mengikut maklumat risalah
- Jadual 3.34 : Taburan responden mengikut maklumat agen jualan langsung
- Jadual 3.35 : Taburan responden mengikut maklumat internet
- Jadual 3.36 : Taburan lokasi pembelian barang keperluan yang paling kerap dipilih
- Jadual 3.37 : Taburan responden mengikut lokasi kedai runcit
- Jadual 3.38 : Taburan responden mengikut lokasi pasar
- Jadual 3.39 : Taburan responden mengikut lokasi pasar malam / tani
- Jadual 3.40 : Taburan responden mengikut lokasi pembelian daripada peraih
- Jadual 3.41 : Taburan responden mengikut lokasi pasaraya besar
- Jadual 3.42 : Taburan faktor pemilihan lokasi pembelian barang

- Jadual 3.43 : Taburan kriteria pemilihan barang keperluan
- Jadual 3.44 : Taburan responden mengikut kriteria halal
- Jadual 3.45 : Taburan responden mengikut kriteria suci dan bersih
- Jadual 3.46 : Taburan responden mengikut kriteria harga yang murah
- Jadual 3.47 : Taburan responden mengikut kriteria berkualiti dan bermutu
- Jadual 3.48 : Taburan responden mengikut kriteria lokasi kedai berdekatan dengan rumah
- Jadual 3.49 : Taburan responden mengikut kriteria layanan penjual
- Jadual 3.50 : Taburan responden mengikut kriteria maklumat yang jelas dan terperinci
- Jadual 3.51 : Taburan responden mengikut kriteria jenama yang disukai
- Jadual 3.52 : Taburan responden mengikut kriteria sesuai dengan taraf dan gaya hidup

- Jadual 4.1 : Taburan penduduk mengikut kawasan
 Jadual 4.2 : Jumlah penduduk mengikut kaum
 Jadual 4.3 : Taburan penduduk mengikut kumpulan umur
 Jadual 4.4 : Taburan penggunaan tanah dan keluasan
 Jadual 4.5 : Taburan pusat kesihatan
 Jadual 4.6 : Prasarana pendidikan
 Jadual 4.7 : Tempat ibadat
 Jadual 4.8 : Kemudahan awam
 Jadual 4.9 : Tanah perkuburan
 Jadual 4.10 : Taburan jantina ketua isi rumah
 Jadual 4.11 : Taburan umur ketua isi rumah
 Jadual 4.12 : Taburan tahap pendidikan ketua isi rumah
 Jadual 4.13 : Taburan jenis pekerjaan ketua isi rumah
 Jadual 4.14 : Klasifikasi silang tahap pendidikan dengan jenis pekerjaan ketua isi rumah
 Jadual 4.15 : Taburan bilangan isi rumah responden
 Jadual 4.16 : Taburan pendapatan bulanan isi rumah
 Jadual 4.17 : Taburan kawasan tempat tinggal responden
 Jadual 4.18 : Taburan taraf perkahwinan ketua isi rumah
 Jadual 4.19 : Taburan peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan
 Jadual 4.20 : Klasifikasi silang peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan dengan pendapatan bulanan isi rumah
 Jadual 4.21 : Taburan barang *darūriyyā* yang menjadi pilihan pengguna
 Jadual 4.22 : Taburan barang *hājīyyā* yang menjadi pilihan pengguna
 Jadual 4.23 : Taburan barang *taḥsīniyyā* yang menjadi pilihan pengguna
 Jadual 4.24 : Taburan barang keperluan yang menjadi pilihan utama pengguna
 Jadual 4.25 : Taburan faktor tarikan pembelian barang keperluan yang paling utama
 Jadual 4.26 : Taburan responden mengikut faktor label halal
 Jadual 4.27 : Taburan responden mengikut faktor diskaun harga
 Jadual 4.28 : Taburan responden mengikut faktor tarikh luput
 Jadual 4.29 : Taburan responden mengikut faktor iklan tersebar luas
 Jadual 4.30 : Taburan responden mengikut faktor pembungkusan menarik
 Jadual 4.31 : Taburan saluran maklumat mengenai barang keperluan
 Jadual 4.32 : Taburan responden mengikut maklumat media elektronik
 Jadual 4.33 : Taburan responden mengikut maklumat media cetak
 Jadual 4.34 : Taburan responden mengikut maklumat rakan, jiran atau keluarga
 Jadual 4.35 : Taburan responden mengikut maklumat risalah
 Jadual 4.36 : Taburan responden mengikut maklumat agen jualan langsung
 Jadual 4.37 : Taburan responden mengikut maklumat internet
 Jadual 4.38 : Taburan lokasi pembelian barang keperluan yang paling kerap dipilih
 Jadual 4.39 : Taburan responden mengikut lokasi pasaraya besar
 Jadual 4.40 : Taburan responden mengikut lokasi kedai runcit
 Jadual 4.41 : Taburan responden mengikut lokasi pasar
 Jadual 4.42 : Taburan responden mengikut lokasi pasar malam / tandi
 Jadual 4.43 : Taburan responden mengikut lokasi pembelian daripada peraih
 Jadual 4.44 : Taburan faktor pemilihan lokasi pembelian barang
 Jadual 4.45 : Taburan kriteria pemilihan barang keperluan

- Jadual 4.46 : Taburan responden mengikut kriteria halal
- Jadual 4.47 : Taburan responden mengikut kriteria suci dan bersih
- Jadual 4.48 : Taburan responden mengikut kriteria berkualiti dan bermutu
- Jadual 4.49 : Taburan responden mengikut kriteria harga yang murah
- Jadual 4.50 : Taburan responden mengikut kriteria maklumat jelas dan terperinci
- Jadual 4.51 : Taburan responden mengikut kriteria lokasi kedai yang berdekatan
- Jadual 4.52 : Taburan responden mengikut kriteria layanan penjual yang memuaskan
- Jadual 4.53 : Taburan responden mengikut kriteria jenama yang disukai
- Jadual 4.54 : Taburan responden mengikut kriteria sesuai dengan taraf dan gaya hidup

- Jadual 5.1 : Jumlah penduduk Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut kaum
- Jadual 5.2 : Taburan penduduk mengikut kumpulan umur
- Jadual 5.3 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut jantina
- Jadual 5.4 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut umur
- Jadual 5.5 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut tahap pendidikan
- Jadual 5.6 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut jenis pekerjaan
- Jadual 5.7 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut bilangan isi rumah
- Jadual 5.8 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut pendapatan bulanan isi rumah
- Jadual 5.9 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut kawasan tempat tinggal
- Jadual 5.10 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut taraf perkahwinan
- Jadual 5.11 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut peruntukan perbelanjaan
- Jadual 5.12 : Klasifikasi silang peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan dengan pendapatan bulanan isi rumah di Pasir Puteh.
- Jadual 5.13 : Klasifikasi silang peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan dengan pendapatan bulanan isi rumah di Petaling Jaya.
- Jadual 5.14 : Taburan barang *darūriyyāt* yang menjadi pilihan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
- Jadual 5.15 : Taburan barang *hājiyyāt* yang menjadi pilihan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
- Jadual 5.16 : Taburan barang *tahsīniyyāt* yang menjadi pilihan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
- Jadual 5.17 : Taburan barang keperluan yang menjadi pilihan utama pengguna di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
- Jadual 5.18 : Taburan faktor tarikan pembelian barang keperluan yang paling utama bagi responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
- Jadual 5.19 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut faktor label halal
- Jadual 5.20 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut faktor diskaun harga
- Jadual 5.21 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut faktor tarikh luput
- Jadual 5.22 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut faktor iklan tersebar luas
- Jadual 5.23 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut faktor pembungkusan menarik
- Jadual 5.24 : Taburan saluran maklumat mengenai barang keperluan bagi responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya
- Jadual 5.25 : Taburan responden di Pasir Puteh dan Petaling Jaya mengikut maklumat media cetak

