

# **ANALISIS GELAGAT PEMBELIAN SECARA ATAS TALIAN DALAM KALANGAN GURU- GURU DI NEGERI PERAK**

**CHOY SAU KHUAN**

**UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

**2021**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**ANALISIS GELAGAT PEMBELIAN SECARA ATAS TALIAN DALAM  
KALANGAN GURU-GURU DI NEGERI PERAK**

**CHOY SAU KHUAN**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**DISERTASI DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK  
MEMPEROLEH IJAZAH SARJANA EKONOMI  
(MOD PENYELIDIKAN)**

**FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI  
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

**2021**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun  
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



Sila tanda (✓)

Kertas Projek

Sarjana Penyelidikan

Sarjana Penyelidikan dan Kerja Kursus

Doktor Falsafah

|   |
|---|
|   |
| ✓ |
|   |
|   |

## INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH

### PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN

Perakuan ini telah dibuat pada .....<sup>13</sup> (hari bulan).....<sup>OGOS</sup> (bulan) 20.....<sup>21</sup>

#### i. Perakuan pelajar :

Saya, CHOY SAU KHUAN, M20172002213, FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI (SILA NYATAKAN NAMA PELAJAR, NO. MATRIK DAN FAKULTI) dengan ini mengaku bahawa disertasi/tesis yang bertajuk ANALISIS GELAGAT PEMBELIAN SECARA ATAS TALIAN DALAM KALANGAN GURU-GURU DI NEGERI PERAK

adalah hasil kerja saya sendiri. Saya tidak memplagiat dan apa-apa penggunaan mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dilakukan secara urusan yang wajar dan bagi maksud yang dibenarkan dan apa-apa petikan, ekstrak, rujukan atau pengeluaran semula daripada atau kepada mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dinyatakan dengan se jelasnya dan secukupnya

Tandatangan pelajar

#### ii. Perakuan Penyelia:

Saya, DR. FATIMAH SALWA BINTI ABD. HADI (NAMA PENYELIA) dengan ini mengesahkan bahawa hasil kerja pelajar yang bertajuk ANALISIS GELAGAT PEMBELIAN SECARA ATAS TALIAN DALAM KALANGAN GURU-GURU DI NEGERI PERAK

(TAJUK) dihasilkan oleh pelajar seperti nama di atas, dan telah diserahkan kepada Institut Pengajian Siswazah bagi memenuhi sebahagian/sepenuhnya syarat untuk memperoleh Ijazah SARJANA EKONOMI (SILA NYATAKAN NAMA IJAZAH).

13.8.2021

Tarikh

Salwa

Tandatangan Penyelia

DR. FATIMAH SALWA BINTI ABD. HADI  
PENSYARAH KANAN  
Jabatan Ekonomi  
Fakulti Pengurusan dan Ekonomi  
Universiti Pendidikan Sultan Idris  
35900 Tanjong Malim, Perak



**INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH /  
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES**

**BORANG PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS/DISERTASI/LAPORAN KERTAS PROJEK  
DECLARATION OF THESIS/DISSERTATION/PROJECT PAPER FORM**

Tajuk / Title: ANALISIS GELAGAT PEMBELIAN SECARA ATAS TALIAN  
DALAM KALANGAN GURU-GURU DI NEGERI PERAK

No. Matrik / *Matric's No.*: M20172002213

Saya / I: CHOY SAU KHUAN

(Nama pelajar / *Student's Name*)

mengaku membenarkan Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek (Kedoktoran/Sarjana)\* ini disimpan di Universiti Pendidikan Sultan Idris (Perpustakaan Tuanku Bainun) dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

*acknowledged that Universiti Pendidikan Sultan Idris (Tuanku Bainun Library) reserves the right as follows:-*

1. Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek ini adalah hak milik UPSI.  
*The thesis is the property of Universiti Pendidikan Sultan Idris*
2. Perpustakaan Tuanku Bainun dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan dan penyelidikan.  
*Tuanku Bainun Library has the right to make copies for the purpose of reference and research.*
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan Tesis/Disertasi ini sebagai bahan pertukaran antara Institusi Pengajian Tinggi.  
*The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.*

4. Sila tandakan ( ☒ ) bagi pilihan kategori di bawah / *Please tick ( ☒ ) for category below:-*

☐

**SULIT/CONFIDENTIAL**

Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub dalam Akta Rahsia Rasmi 1972. / *Contains confidential information under the Official Secret Act 1972*

☐

**TERHAD/RESTRICTED**

Mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan ini dijalankan. / *Contains restricted information as specified by the organization where research was done.*

☒

**TIDAK TERHAD / OPEN ACCESS**

(Tandatangan Pelajar/ Signature)

(Tandatangan Penyelia / *Signature of Supervisor*)  
& (Nama & Cop Rasmi / *Name & Official Stamp*)

Tarikh: 13.8.2021

DR. FATIMAH SALWA BINTI ABD. HADI  
PENSYARAH KANAN  
Jabatan Ekonomi  
Fakulti Pengurusan dan Ekonomi  
Universiti Pendidikan Sultan Idris  
35900 Tanjong Malim, Perak

Catatan: Jika Tesis/Disertasi ini **SULIT @ TERHAD**, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai **SULIT** dan **TERHAD**.

*Notes: If the thesis is CONFIDENTIAL or RESTRICTED, please attach with the letter from the organization with period and reasons for confidentiality or restriction.*



## PENGHARGAAN

Syukur kepada Tuhan, kerana memberikan keizinanNya dan rahmatNya untuk menjalani pengembaraan pencarian mutiara ilmu dan memberikan semangat dan kekuatan kepada diri saya sehingga mampu menghasilkan tesis penyelidikan sebagai hasil kajian ini.

Seterusnya, saya ingin mengambil kesempatan ini untuk merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih kepada penyelia saya iaitu, Dr. Fatimah Salwa bt. Abd. Hadi atas segala jasa baik, nasihat, tunjuk ajar, pandangan, sokongan, motivasi dan bimbingan sepanjang pengkajian saya serta menjalankan kajian ini sehingga menghasilkan Tesis Sarjana ini dengan sempurna. Segala jasa, teguran yang membina dan tunjuk ajar beliau tidak mungkin saya lupakan.

Di samping itu, ucapan terima kasih turut ditujukan kepada semua pihak Fakulti Pengurusan dan Ekonomi dan juga Universiti Pendidikan Sultan Idris. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada rakan-rakan saya yang banyak membantu saya dalam menjalankan kajian ini. Saya juga ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada rakan-rakan sekerja saya yang banyak membantu saya dalam menghasilkan tesis penyelidikan ini.

Saya juga ingin merakamkan jutaan terima kasih kepada guru-guru di negeri Perak yang sanggup menjadi responden bagi kajian ini. Penghargaan istimewa kepada kedua-dua ibu bapa yang disayangi iaitu Encik Choy Ah Chai walaupun beliau telah meninggal dunia, tetapi saya percaya beliau tetap menjadi sokongan rohani saya, dan Puan Yew Kwan Loi atas segala iringan doa, sokongan, pengorbanan dan kefahaman sepanjang saya menyiapkan tesis penyelidikan ini. Kepada adik-adik tersayang segala doa dan pengorbanan kalian sangat dihargai.

Akhir kata, saya ingin memohon maaf sekiranya saya telah membuat sebarang kesilapan sepanjang tempoh pengkajian ini. Sekali lagi saya mengucapkan terima kasih, tahniah dan selamat maju jaya kepada semua pihak yang telah memberikan sokongan sama ada secara langsung atau tidak langsung. Semoga segala usaha ini mendapat keberkatan serta keredhaan daripada Tuhan dan memberi manfaat kepada mereka yang memerlukannya.





