

## ***Senarai Kandungan***

<i>Dedikasi</i>	iii
<i>Secalit Penghargaan</i>	iv
<i>Abstrak</i>	v
<i>Abstract</i>	vii
<i>Senarai Kandungan</i>	ix
<i>Senarai Ilustrasi</i>	xiii
<i>Senarai Lampiran</i>	xv

### **Bab 1 Pendahuluan**

1.1	Pandangan Awal	1
1.2	Pernyataan Masalah	2
1.3	Objektif Kajian	4
1.4	Kewajaran Kajian	4
1.5	Ruang Kajian	5
1.6	Batas Kajian	5
1.7	Metodologi Kajian	6
1.8	Kaedah Kajian	6
1.9	Kronologi Perbincangan	8
1.10	Kepentingan Kajian	10
1.11	Masalah Kajian	11

### **Bab 2 Kajian Persuratan** 12

### **Bab 3 Pengurusan, Peruncitan dan Pemasaran**

3.1	Pengurusan	
3.1.1	Perkembangan Teori	23
3.1.2	Proses Pengurusan	26
3.1.2.1	Perancangan	26
3.1.2.2	Pengorganisasian	27
3.1.2.3	Pelaksanaan	29
3.1.2.4	Pengawasan/Pemantauan	30
3.2	Peruncitan	
3.2.1	Konsep Peruncitan	32
3.2.2	Aktiviti Peruncitan	34
3.2.2.1	Mensegmentasikan Pasaran	34
3.2.2.2	Penentuan Lokasi dan Imej Premis	36
3.2.2.3	Produk, inventori dan stok	38
3.2.2.4	Komunikasi Peruncitan	40
3.2.2.5	Kewangan	43
3.2.3	Pengurusan Peruncitan	46

3.3	Pemasaran	47
3.3.1	Konsep Pemasaran	50
3.3.2	Campuran Pemasaran	52
3.3.2.1	Produk	53
3.3.2.2	Tempat (Pengedaran)	53
3.3.2.3	Promosi	54
3.3.2.4	Harga	55
3.3.3	Pengurusan Pemaaran	55

#### **Bab 4 Amalan Peruncitan Kedai Buku di Malaysia - Satu Kajian Awal**

4.1	Bentuk Perniagaan Buku di Malaysia	56
4.1.1	Bentang dan Lipat	58
4.1.2	Pekedai Kecil Buku	59
4.1.3	Kedai Buku Agama	60
4.1.4	Kedai Buku Professional	61
4.1.5	Kedai Buku Sewa	62
4.1.6	Kedai Buku <i>Rare</i>	63
4.1.7	Kedai Buku Bahasa Cina	63
4.1.8	Kedai Buku Bahasa Tamil	64
4.1.9	Kedai Buku Umum Persendirian (Agen Dewan Bahasa dan Pustaka)	64
4.1.10	Kedai Buku Rangkaian (Bukan Agen Dewan Bahasa dan Pustaka)	65
4.1.11	Kedai Buku Korporat	65
4.1.12	Kedai Buku Rangkaian	66
4.2	Rangkaian Pengedaran Buku di Malaysia	68
4.3	Corak Pengurusan Peruncitan Buku di Malaysia	73
4.3.1	Pengurusan Organisasi	74
4.3.1.1	Amalan Pengurusan	74
4.3.1.2	Pengurusan Sumber Manusia	76
4.3.2	Pengurusan Premis	77
4.3.2.1	Lokasi	83
4.3.2.2	Rekabentuk Premis	83
4.3.3	Pengurusan Pemasaran	88
4.3.3.1	Pengurusan Produk	90
4.3.3.2	Pengurusan Promosi	90
4.3.4	Pengurusan Kewangan	92
5.3.4.1	Penentuan Harga	92
5.3.4.2	Kiraan Kewangan	93
4.4	Ciri-ciri Kedai Buku Malaysia	94

<b>Bab 5</b>	<b>Pengurusan Peruncitan Kedai Buku - Dapatan Kajian</b>	
5.1	Kriteria Persampelan	97
5.2	Pengurusan Organisasi	97
	5.2.1 Pemilikan	99
	5.2.2 Amalan Pengurusan	
5.3	Pengurusan Premis	101
	5.3..1 Rekabentuk Premis	
5.4	Pengurusan Produk	102
	5.4.1 Pembekalan Produk	103
	5.4.2 Penawaran Kategori Produk	105
	5.4.3 Produk Tidak Terjual	106
	5.4.4 Produk Bukan Buku	
5.5	Pengurusan Promosi	106
5.6	Pengurusan Kewangan	109
	5.6.1 Pengurusan Harga	112
	5.6.2 Pulangan dan Pengiraan Kewangan	
5.7	Kesimpulan	114
<b>Bab 6</b>	<b>Pengurusan Peruncitan Kedai Buku dan Kesannya Terhadap Pemasaran Buku di Malaysia - Anjakan Perlu</b>	
6.1	Kseimpulan Kajian	116
6.2	Cadangan-cadangan Perubahan	121
	6.2.1 Corak Pengurusan Sistematik	
	6.2.2 Mementingkan pengaplikasian setiap aktiviti, elemen dan perancangan pemasaran	
	6.2.3 Merancang promosi efektif	
	7.2.4 Bekerjasama mewujudkan budaya membaca	
6.3	Perubahan dan Hambatan dalam Peruncitan Buku	122
	6.3.1 Kewujudan masyarakat digital	123
	6.3.2 'Buku' bentuk baru	128
	6.3.3 Kedai buku maya	
7.4	Penutup	129
	<i>Bibliografi</i>	132
	<i>Lampiran</i>	137