- Jadual 5.26 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut maklumat media elektronik
- Jadual 5.27 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut maklumat internet
- Jadual 5.28 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut maklumat rakan, jiran atau keluarga
- Jadual 5.29 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut maklumat agen jualan langsung
- Jadual 5.30 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut maklumat risalah
- Jadual 5.31 : Taburan lokasi pembelian barang keperluan yang paling kerap dipilih oleh responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya
- Jadual 5.32 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut lokasi pasaraya besar
- Jadual 5.33 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut lokasi pasar
- Jadual 5.34 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut lokasi kedai runcit
- Jadual 5.35 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut lokasi pasar malam / tani
- Jadual 5.36 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut lokasi peraih
- Jadual 5.37 : Taburan faktor pemilihan lokasi pembelian barang keperluan bagi responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya
- Jadual 5.38 : Taburan kriteria pemilihan barang keperluan bagi responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya
- Jadual 5.39 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut kriteria halal
- Jadual 5.40 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut kriteria suci dan bersih
- Jadual 5.41 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut kriteria harga yang murah
- Jadual 5.42 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut kriteria berkualiti dan bermutu
- Jadual 5.43 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut kriteria lokasi kedai yang berdekatan
- Jadual 5.44 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut kriteria layanan penjual yang memuaskan
- Jadual 5.45 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut kriteria maklumat yang jelas dan terperinci
- Jadual 5.46 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut kriteria jenama yang disukai
- Jadual 5.47 : Taburan responden di Pasir Putih dan Petaling Jaya mengikut kriteria sesuai dengan taraf dan gaya hidup

SENARAI LAMPIRAN

Lampiran A : Borang soal selidik

Lampiran B : Peta Kawasan Pasir Puteh

Lampiran C : Peta Kawasan Petaling Jaya

Lampiran D : Jadual *Ḥad al-Kifāyah* Baitul Mal Wilayah Persekutuan

TRANSLITERASI

Dalam mengeja perkataan-perkataan Arab, transliterasi berikut digunakan sebagai panduan :

Huruf Rumi	Huruf Arab	Huruf Rumi	Huruf Arab
A	ا	t	ط
B	ب	z	ظ
T	ت	‘	ع
Th	ث	gh	غ
J	ج	f	ف
H	ح	q	ق
Kh	خ	k	ك
D	د	l	ل
Dh	ذ	m	م
R	ر	n	ن
Z	ز	w	و
S	س	h	ه
Sh	ش	y	ي
\$	ك	‘	ء
D	ظ	t	ة

Bagi perkataan Arab yang telah ditukar kepada bahasa Melayu dikecualikan daripada panduan transliterasi ini.

Vokal Panjang

Ā	آ
Ū	و
I	ى

Vokal Pendek

Baris di Atas (Fathah)	a
Baris di Bawah (Kasrah)	i
Baris di Depan (Dhammah)	u

Diftong

aw	او
ay	اى
iy	ي
uww	و

GLOSARI AKRONIM

Cet.	: Cetakan
<i>Crosstab</i>	: Ujian Klasifikasi Silang
<i>Cumulative Percent</i>	: Peratus Kumulatif
Dr.	: Doktor Falsafah
<i>Frequency</i>	: Kekерapan
H	: Hipotesis
Ibid	: Ibidem (pada tempat yang sama)
<i>Mean</i>	: Min
<i>Missing</i>	: Data yang tidak lengkap atau data hilang
m.s	: Muka Surat
N	: Bilangan responden
Op.cit	: Opera Citato (dalam karya yang sama)
<i>Percent</i>	: Peratus
Phd	: <i>Doctor of Philosophy</i> (Doktor Falsafah)
PMR	: Penilaian Menengah Rendah
RM	: Ringgit Malaysia
S.A.W.	: <i>Shalla al Allahu 'Alaihi wa sallam</i>
Skala Likert	: Skala pemeringkatan
SPM	: Sijil Pelajaran Malaysia
SRP	: Sijil Rendah Pelajaran
<i>Standard Deviation</i>	: Sisihan Piawai
STPM	: Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia
S.W.T.	: <i>Subhana al Allahu wa Ta'ala</i>
Terj.	: Terjemahan
t.t.	: Tanpa Tarikh
<i>Valid</i>	: Sah
<i>Valid Percent</i>	: Peratus Sah
%	: Peratus



PENDAHULUAN

- Tajuk
- Pengenalan
- Latar belakang masalah kajian
- Kenyataan tentang masalah kajian
- Objektif kajian
- Kerangka teori kajian
- Hipotesis
- Kepentingan kajian
- Skop kajian
- Ulasan penulisan (*review of literature*)
- Struktur penulisan

PENDAHULUAN

a. PENGENALAN

Penggunaan melibatkan soal perancangan perbelanjaan isi rumah untuk memenuhi keperluan hidup sama ada perbelanjaan untuk barangan atau perkhidmatan yang terdapat dalam pasaran. Maka keperluan-keperluan asas seperti makanan dan minuman, pakaian, tempat tinggal, kenderaan, pengangkutan, pendidikan dan sebagainya menjadi matlamat penggunaan setiap isi rumah.¹

Peruntukan perbelanjaan dan corak penggunaan isi rumah banyak dipengaruhi oleh jenis barangan dan tahap pendapatan mereka. Pengguna akan membuat keputusan untuk membelanjakan pendapatan mereka sama ada untuk barang mewah, barang biasa atau barang bawahan. Buktinya, peningkatan ekonomi akan turut meningkatkan kemampuan dan keupayaan pengguna untuk membeli lebih banyak barang dan perkhidmatan.²

Sebahagian besar pendapatan akan diperuntukkan untuk mendapatkan barang keperluan asas yang mana penggunaannya berada pada hierarki keutamaan yang paling tinggi kerana prinsip memenuhi keperluan lebih utama daripada memuaskan kehendak yang merupakan objektif aktiviti ekonomi.³

Maka kesemua perbelanjaan untuk barang keperluan asas tersebut memerlukan pembiayaan yang terancang mengikut kemampuan pengguna. Kegagalan merancang perbelanjaan dengan berhemat akan menyebabkan timbul pelbagai masalah kepenggunaan. Oleh itu, semua isi rumah harus membuat

pertimbangan dalam perbelanjaannya untuk faedah jangka panjang dan faedah jangka pendek.⁴

Kita juga harus menyedari bahawa gelagat individu sebagai pengguna memberi kesan bukan hanya kepada diri dan ahli keluarga kita sahaja, bahkan akan memberi kesan kepada kestabilan ekonomi negara. Contohnya perbelanjaan yang tidak terkawal terutama melalui pinjaman dan penggunaan kad kredit akan menambah beban hutang dan meningkatkan kadar inflasi keluarga dan negara.⁵

Justeru itu, setiap pengguna khususnya pengguna muslim mestilah mematuhi garis panduan atau etika penggunaan yang telah ditetapkan oleh Islam terutamanya dalam penggunaan barang keperluan. Antaranya ialah mengambil kira aspek halal, keutamaan sesuatu barang, kebersihan, kesucian, kesederhanaan, tidak boros atau membazir di samping mengamalkan sifat-sifat dan akhlak yang terpuji. Maka kita perlulah memahami gelagat atau kelakuan pengguna muslim dalam penggunaan seharian mereka bagi membolehkan kita menilainya dan seterusnya memandu penggunaan mereka selaras dengan dasar-dasar penggunaan Islam.

Penyelidikan yang akan dijalankan adalah berkaitan dengan gelagat pengguna muslim di Malaysia dalam penggunaan barang keperluan. Kajian akan menyentuh berkaitan konsep barang keperluan, konsep penggunaan, gelagat penggunaan barang keperluan dan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim.

b. LATAR BELAKANG MASALAH KAJIAN

Tidak dapat dinafikan bahawa wujudnya jurang pendapatan wang yang agak besar di antara penduduk di kawasan luar bandar dengan penduduk di kawasan bandar-bandar besar ⁶ tetapi pendapatan benar sukar untuk diukur kerana ia melibatkan nilai bukan wang (*non monetary value*) Pertumbuhan pesat ekonomi Malaysia dalam 15 tahun kebelakangan ini tidak dapat dinikmati secara setara oleh penduduk.⁷ Keadaan ini mempengaruhi bentuk dan corak perbelanjaan mereka.