## ABSTRAK

Tujuan kajian ini adalah untuk menganalisis gelagat pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif dengan menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian, dan pengumpulan data menggunakan kaedah persampelan bertujuan. Seramai 319 responden terlibat dalam kajian ini yang dipilih melalui pensampelan bola salji. Kesemua responden merupakan guru yang sedang berkhidmat di sekolah kerajaan di negeri Perak dan terlibat dengan pembelian secara atas talian. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan ujian min, kekerapan, peratusan, ujian regresi berbilang, dan di proses menggunakan perisian SPSS versi 20. Hasil kajian menunjukkan bahawa platform yang paling kerap digunakan untuk pembelian secara atas talian adalah Lazada, Shopee dan Booking.com / Agoda. Selain itu, hasil kajian menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan terhadap jam melayari internet, manakala tiada perbezaan yang signifikan terhadap jantina dan kelayakan akademik dalam pembelian secara atas talian. Dapatan dari analisis regresi berbilang menunjukkan faktor kepuasan membeli ( $\beta=0.433$ ,  $p=0.000$ ), harga ( $\beta=0.138$ ,  $p=0.001$ ), pengaruh sosial ( $\beta=0.132$ ,  $p=0.000$ ), perkhidmatan disediakan ( $\beta=0.132$ ,  $p=0.010$ ), penampilan produk ( $\beta=0.115$ ,  $p=0.002$ ), keselamatan ( $\beta=0.115$ ,  $p=0.003$ ), kemudahan ( $\beta=0.068$ ,  $p=0.050$ ) dan jam melayari internet ( $\beta=0.017$ ,  $p=0.023$ ) adalah signifikan dan berkaitan secara positif dengan pembelian secara atas talian. Sebagai kesimpulan, guru-guru di Perak terlibat dalam aktiviti pembelian secara atas talian. Walau bagaimanapun, guru-guru hendaklah berbelanja mengikut kemampuan dan tidak melakukan sebarang pembaziran. Hasil kajian ini berupaya memberikan implikasi yang berkesan terhadap kepentingan perancangan kewangan dalam kalangan guru-guru supaya dapat membuat pembelian secara berhemah sama ada di atas talian atau secara tradisional. Kerajaan memainkan peranan dalam langkah-langkah pengawalan dan pelaksanaan undang-undang untuk memudahkan pembelian secara atas talian dengan meningkatkan kemudahan dan keselamatan capaian internet yang lebih pantas, meluas dan murah.





## ANALYSIS OF ONLINE SHOPPING BEHAVIOUR AMONG TEACHERS IN PERAK

### ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze online shopping behaviour among teachers in Perak. This study used a questionnaire set as the research instrument and purposive sampling method had been adopted for data collection purposes. A total of 319 respondents were involved in this study and were selected through snowball sampling. All respondents were teachers who are currently serving in government schools in the state of Perak and have involved in online shopping. Data were analyzed through mean, frequency, percentage, multiple regression analysis tests and were processed by using SPSS software version 20. The results showed that the most frequently visited platforms for online shopping were Lazada, Shopee and Booking.com /Agoda. There was a significant difference in internet browsing hours, while there were no significant differences in gender and academic qualifications in online shopping. The findings of multiple regression analysis showed that; buying satisfaction ( $\beta=0.433$ ,  $p=0.000$ ), price ( $\beta=0.138$ ,  $p=0.001$ ), social influence ( $\beta=0.132$ ,  $p=0.000$ ), services provided ( $\beta=0.132$ ,  $p=0.010$ ), product appearance ( $\beta=0.115$ ,  $p=0.002$ ), safety ( $\beta=0.115$ ,  $p=0.003$ ), convenience ( $\beta=0.068$ ,  $p=0.050$ ) and internet browsing hours ( $\beta=0.017$ ,  $p=0.023$ ) were significant and positively related with online shopping. In conclusion, teachers in Perak are involved in online purchasing activities. However, teachers should spend wisely according to their ability without wastage. The implications of the study highlight the importance of financial planning among teachers in order to be able to make prudent purchases either online or traditionally way. The government plays a role in regulatory measures and law enforcement to facilitate online shopping by improving faster, wider, cheaper and more secured internet access.



## KANDUNGAN

|                          | Halaman |
|--------------------------|---------|
| <b>PENGAKUAN</b>         | ii      |
| <b>PENGHARGAAN</b>       | iii     |
| <b>ABSTRAK</b>           | iv      |
| <b>ABSTRACT</b>          | v       |
| <b>KANDUNGAN</b>         | vi      |
| <b>SENARAI JADUAL</b>    | xii     |
| <b>SENARAI RAJAH</b>     | xiv     |
| <b>SENARAI SINGKATAN</b> | xv      |
| <b>SENARAI LAMPIRAN</b>  | xvii    |

## BAB 1 PENGENALAN

|       |                       |    |
|-------|-----------------------|----|
| 1.1   | Pengenalan            | 1  |
| 1.2   | Latar Belakang Kajian | 3  |
| 1.3   | Pernyataan Masalah    | 11 |
| 1.4   | Objektif Kajian       | 13 |
| 1.5   | Soalan Kajian         | 13 |
| 1.6   | Hipotesis Kajian      | 14 |
| 1.7   | Kepentingan Kajian    | 15 |
| 1.7.1 | Peniaga               | 15 |
| 1.7.2 | Guru                  | 15 |

|       |                              |    |
|-------|------------------------------|----|
| 1.7.3 | Kerajaan                     | 16 |
| 1.7.4 | Pelajar                      | 18 |
| 1.8   | Limitasi Kajian              | 18 |
| 1.9   | Definisi Operasional         | 20 |
| 1.9.1 | Internet                     | 20 |
| 1.9.2 | E-dagang                     | 21 |
| 1.9.3 | Pembelian Secara Atas Talian | 21 |
| 1.10  | Kerangka Konseptual Kajian   | 22 |
| 1.11  | Rumusan                      | 24 |

## **BAB 2 SOROTAN LITERATUR**

|       |                                        |    |
|-------|----------------------------------------|----|
| 2.1   | Pengenalan                             | 25 |
| 2.2   | E-Dagang                               | 26 |
| 2.2.1 | Definisi E-Dagang                      | 26 |
| 2.2.2 | Kelebihan E-Dagang                     | 28 |
| 2.2.3 | Kelemahan E-Dagang                     | 29 |
| 2.3   | Pembelian Secara Atas Talian           | 30 |
| 2.3.1 | Definisi Pembelian Secara Atas Talian  | 30 |
| 2.3.2 | Kelebihan Pembelian Secara Atas Talian | 30 |
| 2.3.3 | Kelemahan Pembelian Secara Atas Talian | 32 |
| 2.4   | Teori yang Berkaitan                   | 34 |
| 2.4.1 | Teori Pilihan Pengguna                 | 35 |
| 2.4.2 | Model Penerimaan Teknologi             | 38 |
| 2.5   | Kajian-kajian Lepas Yang Berkaitan     | 39 |



|     |               |    |
|-----|---------------|----|
| 2.6 | Jurang Kajian | 67 |
| 2.7 | Rumusan       | 70 |

### **BAB 3 METODOLOGI KAJIAN**

|         |                                               |     |
|---------|-----------------------------------------------|-----|
| 3.1     | Pengenalan                                    | 71  |
| 3.2     | Reka Bentuk Kajian                            | 72  |
| 3.3     | Populasi, Sampel dan Teknik Pensampelan       | 74  |
| 3.4     | Kaedah Pengumpulan Data                       | 79  |
| 3.5     | Instrumen Kajian                              | 81  |
| 3.5.1   | Prosedur Pembinaan Instrumen                  | 82  |
| 3.6     | Kesahan Dan Kebolehpercayaan                  | 85  |
| 3.6.1   | Kesahan Intrumen                              | 88  |
| 3.6.2   | Kebolehpercayaan Instrumen                    | 90  |
| 3.7     | Prosedur Kajian                               | 92  |
| 3.8     | Kajian Rintis                                 | 95  |
| 3.8.1   | Analisis Kebolehpercayaan Dalam Kajian Rintis | 97  |
| 3.9     | Prosedur Penganalisan Data                    | 99  |
| 3.9.1   | Statistik deskriptif                          | 101 |
| 3.9.1.1 | Min                                           | 102 |
| 3.9.1.2 | Sisihan Piawai                                | 104 |
| 3.9.1.3 | Tabulasi Silang                               | 104 |
| 3.9.2   | Statistik Inferens                            | 105 |
| 3.9.2.1 | Ujian t dan ANOVA                             | 106 |
| 3.9.2.2 | Pekali korelasi Pearson                       | 106 |



