

PERSEPSI DAN TINGKAHLAKU PENGGUNA REMAJA TERHADAP JUALAN MURAH

Syuhaily Osman
Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia

Abstract

In Malaysia, many shopping malls have sprouted dramatically and this leads to the competitive scenario among the stores. Competition between malls and newer forms of shopping centres has led mall developers and management to consider alternative methods to create exciting and enjoyable shopping experience for consumers. One of the popular method to entice potential customers is by promoting sales and discounts for their products. With the increasing number of shopping malls, patronage among adolescent has also risen sharply. Thus deeper understanding of adolescents' shopping patterns and perceptions towards sales has become much more essential. For this reason, this study has focused on the adolescents' perceptions and shopping patterns during sales in shopping malls in order to understand more about their behaviour in shopping mall. The study found that adolescents perceived sales positively and their perceptions have been consolidated via their behaviour.

Keywords: Sales Promotion, Adolescent's Perception, and Adolescent's Shopping Behaviour

Pengenalan

Jualan murah kini seolah-olah merupakan satu perkara yang menjadi kewajipan acara tahunan dan sudah menjadi tradisi di negara ini, terutamanya apabila menjelang musim perayaan. Fenomena yang dapat dikaitkan dengan jualan murah ini ialah Karnival Jualan Mega yang telah dilaksanakan di Malaysia sejak bulan Ogos tahun 2000 lagi. Jualan murah juga seringkali diadakan bagi menggalakkan pengguna membeli-belah bagi sesuatu "musim" yang tertentu, seperti musim kembali ke sekolah. Selain itu, terdapat juga jualan murah yang dikaitkan dengan gedung membeli-belah tertentu yang secara khususnya mengadakan suatu tempoh tertentu bagi pelanggan tetapnya membeli-belah dengan harga yang istimewa seperti "Membercard Sale" yang sering dianjurkan oleh pasar raya besar dan terkenal, seperti Jaya Jusco, SOGO, Metro dan sebagainya.

Menurut Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi dalam Majlis Pelancaran Karnival Jualan Murah Malaysia pada 4 Ogos 2001, para pengguna berpeluang untuk membeli barangan keperluan pada harga yang lebih murah daripada harga yang biasa ditawarkan semasa karnival jualan murah berlangsung. Karnival sebegini berkait rapat dengan golongan pengguna memandangkan pengguna yang akan membuat pembelian barangan dan juga perkhidmatan, terutamanya semasa jualan murah