Keadaan sosioekonomi yang tidak seimbang ini telah melahirkan bentuk dan corak penggunaan yang berbeza terhadap sesuatu barang dalam pasaran termasuklah bagi pengguna-pengguna muslim.⁸ Latar belakang ekonomi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penilaian dan peruntukan perbelanjaan pengguna terhadap sesuatu barang. Justeru itu, barangan dalam pasaran di Malaysia memerlukan satu pentakrifan yang menepati semua keadaan dan latar belakang pengguna dengan cara menilai harga barangan yang ditawarkan di pasaran dengan kemampuan pengguna secara keseluruhan.

Barang keperluan yang berada pada hierarki keutamaan yang teratas iaitu barang-barang yang menjadi keperluan asasi kepada semua pengguna perlu diberikan tumpuan yang utama. Matlamatnya supaya semua pengguna dapat memenuhi keperluan mereka dengan sempurna dan penyediaan atau penawaran barang keperluan dalam pasaran sentiasa mencukupi. Keadaan ini sangat penting terutamanya kepada pengguna di kawasan luar bandar yang rata-ratanya mempunyai tahap pendapatan yang rendah.⁹ Keadaan penawaran dan harga

barang keperluan yang tidak stabil dan sentiasa mengalami peningkatan akan semakin menyukarkan mereka memenuhi keperluan harian.

Namun realitinya kebanyakan pengguna muslim tidak berbelanja berasaskan kepada hierarki keutamaan sesuatu barang sebaliknya lebih mementingkan kepuasan diri yang boleh disifatkan sebagai budaya berbelanja yang kurang sihat.¹⁰ Ini berlawanan dengan etika dan garis panduan penggunaan yang telah ditetapkan oleh Islam yang menuntut pengguna mengutamakan barang mengikut hierarki keutamaan sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki.

Bukti yang dapat kita lihat adalah gelagat pengguna semasa keadaan ekonomi negara yang stabil dan berkembang dengan pesat terutamanya pada akhir tahun 90an iaitu sebelum ekonomi negara mengalami masalah berpunca dari krisis matawang. Kebanyakan pengguna berbelanja tidak berdasarkan kepada keperluan mereka sebaliknya lebih mementingkan kehendak mereka.¹¹ Maksudnya pengguna berbelanja berdasarkan kehendak atau dorongan untuk mendapat kepuasan diri dan mengabaikan barang-barang keperluan yang sepatutnya mesti dipenuhi terlebih dahulu. Setelah berlaku kegawatan ekonomi, golongan berpendapatan rendah merupakan golongan yang paling terkesan daripada kegawatan ekonomi.¹²

Maka suatu kajian berkaitan dengan gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim perlu dilaksanakan untuk memahami dan mengetahui dengan lebih lanjut bentuk dan corak penggunaan mereka dan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan gelagat tersebut. Seterusnya langkah-langkah yang

perlu boleh dicadangkan untuk memastikan mereka mengamalkan garis panduan penggunaan yang telah ditetapkan oleh Islam supaya kestabilan dan keadilan ekonomi dapat dicapai.

c. KENYATAAN TENTANG MASALAH KAJIAN

Jurang pendapatan yang besar dan perbezaan latar belakang pengguna muslim merupakan faktor utama yang mewujudkan bentuk dan corak penggunaan yang berbeza terhadap sesuatu barang dalam pasaran di negara kita. Ini termasuklah penilaian terhadap barang keperluan yang mana berada pada hierarki keutamaan yang paling tinggi bagi setiap pengguna muslim. Maka suatu pentakrifan yang dapat menepati semua keadaan dan latar belakang pengguna muslim perlu dibuat bagi menentukan kategori barang keperluan.

Memandangkan jurang pendapatan dan perbezaan latar belakang menjadi faktor utama yang mempengaruhi gelagat penggunaan pengguna muslim, maka kajian dilakukan secara perbandingan antara pengguna muslim di Pasir Puteh yang mewakili kawasan luar bandar dan Petaling Jaya mewakili kawasan bandar besar. Kajian perlu dibuat untuk mengenalpasti bentuk dan corak penggunaan mereka dan faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat penggunaan mereka.

Fokus utama adalah untuk memahami bentuk dan corak penggunaan mereka serta melihat faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat penggunaan mereka terhadap barang keperluan. Seterusnya langkah-langkah yang sewajarnya boleh

dicadangkan supaya garis panduan penggunaan barang keperluan secara Islam dapat dipraktikkan bagi mencapai keadilan dan kestabilan ekonomi.

d. OBJEKTIF KAJIAN

1. Memberikan pentakrifan kepada barang keperluan bagi pengguna muslim dalam pasaran di Malaysia.
2. Mengkaji dan memahami gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim di Pasir Puteh, Kelantan dan Petaling Jaya, Selangor.
3. Mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim.

e. KERANGKA TEORI KAJIAN

Kajian dimulakan dengan memberikan pentakrifan kepada konsep barang keperluan yang boleh menepati semua keadaan dan latar belakang pengguna-pengguna muslim di Malaysia.

Seterusnya kajian akan menyentuh mengenai kaedah penggunaan barang keperluan seperti yang telah digariskan oleh Islam untuk dijadikan panduan oleh pengguna-pengguna muslim.

Kajian selanjutnya ditumpukan kepada corak peruntukan perbelanjaan dan barang-barang yang menjadi pilihan pengguna serta faktor-faktor yang

mempengaruhi gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim. Antaranya ialah faktor latar belakang, tarikan pembelian, saluran maklumat barang, lokasi pembelian barang dan kriteria-kriteria yang menjadi keutamaan pengguna dalam pemilihan dan penggunaan barang keperluan. Selain itu, kajian juga akan cuba mengenalpasti hubungan yang wujud antara penggunaan dengan tempat tinggal dan tingkat pendapatan isi rumah yang menggunakan barang keperluan tersebut.

f. HIPOTESIS

Berasaskan kepada teori gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna-pengguna muslim, 5 hipotesis awal telah dibuat¹³.

1. Peruntukan perbelanjaan bulanan untuk barang keperluan bagi pengguna muslim di Pasir Puteh dijangka lebih tinggi berbanding dengan pengguna muslim di Petaling Jaya.
2. Pengguna muslim di Pasir Puteh dijangka mempunyai barang pilihan utama yang sama dengan pengguna muslim di Petaling Jaya.
3. Pengguna muslim di Pasir Puteh dijangka paling kerap menerima maklumat mengenai barang keperluan melalui rakan, jiran atau keluarga berbanding dengan pengguna muslim di Petaling Jaya yang paling kerap menerima maklumat daripada media elektronik.

4. Pengguna muslim di Pasir Puteh dijangka paling kerap membeli barang keperluan di kedai runcit berbanding dengan di pasaraya besar oleh pengguna muslim di Petaling Jaya.
5. Pengguna muslim di Pasir Puteh dan Petaling Jaya dijangka meletakkan halal sebagai kriteria yang paling penting apabila menggunakan barang keperluan.

g. KEPENTINGAN KAJIAN

Kajian ini mempunyai beberapa kepentingan dari sudut keilmuan. Antaranya ialah :

1. Mengemukakan dan menjelaskan teori atau konsep barang keperluan untuk pengguna-pengguna muslim di Malaysia.
2. Membandingkan gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim daripada latar belakang yang berbeza.
3. Mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim.

h. SKOP KAJIAN

Kajian dibuat untuk mengemukakan suatu konsep bagi barang keperluan dalam skop pengguna muslim di Malaysia supaya dapat digunapakai oleh semua pengguna muslim tanpa mengira keadaan dan latar belakang mereka.