|                             |          |                                                                                                                           |     |
|-----------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
|                             | 3.9.2.3  | Regresi Linear Berbilang                                                                                                  | 108 |
| 3.10                        |          | Rumusan                                                                                                                   | 110 |
| <b>BAB 4 DAPATAN KAJIAN</b> |          |                                                                                                                           |     |
| 4.1                         |          | Pengenalan                                                                                                                | 112 |
| 4.2                         |          | Profil Responden Kajian                                                                                                   | 113 |
| 4.3                         |          | Objektif 1: Tingkat pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak                                        | 118 |
| 4.4                         |          | Objektif 2: Platform yang paling kerap digunakan untuk pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak     | 123 |
| 4.5                         |          | Objektif 3: Menentukan perbezaan faktor demografi terhadap pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak | 125 |
|                             | 4.5.1    | Analisis Inferens                                                                                                         | 125 |
| 4.6                         |          | Objektif 4: Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak   | 130 |
|                             | 4.6.1    | Analisis Deskriptif                                                                                                       | 131 |
|                             | 4.6.1.1  | Kemudahan                                                                                                                 | 131 |
|                             | 4.6.1.2  | Keselamatan                                                                                                               | 132 |
|                             | 4.6.1.3  | Penampilan Produk                                                                                                         | 133 |
|                             | 4.6.1.4  | Perkhidmatan Yang Disediakan                                                                                              | 135 |
|                             | 4.6.1.5  | Harga                                                                                                                     | 136 |
|                             | 4.6.1.6  | Pengaruh Sosial                                                                                                           | 138 |
|                             | 4.6.1.7  | Kepuasan Membeli                                                                                                          | 139 |
|                             | 4.6.2    | Analisis Inferens                                                                                                         | 140 |
|                             | 4.6.2.1. | Syarat-syarat Analisis Regresi Berbilang                                                                                  | 143 |

|              |                                                                                                                           |     |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.6.2.2.     | Analisis Regresi Berbilang                                                                                                | 148 |
| 4.7          | Rumusan                                                                                                                   | 153 |
| <b>BAB 5</b> | <b>PERBINCANGAN, IMPLIKASI DASAR DAN KESIMPULAN</b>                                                                       |     |
| 5.1          | Pengenalan                                                                                                                | 154 |
| 5.2          | Perbincangan                                                                                                              | 155 |
| 5.2.1        | Objektif 1: Tingkat pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak                                        | 155 |
| 5.2.2        | Objektif 2: Platform yang paling kerap digunakan untuk pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak     | 158 |
| 5.2.3        | Objektif 3: Menentukan perbezaan faktor demografi terhadap pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak | 161 |
| 5.2.3.1      | Perbezaan Dalam Pembelian Secara Atas Talian Berdasarkan Jantina                                                          | 161 |
| 5.2.3.2      | Perbezaan Dalam Pembelian Secara Atas Talian Berdasarkan Kelayakan Akademik                                               | 162 |
| 5.2.3.3      | Perbezaan Dalam Pembelian Secara Atas Talian Berdasarkan Jumlah Jam Melayari Internet                                     | 164 |
| 5.2.4        | Objektif 4: Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak   | 165 |
| 5.2.4.1      | Kemudahan                                                                                                                 | 165 |
| 5.2.4.2      | Keselamatan                                                                                                               | 167 |
| 5.2.4.3      | Penampilan Produk                                                                                                         | 169 |
| 5.2.4.4      | Perkhidmatan Yang Disediakan                                                                                              | 170 |
| 5.2.4.5      | Harga                                                                                                                     | 171 |

|                 |                  |     |
|-----------------|------------------|-----|
| 5.2.4.6         | Pengaruh Sosial  | 173 |
| 5.2.4.7         | Kepuasan Membeli | 174 |
| 5.3             | Implikasi Dasar  | 175 |
| 5.4             | Kesimpulan       | 178 |
| <b>RUJUKAN</b>  |                  | 180 |
| <b>LAMPIRAN</b> |                  | 189 |

**SENARAI JADUAL**

| <b>No. Jadual</b> |                                                                                      | <b>Halaman</b> |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 2.1               | Jadual Ringkasan Kajian Lepas                                                        | 58             |
| 3.1               | Penentuan saiz sampel minimum untuk populasi tertentu bagi data diskrit dan selanjar | 77             |
| 3.2               | Kandungan Soal Selidik                                                               | 84             |
| 3.3               | Skala Likert dalam Soal Selidik                                                      | 85             |
| 3.4               | Nilai Kebolehpercayaan                                                               | 92             |
| 3.5               | Nilai Alpha Cronbach Instrumen Bagi Ujian Rintis dan Kajian Sebenar                  | 99             |
| 3.6               | Skor Min Tahap Pemboleh Ubah                                                         | 102            |
| 3.7               | Kekuatan Nilai Pekali Korelasi                                                       | 108            |
| 3.8               | Rumusan Objektif Kajian                                                              | 110            |
| 4.1               | Profil Responden Kajian (N=319)                                                      | 115            |
| 4.2               | Tujuan Melayari Internet (N = 319)                                                   | 117            |
| 4.3               | Tingkat Perbelanjaan Tahunan Untuk Pembelian Secara Atas Talian                      | 119            |
| 4.4               | Item-Item Yang Dibeli Responden Secara Atas Talian (N=319)                           | 120            |
| 4.5               | Tingkat Perbelanjaan Tahunan Untuk Pembelian Secara Atas Talian (N=319)              | 121            |
| 4.6               | Item Yang Dibeli dan Kategori Tingkat Perbelanjaan Secara Atas Talian                | 122            |
| 4.7               | Platform Yang Sering Digunakan Ketika Pembelian Secara Atas Talian                   | 124            |
| 4.8               | Tingkat Perbelanjaan Secara Atas Talian Mengikut Jantina (N=319)                     | 127            |



|      |                                                                                       |     |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.9  | Tingkat Perbelanjaan Secara Atas Talian Mengikut Kelayakan Akademik                   | 128 |
| 4.10 | Tingkat Perbelanjaan Secara Atas Talian Mengikut Jumlah Jam Melayari Internet (N=319) | 129 |
| 4.11 | Kemudahan                                                                             | 132 |
| 4.12 | Keselamatan                                                                           | 133 |
| 4.13 | Penampilan Produk                                                                     | 134 |
| 4.14 | Perkhidmatan Yang Disediakan                                                          | 136 |
| 4.15 | Harga                                                                                 | 137 |
| 4.16 | Pengaruh Sosial                                                                       | 138 |
| 4.17 | Kepuasan Membeli                                                                      | 139 |
| 4.18 | Kekuatan Hubungan Mengikut Nilai Pekali Korelasi                                      | 140 |
| 4.19 | Hubungan Faktor Pembelian Secara Atas Talian dan Tingkat Perbelanjaan                 | 141 |
| 4.20 | Nilai Toleransi dan VIF untuk Tingkat Perbelanjaan Secara Atas Talian                 | 146 |
| 4.21 | Analisis Regresi Berbilang Untuk Pembelian Secara Atas Talian                         | 150 |
| 4.22 | Rumusan Keputusan Ujian t, ANOVA, Regresi Berbilang Bagi Setiap Hipotesis             | 152 |



## SENARAI RAJAH

| No. Rajah |                                                                | Halaman |
|-----------|----------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1       | Peratusan Pengguna Internet Yang Terlibat Aktiviti Atas Talian | 8       |
| 1.2       | Model Kerangka Konseptual Kajian                               | 23      |
| 3.1       | Carta Alir Prosedur Kajian                                     | 94      |