Penelitian khusus dijalankan ke atas gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna-pengguna muslim di Pasir Puteh dan Petaling Jaya secara perbandingan. Gelagat penggunaan ini dikaji secara persampelan di mana satu set barangan keperluan yang dipilih khusus sahaja yang dinilai corak penggunaannya.

Seterusnya analisa dibuat ke atas faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim di Pasir Puteh dan Petaling Jaya.

Jajahan Pasir Puteh, Kelantan telah dipilih mewakili kawasan luar bandar dalam kajian ini kerana faktor latar belakangnya yang memenuhi ciri-ciri sebuah kawasan luar bandar. Dari sudut kegiatan sosioekonomi penduduk Pasir Puteh, aktiviti ekonomi yang dijalankan merangkumi semua aspek termasuk pertanian, perikanan, keusahawanan dan perkhidmatan. Jajahan Pasir Puteh juga dilengkapi dengan kemudahan asas yang mencukupi seperti sekolah, hospital, tempat ibadat, balai bomba dan sistem jalanraya yang agak baik. Tambahan pula penyelidik berasal dari Jajahan Pasir Puteh dan mahir dengan keadaan lokasi kajian serta memahami dengan mendalam keadaan hidup masyarakat di Pasir Puteh.

Daerah Petaling Jaya dipilih sebagai lokasi kajian bagi mewakili kawasan bandar besar kerana faktor latar belakangnya yang memenuhi ciri-ciri sebagai sebuah kawasan bandar besar. Petaling Jaya dilengkapi dengan pelbagai kemudahan yang canggih dan terbaik termasuklah komuter, LRT dan sistem jalanraya yang sistematik. Petaling Jaya juga mempunyai kepadatan penduduk yang tinggi dengan pecahan mengikut kaum yang agak serata. Selain menjadi

pusat tumpuan kegiatan ekonomi, Petaling Jaya juga merupakan salah sebuah pusat pendidikan tinggi di Malaysia yang utama. Tambahan pula penyelidik telah berada di Petaling Jaya lebih daripada 5 tahun kerana belajar di Universiti Malaya. Ini memudahkan lagi kajian dilakukan.

Beberapa ciri gelagat penggunaan barang keperluan pengguna muslim telah dipilih untuk dikaji. Gelagat-gelagat tersebut ialah :

1. Peruntukan perbelanjaan untuk barang keperluan

Kajian dibuat untuk melihat peruntukan perbelanjaan yang dibuat oleh pengguna muslim bagi mendapatkan barangan keperluan daripada jumlah perbelanjaan keseluruhan mereka.

2. Barang keperluan yang menjadi pilihan utama

Kajian dibuat untuk melihat apakah barang-barang keperluan yang menjadi pilihan utama pengguna muslim dalam perbelanjaan mereka.

3. Tarikan pembelian barang keperluan

Kajian dibuat untuk meneliti faktor-faktor yang mendorong pengguna muslim menggunakan sesuatu barang keperluan, termasuklah faktor dalaman dan faktor luaran.

4. Saluran maklumat barang keperluan

Kajian dibuat untuk melihat daripada sumber manakah pengguna muslim mendapatkan maklumat berkaitan barang keperluan yang mereka gunakan.

5. Lokasi pembelian barang keperluan

Kajian dibuat untuk meneliti lokasi manakah yang menjadi pilihan pengguna muslim bagi mendapatkan barangan keperluan untuk mereka gunakan.

6. Kriteria pemilihan barang keperluan

Kajian dibuat untuk merumuskan kriteria-kriteria yang digunakan oleh pengguna muslim dalam membuat pemilihan barang keperluan yang digunakan.

Kajian akan dibuat ke atas gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim secara perbandingan di antara pengguna muslim di bandar dan pengguna muslim di luar bandar.

i. ULASAN PENULISAN (*REVIEW OF LITERATURE*)¹⁴

Hasil daripada pembacaan dan kajian yang telah dibuat¹⁵, penyelidik mendapati masih belum ada kajian yang dibuat berkaitan gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim di Malaysia. Namun beberapa penulisan yang berkaitan dengan kajian terhadap gelagat pengguna secara asasnya telah dihasilkan oleh pengkaji yang terdahulu. Antaranya ialah tulisan sarjana-sarjana ekonomi Islam seperti :

Afzalur Rahman dalam bukunya *Economic Doctrines Of Islam*(1975) ¹⁶ dan Muhammad *Encyclopaedia Of Seerah* (1982) ¹⁷ telah menjelaskan konsep penggunaan dengan menyebut tentang mutu, kesucian, kesederhanaan, pembaziran, ciri-ciri penggunaan, jenis kehendak, taraf hidup, kaedah terbaik dan kehidupan yang mulia.

Monzer Kahf (1978) dalam tulisannya *The Islamic Economy : Analytical Study Of The Functioning Of The Islamic Economic System* ¹⁸ menyebut tentang asas rasionalisme Islam, konsep barang dan etika penggunaan Islam.

Dalam artikelnya *A Contribution To the Theory Of Consumer Behavior In An Islamic Society* ¹⁹ Monzer Kahf (1980) menyebut tentang motif dan matlamat pengguna dalam Islam iaitu kepuasan dari penggunaan dan kejayaan di akhirat, peruntukan perbelanjaan dan aspek makroekonomi perlakuan pengguna Islam.

M.A.Mannan (1986) dalam bukunya *Islamic Economics : Theory And Practice* ²⁰ menyebut tentang prinsip penggunaan seperti ketaqwaan, kebersihan, kesederhanaan, kebajikan dan moral, serta menjelaskan peraturan makanan, kehendak dan susunan keutamaan dan sifat gelagat pengguna.

Asad Zaman (1991), *Towards Foundation Of An Islamic Theory Of Consumer Behaviour* ²¹ mengemukakan model berasaskan matematik bagi prinsip-prinsip penggunaan yang selari dengan nilai-nilai Islam.

Muhammad Anas al-Zarqa (1992) dalam artikelnya *A Partial Relationship In A Muslims Utility Function* ²² menyentuh tentang matlamat pengguna muslim ialah memaksimumkan pahala berpandukan Syariah dengan mengemukakan sebuah model gelagat pengguna.

Muhammad Nejatullah Siddiqi (1979) dalam bukunya *The Economic Enterprise*²³ telah menjelaskan tentang gelagat pengguna di bawah pengaruh semangat Islam dalam menjelaskan konsep pasaran di bawah pengaruh Islam.

Dalam artikelnya *Some Notes On Teaching Economics In An Islamic Framework* (1992)²⁴ beliau menyebut bahawa matlamat pengguna muslim adalah memaksimumkan kepuasan dengan faham dan mengamalkan ajaran Islam.

Manakala dalam tulisannya bertajuk *Islamic Consumer Behavior* (1992)²⁵ beliau menyentuh tentang gelagat pengguna di bawah pengaruh Islam serta corak permintaan yang dibentuk.

M. Fahim Khan (1992) dalam artikelnya *Theory Of Consumer Behaviour In An Islamic Perspective*²⁶ menyebut tentang perbezaan asas antara teori gelagat penggunaan konvensional dengan Islam dengan menjelaskan rangka kerja etika kapitalis dan juga Islam. Beliau juga menyebut bahawa matlamat pengguna muslim adalah memenuhi keperluan iaitu kehendak yang mempunyai masalah dunia dan akhirat.

Manakala dalam bukunya *Essays In Islamic Economics* (1995)²⁷ beliau menyentuh tentang asas, etika, tabungan, pengagihan dan rangka kerja gelagat penggunaan dalam perspektif Islam.

Kesimpulannya, kita dapati sarjana-sarjana daripada luar negara seperti Afzalur Rahman, Monzer Kahf, M.A. Mannan, Asad Zaman, Muhammad Anas

Zarqa, Muhammad Nejatullah Siddiqi dan M. Fahim Khan telah menghasilkan kajian dan penulisan asas yang menjelaskan tentang konsep penggunaan dan gelagat pengguna dalam perspektif Islam. Hasil penulisan mereka ini bolehlah dijadikan sebagai asas atau sebagai teori rujukan bagi meneruskan kajian tentang gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim di Malaysia.

Penulisan Kertas Kerja Semasa Di Malaysia.

Manakala hasil penulisan semasa yang dihasilkan di Malaysia berkaitan dengan gelagat pengguna antaranya ialah :

Kertas Kerja Seminar Nikmat Membeli Bagi Pengguna (1986), Kepenggunaan Dalam Islam.²⁸ Menyentuh tentang pendidikan penggunaan dan masalah-masalah yang dihadapi oleh pengguna muslim di Malaysia.

Kertas Kerja Seminar oleh Shan Paramasivam (1990), Mahasiswa Dan Budaya Pengguna : Cabaran Modenisasi Dalam Konteks Kepenggunaan.²⁹ Menyentuh tentang budaya dan masalah mahasiswa dalam penggunaan serta cabaran-cabaran modenisasi dalam penggunaan seperti kuasa pengguna, budaya, sikap, pendidikan dan sebagainya.

Kertas Kerja Seminar Pendedahan Pengguna (1990), Islam Dan Cabaran Modenisasi Dalam Konteks Kepenggunaan.³⁰ Menyentuh tentang konsep asas kepenggunaan Islam dan salahguna keperluan dalam kepenggunaan. Juga menjelaskan tentang salahguna, pencemaran agama dan budaya yang berlaku.

Kertas Kerja Persidangan oleh Wan Sabri Wan Hussin dan Mohamad Yusoff Sanusi (1996), *Perlakuan Isi Rumah Sebagai Pengguna Yang Bijaksana Di Dalam Membuat Keputusan Perbelanjaan Isi Rumah*,³¹ menyentuh tentang peranan isi rumah terhadap isu-isu kesedaran penggunaan dan tindakan yang sewajarnya dalam menangani masalah berkaitan kepenggunaan.

Kesimpulannya, kita dapati kertas-kertas kerja yang telah dihasilkan oleh penulis di negara kita ini banyak menyentuh keadaan gelagat sebenar pengguna di Malaysia. Hasil penulisan ini boleh dijadikan rujukan bagi mendalami gelagat pengguna di Malaysia terutamanya pengguna-pengguna muslim.

Penulisan Buku Semasa Di Malaysia

Penulis-penulis tempatan juga telah menghasilkan buku-buku yang berkaitan dengan bidang penggunaan dan gelagat pengguna.

Buku terbitan Bahagian Agama Jabatan Perdana Menteri (1984),³² *Makanan, Minuman Dan Kepenggunaan Dalam Islam* mengemukakan garis panduan umum sebagai rujukan kepada para pengusaha yang berkaitan dengan makanan, minuman dan penggunaan.

Kertas Kerja Kursus oleh Saiful Azhar Rosly (1986), *Penggunaan, Pengeluaran dan Pengagihan*³³ menyentuh tentang konsep dan asas penggunaan menurut perspektif Islam.

Tulisan oleh Abdul Rahim Anuar (1989),³⁴ Teori Gelagat Pengguna menyentuh tentang faktor yang mempengaruhi permintaan pengguna dan menganalisis gelagat pengguna memaksimumkan utiliti melalui pendekatan kardinal dan ordinal.

Buku terbitan Bahagian Hal Ehwal Islam Jabatan Perdana Menteri (1990), Makanan, Minuman Dan Bahan Gunaan Orang Islam³⁵ mengemukakan garis panduan untuk pengusaha makanan dan bahan gunaan tentang konsep halal dan haram meliputi makanan, minuman, penyembelihan dan alat-alat kegunaan.

Tulisan M. Fahim Khan dan Muhammad Ghifari (1992), Syatibi's Objectives Of Shari'ah And Some Implications For Consumer Theory,³⁶ menyentuh tentang perbincangan konsep matlamat atau objektif Syariah oleh al-Syatibi. Seterusnya melihat implikasi objektif Syariah terhadap gelagat penggunaan bagi pengguna muslim.

Tulisan oleh Syed Omar Syed Agil (1992), Rationality In Economic Theory³⁷ menyentuh tentang kegagalan teori rasionaliti egoistik, rasionaliti terbatas dan altruism seperti yang dianjurkan oleh ekonomi konvensional dan mengemukakan teori gelagat manusia Islam yang sesuai dengan teori rasionaliti Islam seperti mana terdapat dalam ajaran Islam.

Tulisan oleh Surtahman Kastin Hasan (1993), Ekonomi Islam : Dasar Dan Amalan.³⁸ Dalam bab kelima bukunya iaitu Analisis Penggunaan Dalam Islam menyentuh tentang analisis penggunaan dari segi prinsip, konsep barang,

keutamaan penggunaan, analisis permintaan dan peruntukan perbelanjaan secara ringkas.

Tulisan Mohd Hamdan Adnan (1994), *Konsep Asas Kepenggunaan*³⁹ mengemukakan 181 konsep asas berkaitan bidang kepenggunaan yang sering diguna pakai dalam pasaran di Malaysia.

Tulisan oleh Lokman Abdul Rahman (1999), *Halal Dan Kepenggunaan*⁴⁰ menyentuh tentang dasar kepenggunaan dalam Islam dan seterusnya membincangkan konsep halal bagi masyarakat pengguna dan pengusaha.

Tulisan yang disunting oleh Abdul Aziz Sahidin dan rakan-rakan (2000), *Teori Penggunaan Menurut Perspektif Islam*.⁴¹ Bab pertama bukunya menyentuh tentang teori penggunaan menurut perspektif Islam dari segi konsep asas, teori penggunaan dan implikasi penggunaan dari perspektif Islam.

Tulisan oleh Nabsiah Abdul Wahid dan Ishak Ismail (2000), *Perlakuan Pengguna*⁴² menjelaskan bagaimana memahami perlakuan pengguna untuk merangka strategi dalam pemasaran. Tumpuan kepada sikap pengguna di semua peringkat dalam membuat keputusan dan penggunaan produk.

Tulisan oleh Radiah Abdul Kadir (2001), *Ekonomi Islam*.⁴³ Dalam bab ketiga bukunya iaitu *Penggunaan Dalam Islam* menyentuh tentang penggunaan dari aspek konsep penggunaan, prinsip umum penggunaan, corak perbelanjaan, etika penggunaan dan corak permintaan pengguna muslim.

Kesimpulannya, kita dapati buku-buku yang dihasilkan oleh penulis tempatan ini kebanyakannya membincangkan gelagat penggunaan secara konsep dan teori sahaja. Sebaliknya tidak banyak mengemukakan perbincangan berkaitan kepenggunaan secara praktikal.

Penulisan Kertas Projek Dan Disertasi.

Banyak kertas projek dan latihan ilmiah yang ditulis berkaitan gelagat penggunaan sama ada dalam skop ekonomi Islam dan juga ekonomi konvensional.

Kertas Projek oleh Norliza Mohd Misran (1993), Penggunaan Dalam Konteks Ekonomi Islam Dan Perbandingan Dengan Ekonomi Konvensional⁴⁴ menyentuh tentang konsep penggunaan Islam dari segi prinsip, pilihan barangan dan teori gelagat pengguna. Seterusnya membuat perbandingan antara ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional.

Kertas Projek oleh Mohd Azhar Mat Zim (1998), Teori Penggunaan Di Dalam Ekonomi Islam : Kajian Perbandingan Dengan Ekonomi Konvensional⁴⁵ menyentuh tentang teori penggunaan Islam dari segi konsep, asas, objektif dan faktor yang mempengaruhi penggunaan dan etika pengguna. Kemudiannya membuat perbandingan konsep rasionaliti dan gelagat penggunaan antara Islam dengan konvensional.