## SENARAI SINGKATAN

|        |                                                            |
|--------|------------------------------------------------------------|
| Mbps   | Megabits per second                                        |
| IUS    | Internet Users Survey                                      |
| SKMM   | Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia             |
| KDNK   | Keluaran Dalam Negara Kasar                                |
| P2P    | Perniagaan ke Pengguna                                     |
| P2P    | Perniagaan ke Perniagaan                                   |
| P2P    | Pengguna ke Pengguna                                       |
| et al. | dan pengarang-pengarang lain                               |
| ATM    | Automated Teller Machine                                   |
| 4G     | Fourth Generation Of Broadband Cellular Network Technology |
| LTE    | Long-Term Evolution                                        |
| GB     | Gigabyte                                                   |
| RSN    | Rancangan Struktur Negeri                                  |
| ICT    | Information and Communication Technology                   |
| SPM    | Sijil Pelajaran Malaysia                                   |
| STPM   | Sijil Tinggi Persekolahan Malaysia                         |
| TCP    | Transmission Control Protocol                              |
| IP     | Internet Protocol                                          |
| TAM    | Technology Acceptance Model                                |
| MUST   | Universiti Sains dan Teknologi Malaysia                    |
| SEM    | Structural Equation Modeling                               |

|      |                                      |
|------|--------------------------------------|
| M40  | Berpendapatan 40 Peratus Sederhana   |
| JPN  | Jabatan Pendidikan Negeri            |
| SMS  | Perkhidmatan Pesanan Ringkas         |
| UPSI | Universiti Pendidikan Sultan Idris   |
| N    | Jumlah Individu Dalam Populasi       |
| n    | Jumlah Individu Dalam Sampel         |
| SPSS | Pakej Statistik untuk Sains Sosial   |
| RM   | Ringgit Malaysia                     |
| MAS  | Malaysia Airlines                    |
| L    | Lelaki                               |
| P    | Perempuan                            |
| SP   | Sisihan Piawai                       |
| ST   | Sangat Tinggi                        |
| T    | Tinggi                               |
| S    | Sederhana                            |
| R    | Rendah                               |
| VIF  | Variance Inflation Factor            |
| App  | Application                          |
| PKS  | Perusahaan Kecil Dan Sederhana       |
| MDEC | Malaysia Digital Economy Corporation |

## SENARAI LAMPIRAN

- A Soal Selidik Kajian
- B1 Surat Pelantikan Sebagai Pakar Penilaian Instrumen
- B2 Surat Pelantikan Sebagai Pakar Penilaian Instrumen
- C Histogram Jumlah Perbelanjaan Secara Atas Talian
- D Normal P-P Plot Regresi Jumlah Perbelanjaan Secara Atas Talian
- E Scatter Plot Jumlah Perbelanjaan Secara Atas Talian
- F Histogram Jumlah Perbelanjaan Secara Atas Talian

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Pengenalan

Dalam Rancangan Malaysia ke-11 (2016-2020), kerajaan telah menggariskan inisiatif berkaitan perkhidmatan jalur lebar melalui Inisiatif Jalur Lebar Berkelajuan Tinggi, dan Inisiatif Jalur Lebar Pinggir Bandar untuk menyokong pertumbuhan ekonomi. Ini merangkumi akses perkhidmatan jalur lebar berkelajuan 100 megabit sesaat (100Mbps) di ibu negeri dan kawasan pertumbuhan berimpak tinggi menjelang tahun 2020. Manakala di kawasan pinggir bandar dan luar bandar pula akan dapat akses perkhidmatan jalur lebar 20Mbps (Portal Pusat Maklumat Rakyat, 2018). Kemudahan internet kini bukan lagi dianggap sebagai trend semasa, tetapi lebih kepada satu platform bagi mempermudah urusan harian. Dengan pengenalan pelan internet dan *broadband* yang lebih berpatutan saban tahun, bilangan pengguna internet dijangka

meningkat pada masa depan. Selain itu, penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi akan dipercepatkan bagi meningkatkan capaian maklumat berkaitan pertanian, perniagaan, pendidikan dan kesihatan. Ia juga dapat memperluas peluang perniagaan dan penjana pendapatan yang akan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Secara umumnya, internet merupakan alat komunikasi yang berkuasa di dalam perdagangan. Perdagangan yang dijalankan melalui internet atau e-dagang adalah lebih pantas dan cekap kerana pedagang dapat mengurangkan kos operasi, menjimatkan masa urusan dan penghantaran serta meluaskan jalinan strategik di antara pedagang (Portal Pusat Maklumat Rakyat, 2018).

Seiring dengan kemajuan teknologi dan peningkatan akses internet di Malaysia, urusan dan aktiviti jual beli juga telah mengalami banyak perubahan.

Pada masa dulu, kebanyakan pembeli membeli secara tradisional iaitu datang ke kedai dan membuat pembelian, tetapi kaedah pembelian kini telah berubah dengan kemajuan teknologi dan capaian internet yang lebih meluas di seluruh negara. Kebanyakan pelanggan masa kini lebih gemar membuat pembelian secara atas talian. Secara umumnya, kajian ini memberi fokus berkaitan dengan pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di negeri Perak.

Bab ini meliputi latar belakang, pernyataan masalah, objektif kajian, soalan kajian, dan hipotesis kajian. Selain itu, kepentingan kajian, limitasi kajian, definisi operasional serta kerangka konseptual kajian turut dibincangkan.



## 1.2 Latar Belakang Kajian

Seiring dengan perkembangan internet yang semakin pesat dan popular, terdapat ramai pengguna telah beralih secara beransur-ansur daripada membuat pembelian secara tradisional di kedai-kedai mahupun pasar raya kepada secara atas talian. Pembelian secara atas talian telah menjadi acara global dan telah menjadi sebahagian daripada kehidupan seharian kita. Ini adalah kerana rangkaian internet tidak terbatas kepada ruang dan masa, barangan yang ditawarkan juga boleh dikatakan pelbagai dan tidak terhingga. Orang ramai dapat mencari barangan yang mereka perlukan selagi capaian internet dapat diakses.

Menurut statistik yang diumumkan oleh *Internet World Stats* sehingga Mac



2019, jumlah pengguna internet di Asia adalah sebanyak 2,190,981,318 orang (51.7 peratus) berbanding populasi Asia seramai 4,241,972,790 (Internet World Stats, 2019).

Tiga negara utama Asia yang memiliki peratusan capaian internet yang tertinggi berbanding dengan populasi adalah Jepun (93.5 peratus), Brunei (93.5 peratus) dan Korea Selatan (92.2 peratus). Manakala, dalam kajian Tinjauan Pengguna Internet (*Internet Users Survey*, IUS) yang dikendalikan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) pada April hingga Ogos 2018, jumlah pengguna internet di Malaysia adalah seramai 28.7 juta berbanding dengan 24.5 juta pada 2016. Ini menunjukkan peratusan jumlah pengguna internet kepada populasi Malaysia telah meningkat sebanyak 10.5 peratus, iaitu daripada 76.9 peratus pada 2016 kepada 87.4 peratus pada 2018. Dapatan IUS ini juga menunjukkan peratusan bilangan pembeli secara talian dalam kalangan pengguna internet meningkat daripada 48.8 peratus pada





2016 kepada 53.3 peratus pada 2018 (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2019).

Selain itu, pasaran e-dagang di Malaysia menunjukkan trend positif, dengan nilai tambah kasar e-dagang menyumbang 6.3 peratus kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) pada tahun 2017, iaitu, pertumbuhan kukuh daripada 4.6 peratus pada tahun 2010. Tambahan pula, nilai tambah untuk e-dagang meningkat kepada RM85.8 bilion pada 2017, daripada RM75.0 bilion pada 2016. Penggunaan dompet elektronik dan mudah alih juga telah menyumbang kepada peningkatan jumlah pembeli dan pengguna perbankan secara atas talian. Di samping itu, peningkatan bilangan pengguna internet dan kepercayaan terhadap perbankan dalam talian adalah pemangkin dalam membangunkan ekosistem digital yang lebih luas termasuk e-dagang, *Fintech* dan pelbagai perkhidmatan digital (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2019).

Secara umumnya, perniagaan secara atas talian merupakan satu konsep perniagaan di pasaran maya yang telah diperkenalkan oleh Rayport dan Sviokla's pada tahun 1994. Pasaran maya mampu berkembang dengan wujudnya transaksi antara pembeli dan penjual tanpa perlu wujud premis perniagaan tradisional untuk meniaga. Jamaludin dan Yunus (2014) pula mengatakan bahawa majoriti pengguna menggunakan internet untuk mencari maklumat terlebih dahulu sebelum membuat keputusan untuk melakukan pembelian. Tujuan pencarian maklumat ini adalah supaya mereka mendapat pengalaman pembelian yang positif dengan memanfaatkan maklumat yang betul daripada internet dan berkongsi pengalaman tersebut bersama dengan rakan-rakan. Pengguna yang melakukan pembelian atas talian terdedah





kepada pelbagai risiko. Ini adalah kerana transaksi yang berlaku dalam alam maya tidak dapat dilihat secara nyata tetapi hanya melalui perhubungan melalui perantara samada telefon pintar, komputer atau tablet.