Latihan Ilmiah oleh Solahuddin Ismail (1998), *Etika Perniagaan Menurut Perspektif Islam : Tumpuan Terhadap Kitāb al-Buyū' Di Dalam Sahih Muslim*⁴⁶ menyentuh konsep dan asas perniagaan di dalam Islam dan seterusnya menjelaskan etika perniagaan Islam yang mana turut menyebut etika bagi pengguna muslim.

Kertas Projek oleh Zaitun Zakaria (1999), *Gelagat Pembelian Beras Di Kalangan Pengguna : Kajian Perbandingan Antara Penduduk Kuala Lumpur Dan Alor Setar*⁴⁷ menyentuh tentang gelagat pengguna dalam pemilihan pembelian beras. Kajian ditumpukan kepada kriteria, persepsi dan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian beras dengan menggunakan soal selidik sebagai metode yang utama.

Kertas Projek oleh Heng Chor Lian (1999), *Gelagat Pengguna : Satu Survei Ke Atas Golongan Yuppies Di Lembah Klang*⁴⁸ menyentuh tentang bagaimana ciri-ciri demografi mempengaruhi gelagat penggunaan barang di kalangan golongan muda yang bertaraf elit di kawasan bandar besar iaitu Lembah Klang. Kajian dijalankan dengan menggunakan soal selidik sebagai metode utama.

Kertas projek oleh Tee Yan Heong (1999), *Gelagat Pembeli Belah Di Pusat Beli-Belah Lembah Klang*⁴⁹ menyentuh tentang ciri-ciri demografi yang mempengaruhi gelagat pengguna di pusat membeli-belah di kawasan bandar besar iaitu Lembah Klang. Kajian dijalankan dengan menggunakan soal selidik sebagai metode utama.

Disertasi oleh Yee Boon Ling (1994), *Study of Teenage Shopping and Consumption Behaviour in Singapore*⁵⁰ menyentuh tentang gelagat pembelian dan penggunaan remaja berumur antara 13 hingga 18 tahun di Singapura. Kajian dijalankan dengan menggunakan soal selidik sebagai metode utama.

Disertasi oleh Tony Quah Seng Hai (1997), *Consumer Behaviour of Young, Urban Professionals (Yuppies) in the Klang Valley*⁵¹ menyentuh tentang kriteria yang diutamakan dalam pemilihan barang oleh golongan Yuppies di Lembah Klang. Kajian dijalankan dengan menggunakan soal selidik sebagai metode utama.

Disertasi oleh Foziah Sidek (1998), *A Study of Teenagers Shopping and Consumption Behaviour in Seremban Negeri Sembilan*⁵² menyentuh tentang gelagat pembelian dan penggunaan di kalangan remaja berumur antara 12 hingga 19 tahun dari segi pendapatan, perbelanjaan dan pembelian. Kajian dijalankan dengan menggunakan soal selidik sebagai metode utama.

Tan Seng Khee (1998), *A Comparative Analysis of Service Quality at Tenaga Nasional Berhad and Pos Malaysia One-Stop Payment Centres*⁵³ menyentuh tentang perbandingan di antara kualiti perkhidmatan di Pusat Pembayaran di Tenaga Nasional Berhad dengan Pos Malaysia pada perspektif pengguna. Kajian dijalankan dengan menggunakan soal selidik sebagai metode utama.

Disertasi oleh Lim Swat Hah (2000), *Consumer Behaviour Towards Counterfeit Product : A Study on Urban Malaysia Consumers*⁵⁴ menyentuh

tentang gelagat penggunaan barang tiruan pengguna di kawasan bandar dari segi kepercayaan dan tanggapan pengguna, kepuasan pengguna dan kecenderungan untuk menggunakan barang tiruan pada masa hadapan. Kajian dijalankan dengan menggunakan soal selidik sebagai metode yang utama.

Disertasi oleh Syahbudin Senin (2000), *Kenaikan Harga Barangan Perlu Di Malaysia : Satu Analisis*⁵⁵ menyentuh tentang proses dan faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan harga barangan keperluan harian dalam pasaran di Malaysia. Kajiannya mendapati fenomena peningkatan harga tersebut tidak menepati garis panduan yang telah ditetapkan oleh Islam.

Kesimpulannya, penulisan kertas projek dan disertasi dalam perspektif ekonomi Islam keseluruhannya hanya membincangkan konsep gelagat pengguna dari aspek teori sahaja dan membuat perbandingan dengan teori konvensional. Manakala penulisan kertas projek dan disertasi dalam perspektif ekonomi konvensional pula tertumpu dalam bidang pemasaran iaitu menilai penerimaan pengguna terhadap sesuatu produk yang berada dalam pasaran. Metodologi penyelidikan yang digunakan dalam kertas projek dan disertasi dijadikan panduan dan rujukan untuk mengkaji gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim.

Hasil daripada pembacaan dan kajian yang telah dibuat, penyelidik mendapati sarjana-sarjana ekonomi sama ada dari dalam atau luar negara telah menghasilkan kajian dan penulisan yang boleh dijadikan teori asas atau teori rujukan bagi

mengkaji gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim di Malaysia.

Manakala hasil penulisan kertas kerja semasa di Malaysia pula boleh dijadikan bahan untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam berkaitan gelagat pengguna muslim di Malaysia.

Metodologi penyelidikan yang digunakan dalam hasil penulisan kertas projek dan disertasi pula boleh dijadikan rujukan dan panduan terutamanya dalam menjalankan soal selidik, pengumpulan data dan penganalisan data.

j. STRUKTUR PENULISAN ⁵⁶

• Preliminari

Bahagian ini merupakan pembukaan yang mengandungi abstrak, penghargaan, daftar isi, senarai rajah, senarai jadual, senarai lampiran, transliterasi dan glosari akronim.

• Pendahuluan

Bahagian ini merupakan pengenalan dan gambaran secara keseluruhan kepada kajian yang dilakukan. Ia mengandungi pengenalan, latar belakang masalah kajian, kenyataan tentang masalah kajian, objektif kajian, kerangka teori kajian, hipotesis awal, kepentingan kajian dijalankan, skop

kajian dan ulasan penulisan (*review of literature*) yang telah dibuat serta struktur penulisan.

- **Bab Satu : Gelagat Penggunaan Barang Keperluan Menurut Perspektif Islam.**

Bab pertama kajian menyentuh tentang konsep asas barang keperluan dalam sistem ekonomi Islam dan kaitannya dengan barangan dalam pasaran di Malaysia. Bab ini juga mengemukakan analisis penggunaan dalam ekonomi Islam dan kaitannya dengan penggunaan barang keperluan serta teori gelagat pengguna muslim dan kaitannya dengan gelagat penggunaan barang keperluan.

- **Bab Dua : Metodologi Penyelidikan**

Bab kedua menjelaskan tentang reka bentuk, metode dan prosedur yang digunakan oleh penyelidik dalam melakukan kajian ini. Antaranya termasuklah kerangka kajian, sumber data, rekabentuk soal selidik, rekabentuk sampel soal selidik, teknik penganalisan data dan had kajian.

- **Bab Tiga : Gelagat Penggunaan Barang Keperluan Di Kalangan Pengguna Muslim Di Jajahan Pasir Puteh, Kelantan.**

Bab ketiga menerangkan latar belakang pengguna-pengguna muslim di Pasir Puteh yang mewakili lokasi kajian di kawasan luar bandar secara ringkas dan seterusnya mengemukakan kajian berkaitan gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim di Pasir Puteh.

- **Bab Empat : Gelagat Penggunaan Barang Keperluan Di Kalangan Pengguna Muslim Di Daerah Petaling Jaya, Selangor.**

Bab keempat menerangkan latar belakang pengguna-pengguna muslim di Petaling Jaya yang mewakili lokasi kajian di kawasan bandar besar secara ringkas dan seterusnya mengemukakan kajian berkaitan gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim di Petaling Jaya.