Pembelian secara atas talian kini kian meningkat disebabkan oleh peningkatan pengguna internet. Sehingga Ogos tahun 2018, terdapat 28.7 juta pengguna aktif di Malaysia yang terdiri daripada 87.4 peratus daripada penduduk di Malaysia (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2019).

Faktor utama yang menjana kebangkitan pembelian secara atas talian ialah kewujudan produk dan perkhidmatan menarik yang tidak disediakan oleh perniagaan konvensional. Pada 10 tahun yang lalu, semasa pengguna masih tidak biasa dengan pembelian secara atas talian, ramai yang berasa tidak yakin dan kurang selamat untuk melakukan pembelian dengan memasukkan kad kredit atau butiran bank ke atas talian.

Platform pembelian secara atas talian yang wujud pada era ini memberi pengalaman baru membeli-belah secara atas talian kepada majoriti rakyat Malaysia. Ini membuka jalan kepada peniaga untuk menjual barang-barang mereka secara atas talian tanpa memerlukan kedai fizikal. Populariti platform pengguna ke pengguna (P2P) juga mendorong penggunaan gerbang pembayaran atas talian. *Amazon* dan *Taobao* telah menyediakan rakyat Malaysia akses kepada produk yang dijual di luar negara, menjadikannya mandatori untuk menggunakan pindahan bank, kredit dan kad debit atas talian sebagai kaedah pembayaran.





Platform pengguna kepada pengguna seperti *Mudah.com* dan *Lelong* juga telah menjadi popular pada era ini kerana memberikan kemudahan kepada individu untuk membeli produk secara mudah dan selamat. Pengguna yang tidak selesa menggunakan gerbang pembayaran yang kebanyakannya memerlukan pembayaran melalui kad debit atau kredit kini boleh membeli atau menjual barangan melalui kaedah tunai. Justeru, pengguna sudah mempunyai pilihan untuk tidak memasukkan butiran kad kredit mereka serta dapat bersemuka dengan para penjual untuk menerima produk.

Penggunaan e-dagang semasa tahun 2000 telah dirangsang oleh peningkatan perkhidmatan internet dan penggunaan komputer peribadi di rumah dan pejabat. Kajian Chew (2018) telah menyatakan bahawa e-dagang memperoleh potensi pertumbuhan yang tinggi disebabkan oleh peningkatan pesat dalam bilangan pengguna komputer dan perkhidmatan internet yang lebih laju setiap tahun.

Menjelang tahun 2011, peningkatan ketara dapat diperhatikan dalam pembelian secara atas talian dengan pengenalan tawaran menarik dan promosi seperti kupon diskaun oleh *Groupon*. Ini menetapkan asas penting untuk pembelian secara atas talian di negara ini juga. Pada tahun-tahun yang berikutnya, rakyat Malaysia melihat pengenalan lebih banyak kedai dalam talian seperti *Lazada*, *Zalora*, *11 Street* dan lain-lain.

E-dagang atau perniagaan atas talian menjadi alternatif yang sangat penting dan pelengkap kepada perniagaan tradisional yang mana ianya tidak memerlukan kos sewaan tempat untuk memulakan perniagaan (Coker et al.,

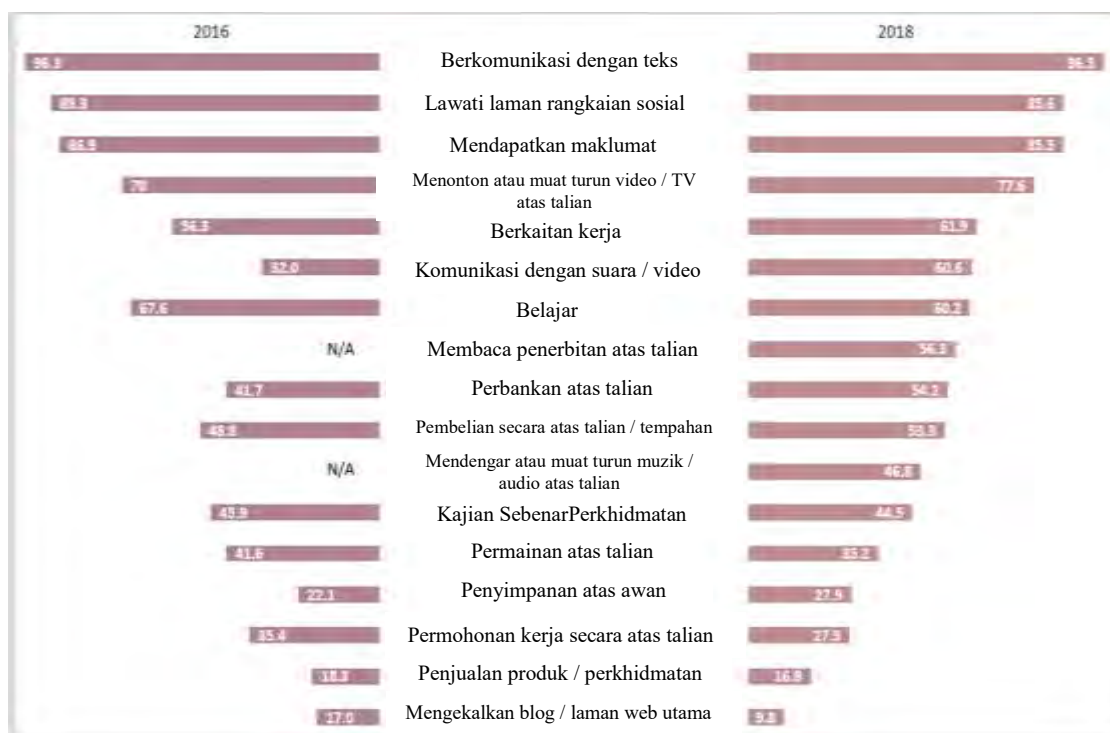




2011). Industri pembelian atas talian sememangnya berkembang pesat dan semakin mendapat tempat di hati masyarakat di Malaysia kerana corak kehidupan masyarakat yang semakin bergantung kepada penggunaan perkhidmatan dan perniagaan di internet. Dengan kemajuan teknologi dan penggunaan telefon pintar yang semakin meluas dalam kalangan rakyat Malaysia, aktiviti perniagaan atas talian kini lebih aktif berbanding tahun-tahun terdahulu, di mana sebahagian besar pembelian mereka meliputi produk-produk seperti elektronik, fesyen dan kecantikan, sukan dan hobi.

Kajian yang dijalankan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia pada tahun 2018 yang melibatkan seramai 4,160 responden, mendapati bahawa pengguna internet yang terlibat dalam pembelian secara atas talian adalah sebanyak 53.3 peratus berbanding 48.8 peratus pada tahun 2016. Manakala aktiviti kewangan melalui internet juga meningkat kepada 54.2 peratus daripada 41.7 peratus pada tahun 2016 (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2019).





Rajah 1.1. Peratusan Pengguna Internet Yang Terlibat Aktiviti Atas Talian

Sumber: *Internet Users Survey 2018*, Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia

Penghalang utama untuk pembelian secara atas talian adalah kecenderungan

pengguna untuk mengunjungi kedai-kedai secara fizikal, kekurangan keyakinan dan kemahiran, serta kebimbangan keselamatan dan privasi. Menurut laporan IUS 2018 (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2019), pemindahan bank secara atas talian merupakan cara pembayaran yang paling biasa untuk pembelian secara atas talian (63.8 peratus), diikuti oleh pemindahan melalui *Automated Teller Machine* (ATM) (48.8 peratus). Namun begitu, terdapat pembeli yang menggunakan kedua-dua kaedah pembayaran ini.

Di antara manfaat pembelian secara atas talian termasuklah kebolehan pengguna membeli barang tanpa pergi ke premis. Selain itu, pengguna internet boleh membuat pembelian dan pesanan dari rumah tanpa had masa.