- **Bab Lima : Analisis Gelagat Penggunaan Barang Keperluan Di Kalangan Pengguna Muslim Di Jajahan Pasir Putih, Kelantan Dan Daerah Petaling Jaya, Selangor.**

Bab kelima pula memberi tumpuan kepada analisa terhadap gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim di kedua-dua lokasi kajian. Analisa dibuat secara perbandingan di antara kedua-dua lokasi kajian untuk menilai faktor-faktor yang mempengaruhi gelagat penggunaan barang keperluan di kalangan pengguna muslim. Antara faktor yang dikaji adalah latar belakang, peruntukan perbelanjaan, barang pilihan utama, tarikan pembelian, saluran maklumat, lokasi pembelian dan kriteria pemilihan barang keperluan. Seterusnya pengujian dan pembuktian hipotesis kajian dikemukakan.

- **Kesimpulan**

Bab ini merupakan rumusan kepada hasil kajian yang telah dilakukan. Ia mengandungi kesimpulan secara keseluruhan dan cadangan daripada penulis hasil daripada penelitian dan kajian yang telah dijalankan.

- **Bibliografi**

- **Lampiran**

Nota Hujung :

- ¹ Wan Sabri Wan Hussin dan Mohamad Yusoff Sanusi (1996), **Perlakuan Isi Rumah Sebagai Pengguna Yang Bijaksana Di Dalam Membuat Keputusan Perbelanjaan Isi Rumah**, Kertas Kerja Seminar Kepenggunaan Institut Pengajian Tinggi di Universiti Malaya Kuala Lumpur anjuran Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna dan Fakulti Ekonomi dan Pentadbiran Universiti Malaya pada 15 Ogos 1996, m.s 2.
- ² Nooraini Hj. Khaironi (1996), **Peranan Mahasiswa Sebagai Pengguna Yang Bijaksana**, Kertas Kerja Seminar Kepenggunaan Institut Pengajian Tinggi di Universiti Malaya Kuala Lumpur pada 15 Ogos 1996, m.s 1.
- ³ M. Fahim Khan dan Muhammad Ghifari (1992), **Shatibi's Objectives Of Shari'ah And Some Implications For Consumer Theory**, Readings in Islamic Economic Thought, Abul Hasan M. Sadeq dan Aidit Ghazali (ed), Longman Malaysia Sdn. Bhd. : Petaling Jaya, m.s 193.
- ⁴ Wan Sabri Wan Hussin dan Mohamad Yusoff Sanusi (1996), **op.cit.** m.s 3.
- ⁵ Nooraini Hj. Khaironi (1996), **op.cit.** m.s 5 – 6.
- ⁶ Chamhuri Siwar dan Mariani Abdul Majid (2000), **Kajian Keberkesanan Pendekatan Pembasmian Kemiskinan Di Malaysia**, Kertas Kerja Muzakarah Penggubalan Model Pembasmian Kemiskinan Menurut Perspektif Islam di Subang Jaya anjuran Yayasan Basmi Kemiskinan dan INMIND pada 14-15 April 2000, m.s 21.
- ⁷ Jahara Yahaya (Prof. Dr.) (2000), **Cabaran-Cabaran Dalam Merealisasikan Model-Model Pembasmian Kemiskinan**, Kertas Kerja Muzakarah Penggubalan Model Pembasmian Kemiskinan Menurut Perspektif Islam di Subang Jaya anjuran Yayasan Basmi Kemiskinan dan INMIND pada 14-15 April 2000, m.s 8.
- ⁸ Nabsiah Abdul Wahid dan Ishak Ismail (2000), **Perlakuan Pengguna Edisi 2000**, Pearson Education Malaysia Sdn. Bhd. : Petaling Jaya, m.s 207 – 210.
- ⁹ Chamhuri Siwar dan Mariani Abdul Majid (2000), **op.cit.** m.s 22 – 24.
- ¹⁰ Wan Sabri Wan Hussin dan Mohamad Yusoff Sanusi (1996), **op.cit.** m.s 14.
- ¹¹ Nabsiah Abdul Wahid dan Ishak Ismail (2000), **op.cit.** m.s 306.
- ¹² Chamhuri Siwar dan Mariani Abdul Majid (2000), **op.cit.** m.s 12.
- ¹³ Mohd Arif Hussein (1990), **Kaedah Penyelidikan Gunaan Dalam Bidang Ekonomi**, Dewan Bahasa dan Pustaka : Kuala Lumpur, m.s 46 – 51; Lihat Ahmad Mahdzan Ayob (2002), **Kaedah Penyelidikan Sosioekonomi** (edisi kedua), Dewan Bahasa dan Pustaka : Kuala Lumpur, m.s 24 – 29; Uma Sekaran (2003), **Research Methods For Business A Skill Building Approach** (4th ed), John Wiley & Son, Inc : United States of America, m.s 103 – 105.
- ¹⁴ Judith Bell (1993), **Doing Your Research Project : A Guide For First Time Researchers In Education And Social Science** (2nd ed), Open University : Buckingham, m.s 63 – 67.
- ¹⁵ Uma Sekaran (2003), **Research Methods For Business : A Skill Building Approach** (4th ed), John Wiley & Son, Inc : United States of America, m.s 63 – 67.
- ¹⁶ Afzalur Rahman (1975), **Economic Doctrines Of Islam**, vol. 2, Islamic Publications Ltd : Lahore Pakistan, m.s 8 – 40.
- ¹⁷ Afzalur Rahman (1982), **Muhammad Encyclopaedia Of Seerah**, vol. 2, The Muslim Schools Trust : London, m.s 464 – 481.

- ¹⁸ Monzer Kahf (1978), **The Islamic Economy : Analytical Study Of The Functioning Of The Islamic Economic System**, The Muslim Students Association Of The United States And Canada : Indiana, m.s 15- 25.
- ¹⁹ Monzer Kahf (1980), **A Contribution To the Theory Of Consumer Behaviour In An Islamic Society**, Studies In Islamic Economics, Khurshid Ahmad (ed), Universiti Raja Abdul Aziz Jeddah dan The Islamic Foundation : United Kingdom, m.s 19 – 36.
- ²⁰ Muhammad Abdul Mannan (1986), **Islamic Economics : Theory And Practice**, The Islamic Academy Cambridge : Great Britain, m.s 43 – 51.
- ²¹ Asad Zaman (1991), **Towards Foundation Of An Islamic Theory Of Consumer Behaviour**, Essays in Islamic Economic Analysis, F.R. Faridi (ed), Genuine Publications Ltd. : New Delhi, m.s 37 – 51.
- ²² Muhammad Anas al-Zarqa (1992), **A Partial Relationship In A Muslims Utility Function**, Readings In Microeconomics An Islamic Perspective, Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, Syed Omar Syed Agil (ed), Longman Malaysia : Petaling Jaya, m.s 105 – 112.
- ²³ Muhammad Nejatullah Siddiqi (1979), **The Economic Enterprise In Islam**, Islamic Publications Ltd. : Lahore, m.s 88 –99.
- ²⁴ Muhammad Nejatullah Siddiqi (1992), **Some Notes On Teaching Economics In An Islamic Framework**, Readings In Microeconomics An Islamic Perspective, Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, Syed Omar Syed Agil (ed), Longman Malaysia : Petaling Jaya, m.s 1 – 23.
- ²⁵ Muhammad Nejatullah Siddiqi (1992), **Islamic Consumer Behaviour**, Readings In Microeconomics An Islamic Perspective, Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, Syed Omar Syed Agil (ed), Longman Malaysia : Petaling Jaya, m.s 49 – 60.
- ²⁶ M. Fahim Khan (1992), **Theory Of Consumer Behaviour In An Islamic Perspective**, Readings In Microeconomics An Islamic Perspective, Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, Syed Omar Syed Agil (ed), Longman Malaysia : Petaling Jaya, m.s 69 – 80.
- ²⁷ M. Fahim Khan (1995), **Essays In Islamic Economics**, The Islamic Foundation : Leicester United Kingdom, m.s 5 – 13.
- ²⁸ Seminar Nikmat Membeli Bagi Pengguna (1986), **Kepenggunaan Dalam Islam**, Kertas Kerja 3 Seminar Nikmat Membeli Bagi Pengguna di Petaling Jaya anjuran Angkatan Koperasi Kebangsaan Malaysia Berhad (ANGKASA) pada 11 – 12 Oktober 1986.
- ²⁹ Shan Paramasivam (1990), **Mahasiswa Dan Budaya Pengguna : Cabaran Modenisasi Dalam Konteks Kepenggunaan**, Kertas kerja 5, Seminar Pendedahan Pengguna di Universiti Malaya Kuala Lumpur anjuran Persatuan Mahasiswa Universiti Malaya dan Persatuan Mahasiswa Selangor pada 30 November – 2 Disember 1990.
- ³⁰ Seminar Pendedahan Pengguna (1990), **Islam Dan Cabaran Modenisasi Dalam Konteks Kepenggunaan**, Kertas Kerja 8 Seminar Pendedahan Pengguna di Universiti Malaya Kuala Lumpur anjuran Persatuan Mahasiswa Universiti Malaya dan Persatuan Mahasiswa Selangor pada 30 November – 2 Disember 1990.
- ³¹ Wan Sabri Wan Hussin dan Mohamad Yusoff Sanusi (1996), **Perlakuan Isi Rumah Sebagai Pengguna Yang Bijaksana Di Dalam Membuat Keputusan Perbelanjaan Isi Rumah**, Kertas Kerja Seminar Kepenggunaan Institut Pengajian Tinggi di Universiti Malaya Kuala Lumpur anjuran Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna dan Fakulti Ekonomi dan Pentadbiran Universiti Malaya pada 15 Ogos 1996.
- ³² Jabatan Perdana Menteri (1984), **Makanan, Minuman Dan Penggunaan Dalam Islam**, Bahagian Agama Jabatan Perdana Menteri : Kuala Lumpur.