Pembeli mendapat lebih banyak maklumat produk, termasuk barangan yang tidak ditawarkan di dalam negara. Pada hakikatnya, perbandingan harga barangan daripada penjual berbeza juga senang didapati. Ini membolehkan pembeli memiliki maklumat yang cukup untuk memilih secara perlahan terhadap barangan yang ingin dibeli samada dari penjual tempatan atau dari luar negara mengikut keperluan.

Seterusnya, pembayaran secara atas talian adalah lebih selamat daripada bayaran tunai secara tradisional. Ini dapat mengelakkan kehilangan tunai atau rompakan. Pembayaran melalui perbankan atas talian adalah mudah dan selamat. Ini juga dapat mengelakkan daripada membawa banyak wang tunai ke pusat membeli-belah.



Selain itu, daripada proses membuat pesanan, membeli barangan ke penghantaran barangan, pembeli tidak perlu mengunjungi kedai secara fizikal. Ini amat menjimatkan masa dan tenaga. Pembeli dapat menikmati proses pembelian dan penghantaran barangan dari rumah secara tenang hati. Membeli-belah di kedai fizikal adalah melelahkan.

Produk sama yang ditawarkan secara atas talian adalah lebih murah daripada kedai kerana penjual tidak perlu menyewa kedai, stor dan mengupah ramai pekerja. Produk kosmetik, pakaian, produk keperluan harian serta barangan yang lain biasanya lebih rendah harganya berbanding dengan yang dijual di kedai fizikal.

Secara ringkasnya, kemajuan teknologi telah membawa perubahan terhadap gaya hidup masa kini termasuklah dalam tempoh masa jual beli. Perubahan tersebut





mempunyai daya tarikan dan pengaruh yang besar kepada pengguna, penjual, pengusaha dan pasaran. Tidak dapat dinafikan bahawa pembelian secara atas talian telah menjadi model perniagaan yang mewujudkan kesan menang-menang dalam ekonomi pasaran baru. Model perniagaan ini telah menjadi pilihan untuk membeli-belah dalam kalangan generasi muda daripada pelbagai lapisan masyarakat di Malaysia.

Kerajaan Malaysia telah melancarkan program pemberian telefon pintar Yes 4G LTE dan tablet secara percuma kepada golongan guru yang bertujuan untuk memudahkan dan mempertingkatkan pengalaman pengajaran dan pembelajaran. Golongan guru juga diberi Pelan Pascabayar 1BestariNet Guru yang merupakan pelan pascabayar 4G LTE yang memberikan kuota 2GB rangkaian internet bulanan LTE dan kuota 2GB data jalur lebar kepada semua guru di sekolah-sekolah penerima 1BestariNet 4G Zoom seluruh Malaysia (Kementerian Pendidikan Malaysia, 2016). Kemudahan ini telah memberi manfaat kepada golongan guru menceburkan diri dalam dunia maya untuk pencarian maklumat pengajaran, pembelajaran, pengurusan data, media sosial dan lain-lain seperti urusan pembelian secara atas talian.

Golongan guru yang terlibat dalam pembelian secara atas talian boleh dibahagikan kepada dua kategori, iaitu pengguna yang melayari internet untuk melakukan pembelian dan pengguna yang melayari internet hanya untuk mendapat maklumat mengenai sesuatu produk yang ingin dibeli seperti yang dilaporkan oleh Bobbitt dan Dabholkar (2001).





### 1.3 Pernyataan Masalah

Golongan guru merupakan golongan penjawat awam yang paling besar dalam sektor awam sehingga mencapai 419,904 orang (www.moe.gov.my, 2019). Penglibatan golongan guru dalam pembelian secara atas talian jarang diberi perhatian jika dibandingkan dengan kajian lepas yang telah melibatkan golongan pelajar, mahasiswa, belia serta pengguna domestik. Secara umumnya, guru-guru dikategorikan sebagai kelompok yang berpendapatan 40 peratus sederhana (M40) dengan anggaran pendapatan di antara RM3,861 hingga RM8,300 sebulan (Ho & Suraya, 2020). Berdasarkan pendapatan yang diperoleh, kemampuan golongan guru merangsang permintaan dalam pasaran pembelian secara atas talian tidak dapat dinafikan. Keadaan ini turut disokong oleh kebolehcapaian guru bagi mendapatkan kemudahan internet dan juga komputer, laptop atau telefon pintar bagi membolehkan aktiviti pembelian secara atas talian berlaku dengan baik.

Penglibatan guru dalam urusan pembelian secara atas talian bukan perkara baru, namun kajian berkenaan gelagat berbelanja guru terhadap pembelian secara atas talian agak terbatas. Golongan guru di negeri Perak menjadi sasaran kajian adalah berasaskan perkembangan yang selaras dengan Rancangan Struktur Negeri (RSN) Perak 2020 telah menggariskan strategi pembangunan spatial dan non-spatial dengan wawasan pembangunan Negeri Perak yang bertemakan 'Meletakkan Negeri Perak Di Persada Dunia Berteraskan Pembangunan ICT dan Pendidikan Tinggi Yang Unggul' (Laporan Pemeriksaan RSN Perak, 2019).





Selain kajian yang kurang diberi fokus terhadap pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru, platform pembelian guru-guru juga jarang diperbincangkan. Kajian lepas berkaitan pembelian secara atas talian lebih berfokus kepada golongan pelajar institusi pengajian tinggi, golongan wanita atau rakyat biasa secara umum, kajian yang menumpu perhatian kepada guru amatlah terhad. Terdapat banyak platform pembelian secara atas talian di negara ini yang menawarkan pelbagai produk dan perkhidmatan. Platform yang popular seperti *Shopee*, *Lazada* dan *TaoBao* menawarkan pelbagai produk yang komprehensif dari segi pakaian, aksesori penampilan diri, peralatan elektronik, gajet telefon pintar dan barangan keperluan lain dalam kehidupan pada harga yang kompetitif.

Kajian ini memberi fokus kepada jumlah kos pembelian yang dibelanjakan dalam setahun oleh golongan guru. Kajian ini turut mengenal pasti platform yang menjadi pilihan kegemaran golongan guru semasa melakukan pembelian secara atas talian. Sebab utama yang mendorong penglibatan guru dalam urusan pembelian secara atas talian juga menjadi tumpuan kajian ini. Gelagat guru dalam pembelian barangan melalui internet dalam kajian ini merujuk kepada tingkah laku dan proses bagaimana membuat keputusan dalam mempengaruhi pembelian. Kajian ini juga meninjau sejauh mana corak perbelanjaan dan gelagat guru terhadap produk dan perkhidmatan yang diurusniagakan melalui rangkaian internet dan faktor-faktor yang menyumbang kepada penglibatan guru dalam pembelian secara atas talian.



## 1.4 Objektif Kajian

Terdapat empat objektif yang disasarkan dalam kajian ini:

1. Mengenal pasti tingkat pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak.
2. Mengenal pasti platform yang paling kerap digunakan untuk pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak.
3. Menentukan perbezaan faktor demografi terhadap pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak.
4. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak.

## 1.5 Soalan Kajian

Berikut merupakan soalan-soalan yang akan digunakan dalam kajian ini:

1. Apakah tingkat pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak?
2. Apakah platform yang paling kerap digunakan untuk pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak?
3. Adakah terdapat perbezaan faktor demografi terhadap pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak?
4. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian secara atas talian dalam kalangan guru-guru di Perak?



## 1.6 Hipotesis Kajian

Ha<sub>1</sub> : Terdapat perbezaan yang signifikan di antara jantina dengan pembelian secara atas talian.

Ha<sub>2</sub> : Terdapat perbezaan yang signifikan di antara kelayakan akademik dengan pembelian secara atas talian.

Ha<sub>3</sub> : Terdapat perbezaan yang signifikan di antara jumlah jam melayari internet dengan pembelian secara atas talian.

Ha<sub>4</sub> : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara kemudahan dengan pembelian secara atas talian.

Ha<sub>5</sub> : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara keselamatan dengan pembelian secara atas talian.



Ha<sub>6</sub> : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara penampilan produk dengan pembelian secara atas talian.

Ha<sub>7</sub> : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara harga dengan pembelian secara atas talian.

Ha<sub>8</sub> : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara perkhidmatan disediakan dengan pembelian secara atas talian.

Ha<sub>9</sub> : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara pengaruh sosial dengan pembelian secara atas talian.