- ³³ Saiful Azhar Rosly (1986), **Penggunaan, Pengeluaran dan Penggagihan**, Kertas Kerja Kursus Jangka Pendek Ekonomi Islam, Universiti Islam Antarabangsa Malaysia.
- ³⁴ Abdul Rahim Anuar (1989), **Teori Gelagat Pengguna**, Sekolah Ekonomi & Pentadbiran Awam, Universiti Utara Malaysia.
- ³⁵ Jabatan Perdana Menteri (1990), **Makanan, Minuman Dan Bahan Gunaan Orang Islam**, Bahagian Hal Ehwal Islam Jabatan Perdana Menteri : Kuala Lumpur.
- ³⁶ M. Fahim Khan dan Muhammad Ghifari (1992), **Shatibi's Objectives Of Shari'ah And Some Implications For Consumer Theory**, Readings in Islamic Economic Thought, Abul Hasan M. Sadeq dan Aidit Ghazali (ed), Longman Malaysia Sdn. Bhd. : Petaling Jaya, m.s 176 - 202
- ³⁷ Syed Omar Syed Agil (1992), **Rationality In Economic Theory**, Readings In Microeconomics An Islamic Perspective, Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, Syed Omar Syed Agil (ed), Longman Malaysia : Petaling Jaya, m.s 31 - 48.
- ³⁸ Surtahman Kastin Hassan (1993), **Ekonomi Islam : Dasar Dan Amalan**, Dewan Bahasa dan Pustaka : Kuala Lumpur, m.s 42 - 59.
- ³⁹ Mohd Hamdan Adnan (1994), **Konsep Asas Kepenggunaan**, Dewan Bahasa dan Pustaka dan Kementerian Pendidikan Malaysia : Kuala Lumpur.
- ⁴⁰ Lokman Abdul Rahman (1999), **Halal Dan Kepenggunaan**, Jabatan Agama Islam Melaka (JAIM) dan Majlis Agama Islam Melaka (MAIM) : Melaka.
- ⁴¹ Abdul Aziz Sahidin, Azizah M. Isa, Mohd Shukor Abdul Manan dan Habibah Lehar (2000), **Teori Penggunaan Menurut Perspektif Islam**, Ekonomi Islam, Ghafarullahuddin bin Din, Habibah Lehar, Muhamad Rahimi Osman, Raskinah Mohd Nor (ed), Biroteks Universiti Teknologi MARA : Shah Alam, m.s 1 - 15.
- ⁴² Radiah Abdul Wahid dan Ishak Ismail (2000), **Pelakuan Pengguna Edisi 2000**, Pearson Education Malaysia Sdn. Bhd. : Petaling Jaya.
- ⁴³ Radiah Abdul Kadir (2001), **Ekonomi Islam**, Univision Press Sdn. Bhd. : Kuala Lumpur, m.s 54 - 68.
- ⁴⁴ Norliza Mohd Misran (1993), **Penggunaan Dalam Konteks Ekonomi Islam Dan Perbandingan Dengan Ekonomi Konvensional**, Kertas Projek Bahagian Analisa Fakulti Ekonomi dan Pentadbiran, Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁴⁵ Mohd Azhar Mat Zim (1998), **Teori Penggunaan Di Dalam Ekonomi Islam : Kajian Perbandingan Dengan Ekonomi Konvensional**, Kertas Projek Bahagian Pengajian Syariah Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁴⁶ Solahuddin Ismail (1998), **Etika Perniagaan Menurut Perspektif Islam : Tumpuan Terhadap Kitāb al-Buyū' Di Dalam Sahih Muslim**, Latihan Ilmiah Bahagian Pengajian Usuluddin Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁴⁷ Zaitun Zakaria (1999), **Gelagat Pembelian Beras Di Kalangan Pengguna : Kajian Perbandingan Antara Penduduk Kuala Lumpur Dan Alor Setar**, Kertas Projek Bahagian Pentadbiran Perniagaan, Fakulti Perniagaan dan Perakaunan, Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁴⁸ Heng Chor Lian (1999), **Gelagat Pengguna : Satu Survei Ke Atas Golongan Yuppies Di Lembah Klang**, Kertas Projek Bahagian Pentadbiran Perniagaan, Fakulti Perniagaan dan Perakaunan, Universiti Malaya Kuala Lumpur.

-
- ⁴⁹ Tee Yan Heong (1999), **Gelagat Pembeli Belah Di Pusat Beli-Belah Lembah Klang**, Kertas Projek Bahagian Pentadbiran Perniagaan Fakulti Perniagaan dan Perakaunan, Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁵⁰ Yee Boon Ling (1994), **Study of Teenage Shopping and Consumption Behaviour in Singapore**, Disertasi Sarjana Pengurusan Perniagaan Universiti Nasional Singapura.
- ⁵¹ Tony Quah Seng Hai (1997), **Consumer Behaviour of Young, Urban Professionals (Yuppies) in the Klang Valley**, Disertasi Sarjana Pengurusan Perniagaan Fakulti Ekonomi dan Pentadbiran Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁵² Foziah Sidek (1998), **A Study of Teenagers Shopping and Consumption Behaviour in Seremban Negeri Sembilan**, Disertasi Sarjana Pengurusan Fakulti Perniagaan dan Perakaunan Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁵³ Tan Seng Khee (1998), **A Comparative Analysis of Service Quality at Tenaga Nasional Berhad and Pos Malaysia One-Stop Payment Centres**, Disertasi Sarjana Pengurusan Perniagaan Fakulti Ekonomi dan Pentadbiran Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁵⁴ Lim Swat Hah (2000), **Consumer Behaviour Towards Counterfeit Product : A Study on Urban Malaysia Consumers**, Disertasi Sarjana Pengurusan Perniagaan Fakulti Perniagaan dan Perakaunan Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁵⁵ Syahbudin Senin (2000), **Kenaikan Harga Barangan Perlu Di Malaysia : Satu Analisis**, Disertasi Jabatan Syariah Ekonomi, Bahagian Pengajian Syariah, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya Kuala Lumpur.
- ⁵⁶ Martyn Denscombe (1998), **The Good Research Guide For Small Scale Social Research Projects**, Open University Press : Buckingham, m.s 231 – 237.