Ha<sub>10</sub> : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara kepuasan membeli dengan pembelian secara atas talian.

Ha<sub>11</sub> : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan di antara jumlah jam melayari internet dengan pembelian secara atas talian.





## 1.7 Kepentingan Kajian

Kajian ini memberi manfaat kepada pihak-pihak berikut:

### 1.7.1 Peniaga

Kajian ini memberi satu gambaran berkaitan penglibatan guru dalam pembelian secara atas talian terutamanya kepada masyarakat yang menjalankan perniagaan. Selain menjadikan guru sebagai golongan sasaran, peniaga juga boleh menggunakan platform yang sesuai untuk mempromosikan barang dan perkhidmatan kepada guru-guru. Masyarakat akan dapat mengenal pasti platform mana yang sesuai untuk menjalankan pembelian secara atas talian dari segi kemudahan, jaminan kualiti produk dan keselamatan pembayaran. Selain daripada ini, aspek perbandingan harga, penghantaran, perkhidmatan selepas pembelian, dasar pemulangan dan maklum balas kepuasan juga diberi tumpuan supaya masyarakat mendapat maklumat penting ini untuk pembelian secara atas talian.

### 1.7.2 Guru

Seiring dengan tugas dan tanggungjawab seorang guru yang kian bertambah dari hari ke hari, aktiviti pembelian secara atas talian dapat membantu guru menjalankan kehidupan dengan lebih mudah. Selain dapat membeli barang keperluan dan perkhidmatan, pembelian secara atas talian turut membolehkan guru-guru membeli





alat bantuan mengajar tanpa pergi ke kedai tersebut. Selain menjimatkan masa, terdapat banyak promosi yang boleh diperoleh melalui pembelian secara atas talian dengan adanya diskaun-diskaun menarik yang ditawarkan. Meskipun begitu, guru seharusnya bijak menguruskan pembelian secara atas talian supaya tidak berlaku sebarang pembaziran. Di samping itu, platform membeli-belah secara atas talian bukan sahaja menawarkan pelbagai produk dengan harga yang kompetitif, malahan memberikan banyak diskaun yang menjimatkan masa serta wang, dan keadaan ini menjadikan pembelian secara atas talian semakin popular dalam kalangan guru. Guru merupakan golongan berpendapatan 40 peratus sederhana (M40) yang mempunyai pendapatan bulanan yang tetap, memiliki kad kredit dan mempunyai kemahiran mengendalikan kelas atas talian atau e-pembelajaran. Pengalaman guru berkaitan pengendalian urusan persekolahan dan maklumat melalui internet ini mendorong guru lebih cenderung kepada sikap dengan niat yang positif untuk membeli-belah secara atas talian. Golongan guru yang terlibat dalam pembelian secara atas talian harus memahami tanggungjawab dan etika profesional sebagai seorang guru. Penglibatan guru dalam aktiviti pembelian secara atas talian harus tidak menggunakan masa dan sumber kemudahan di dalam sekolah. Guru boleh menggunakan masa selepas waktu rasmi persekolahan untuk melakukan pembelian secara atas talian untuk menjimatkan masa, mengurangkan beban tanggungan dan juga menangani inflasi.

### 1.7.3 Kerajaan

Kerajaan telah melancarkan Zon Perdagangan Bebas Digital (DFTZ) pada tahun 2017 yang merupakan inisiatif strategik kebangsaan yang diterajui oleh Malaysia Digital





Economy Corporation (MDEC) bagi menyokong perdagangan rentas sempadan. Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) merupakan satu agensi di bawah Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM). Menerusi inisiatif ini, Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) tempatan didorong untuk melakukan pendigitalan operasi masing-masing bagi memudahkan akses ke pasaran global melalui e-dagang. Secara umumnya, kerajaan boleh memainkan peranan pengawalan dan pelaksanaan undang-undang dalam semua urusan pembelian secara atas talian atau e-dagang untuk menjaga keselamatan pengguna internet dan mengelakkan penipuan atau jenayah cyber. Kerajaan dan masyarakat perlu memberi perhatian kepada model pembelian secara atas talian dan memperkenalkan mekanisme e-dagang yang baik dan selamat. Pembelian secara atas talian masih mempunyai kelemahan dari segi risiko penipuan. Kerajaan harus mengambil langkah-langkah pengawalan untuk memudahkan pembelian secara atas talian. Pada masa yang sama, kerajaan harus meningkatkan kemudahan capaian internet atau jalur lebar yang lebih pantas, meluas dan lebih murah supaya rakyat dapat menikmati kemudahan pembelian secara atas talian yang lebih maju. Pemantauan pihak berkuasa ke atas media sosial dan laman web yang bermasalah harus dikendalikan dari semasa ke semasa. Kerajaan juga memainkan peranan untuk memantau sejauh mana bantuan atau kemudahan jalur lebar boleh meningkatkan sektor e-dagang.



#### **1.7.4 Pelajar**

Kajian ini juga penting dilaksanakan untuk dijadikan sebagai satu rujukan kepada pelajar yang berminat dalam bidang yang berkaitan. Pelajar yang memerlukan pengetahuan tentang isu ini boleh mendapatkan maklumat melalui kajian ini. Setelah membaca kajian ini, pelajar boleh menjalankan kajian yang lebih mendalam atau berkaitan supaya dapat membekalkan maklumat yang lebih banyak dan bernas kepada masyarakat.

Di samping itu, kajian ini juga mungkin mempunyai satu implikasi praktikal. Dimensi kemudahan pembelian secara atas talian yang dikenal pasti dalam kajian ini akan direka bentuk untuk dijadikan alat yang berkesan untuk menilai tahap kemudahan pembelian secara atas talian. Kepentingan kajian ini juga dapat membantu pihak berkuasa, khususnya MDEC, dengan lebih tepat dari segi informasi penglibatan dan corak perbelanjaan pengguna dalam pembelian secara atas talian.

#### **1.8 Limitasi Kajian**

Kajian ini dijalankan hanya dengan menggunakan kaedah kuantitatif tinjauan rentas berdasarkan soal selidik. Kaedah kuantitatif dipilih kerana kajian ini melibatkan sampel yang agak besar iaitu 319 responden, manakala kaedah kualitatif biasanya melibatkan sampel kecil dan mengutamakan pemerhatian, temu bual dalam satu tempoh masa yang agak panjang.



Golongan guru merupakan kumpulan profesional dalam lingkungan umur 25 tahun hingga ke 60 tahun yang memiliki sekurang-kurangnya kelayakan akademik pada peringkat Sijil Pelajaran Malaysia (SPM). Menurut tinjauan IUS 2018, lebih daripada 70 peratus golongan pengguna internet yang memenuhi kedua-dua kriteria umur dan kelayakan akademik tersebut (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2019). Justeru penglibatan golongan guru dalam aktiviti pembelian secara atas talian telah diberi fokus utama dalam kajian ini.

Golongan guru di negeri Perak sahaja dipilih sebagai responden kajian adalah kerana seiring dengan Hala Tuju Pembangunan Perak 2040 yang menaik taraf Sistem Telekomunikasi dan ICT secara lebih meluas, cekap dan berkesan di seluruh negeri Perak (Laporan Pemeriksaan RSN Perak, 2019). Langkah kerajaan negeri ini dilihat sebagai dapat menggalakkan transaksi melalui internet dan pelbagai aktiviti termasuk pembelian secara atas talian. Manakala Rancangan Struktur Negeri Perak 2040 pula dikaji semula dengan memfokuskan negeri Perak lestari, progresif, berteknologi, berdaya saing dan berdaya huni (Laporan Pemeriksaan RSN Perak, 2019).

Sorotan literatur daripada para penyelidik luar dan dalam negeri telah mengenal pasti tidak kurang daripada 10 faktor yang mempengaruhi seseorang individu dalam melibatkan diri dalam urusan pembelian secara atas talian. Namun, dalam kajian ini hanya tujuh faktor yang dikenal pasti dan dikaji secara deskriptif dan inferens.



## 1.9 Definisi Operasional

Definisi operasional yang dikemukakan adalah untuk menjelaskan beberapa istilah secara spesifik yang berkaitan dengan kajian ini. Ianya bertujuan untuk mengelakkan pembaca dari melahirkan pandangan yang berbeza mengenai kajian ini. Berikut adalah definisi penting beberapa istilah yang digunakan dalam kajian ini:

### 1.9.1 Internet

Donthu dan Garcia (1999) merujuk internet sebagai rangkaian komputer di seluruh dunia yang semuanya menggunakan protokol komunikasi TCP / IP dan berkongsi ruang alamat sepunya. Ia mampu menyediakan akses segera ke tempat penyimpanan maklumat yang luas. Kim dan Park (2005), menyatakan internet mewakili rangkaian komputer yang disambungkan secara global dengan membekalkan orang, perniagaan dan syarikat, institusi pendidikan, agensi kerajaan dan bahkan negara yang berkemampuan untuk berkomunikasi secara elektronik.

Dalam kajian ini, internet merujuk kepada jaringan besar yang saling berhubungan dari jaringan-jaringan komputer yang menghubungkan orang-orang dan komputer-komputer di seluruh dunia, melalui telefon, satelit dan sistem-sistem komunikasi yang lain. Internet memberi jalan bagi bahan maklumat (teks, gambar, imej, audio, video, dan sebagainya) supaya dapat dikirim, diterima dan dinikmati bersama.

### 1.9.2 E-dagang

Menurut Azifah dan Dewi (2016), e-dagang ditakrifkan sebagai aplikasi teknologi rangkaian telekomunikasi untuk melakukan suatu transaksi perniagaan, pertukaran maklumat, dan menjaga hubungan peniaga dengan pengguna sebelum, semasa, dan setelah proses pembelian. Kotler dan Keller (2012) menawarkan definisi e-dagang sebagai proses membeli, menjual, memindahkan atau menukar produk, perkhidmatan dan maklumat menggunakan rangkaian elektronik seperti internet.

Turban et al., (2015), mendefinisikan e-dagang sebagai urusan membeli-belah melalui platform internet dan boleh diklasifikasikan kepada tiga kategori utama iaitu: e-dagang Perniagaan ke Pengguna (P2P), e-dagang Perniagaan ke Perniagaan (P2P) dan e-dagang Pengguna ke Pengguna (P2P).

Dalam kajian ini, e-dagang merujuk kepada urusan membeli-belah dalam kategori Perniagaan ke Pelanggan (P2P) yang menerangkan urusan yang dijalankan oleh peniaga untuk menyediakan produk atau perkhidmatan kepada pengguna melalui platform internet.

### 1.9.3 Pembelian Secara Atas Talian

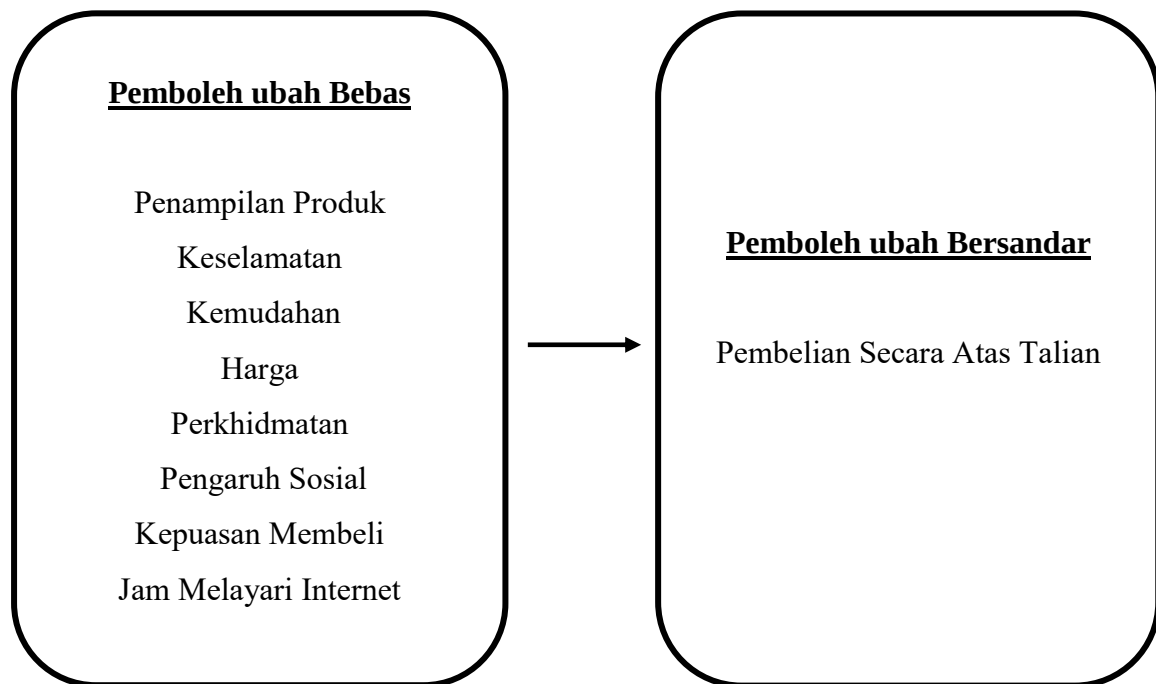
Menurut Aldhmour dan Sarayrah (2016) pembelian secara atas talian merujuk kepada satu bentuk perdagangan elektronik yang membolehkan pengguna membeli barang atau perkhidmatan secara langsung dari peruncit atas talian atau laman web melalui

Internet menggunakan pelayar web. Pengguna memasuki dunia internet untuk mencari dan membeli produk yang diperlukan secara mudah tanpa perlu tergesa-gesa ke kedai fizikal. Pembelian secara atas talian merujuk kepada mendapatkan produk atau perkhidmatan dengan membayar dengan wang semasa barangan diterima, perbankan atas talian atau kad kredit melalui internet (Lee & Johnson, 2002).

Dillon dan Reif (2004) mendefinisikan pembelian secara atas talian sebagai satu proses menjalankan urusan perniagaan dengan membeli atau menjual barangan atau perkhidmatan melalui rangkaian komputer atau internet. Dalam kajian ini, pembelian secara atas talian merujuk kepada tindakan pembelian produk atau perkhidmatan melalui internet. Membeli-belah secara atas talian menjadi semakin popular, terutamanya orang ramai berasa selesa dan mudah untuk membeli-belah dari keselesaan rumah atau pejabat mereka. Salah satu faktor yang paling menarik tentang pembelian secara atas talian adalah mengurangkan keperluan untuk menunggu dalam barisan panjang dan kesesakan jalan semasa musim cuti.

### **1.10 Kerangka Konseptual Kajian**

Kerangka konseptual kajian ini dibina berasaskan sorotan literatur yang memodelkan jumlah perbelanjaan guru dalam pembelian secara atas talian. Kerangka konseptual kajian ini dipetakan ke dalam lapan domain utama, iaitu produk, keselamatan, kemudahan, harga, perkhidmatan, pengaruh sosial, kepuasan membeli dan jam melayari internet.



Terdapat dua jenis pemboleh ubah yang digunakan dalam kajian ini iaitu, pemboleh ubah bebas dan pemboleh ubah bersandar. Pemboleh ubah bebas atau tak bersandar adalah pemboleh ubah yang dijangka mempengaruhi pemboleh ubah lain, menjadi penyebab dan dikenali sebagai pemboleh ubah rangsangan, manakala pemboleh ubah bersandar pula adalah pemboleh ubah yang menerima kesan, dipengaruhi dan menjadi keutamaan dalam penyelidikan yang dilakukan (Chua, 2011). Oleh itu, dalam kajian ini, semua faktor yang mempengaruhi pembelian secara atas talian merupakan pemboleh ubah bebas dan jumlah pembelian tahunan (Ringgit Malaysia) dalam pembelian secara atas talian merupakan pemboleh ubah bersandar.



### 1.11 Rumusan

Bab ini memberi fokus kepada penglibatan guru negeri Perak sebagai kumpulan sasaran dalam urusan pembelian secara atas talian. Pilihan platform pembelian turut diberi perhatian untuk mengenal pasti gelagat guru yang berpendapatan sederhana dalam membuat keputusan membeli secara atas talian. Skop dan kepentingan kajian juga dibincangkan dalam bahagian ini. Bab seterusnya akan membincangkan teori dan kajian lepas berkaitan dengan fokus kajian.

