

## Analisis Faktor Penerokaan Instrumen Norma Subjektif Usahawan PKS terhadap Penerimaan e-Dagang dalam Suasana Pandemi COVID-19

HAIZUM RUZANNA SAHAR  
MAIZATUL HAIZAN MAHBOB  
WAN AMIZAH WAN MAHMUD  
*Universiti Kebangsaan Malaysia*

### ABSTRAK

Penularan pandemik COVID-19 yang telah melanda dunia sejak penghujung tahun lalu telah mengakibatkan penguncupan aktiviti ekonomi PKS negara. Bagi mengekalkan kelangsungan perniagaan, usahawan PKS telah disarankan untuk mengaplikasikan e-Dagang ke dalam rutin perniagaan. Sepanjang tempoh krisis tersebut berlaku, pengaruh norma subjektif dilihat sebagai elemen dominan dalam menentukan pelaksanaan tingkah laku usahawan PKS untuk menerima perubahan baharu. Oleh yang demikian, adalah menjadi keperluan untuk mengenal pasti faktor yang mempengaruhi norma subjektif usahawan PKS dalam menerima e-Dagang. Meskipun begitu, perincian konstruk norma subjektif dilihat masih lagi tidak menyeluruh memandangkan adanya keterbatasan dari segi pembinaan instrumen dan bilangan item untuk mengukur pengaruh sosial. Justeru itu, kajian ini dijalankan untuk meneroka kesesuaian item, menganalisis darjah kesahan dan kebolehpercayaan sekaligus mengesahkan instrumen norma subjektif usahawan PKS terhadap perilaku penerimaan e-Dagang. Seramai 159 usahawan PKS dari sekitar Nilai dan Seremban, Negeri Sembilan telah dipilih sebagai responden menerusi teknik persampelan rawak. Hasil dapatan analisis faktor penerokaan (EFA) telah mendedahkan dua komponen faktor bagi norma subjektif iaitu Pengaruh Interpersonal dan Pengaruh Luaran dengan nilai 81.981 peratus daripada jumlah keseluruhan varians seperti yang telah dikonsepsikan menerusi instrumen ini. Sementara itu, bagi keputusan indeks kebolehpercayaan ketekalan instrumen juga dilihat tinggi iaitu melebihi 0.9. Oleh yang demikian, berdasarkan kepada setiap analisis yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan di sini bahawa instrumen yang dibina ini adalah sangat memuaskan dan relevan untuk menilai norma subjektif usahawan PKS khususnya dalam menerima e-Dagang.

**Kata kunci:** *Norma subjektif, analisis faktor penerokaan, e-Dagang, COVID-19, usahawan PKS.*

## Exploratory Factor Analysis for SME Entrepreneur Subjective Norm Instrument towards e-Commerce Acceptance during the COVID-19 Pandemic

### ABSTRACT

The spread of the COVID-19 pandemic that has hit the world since the end of 2019 has resulted in the contraction of the country's SMEs economic activities. To maintain business continuity, SME entrepreneurs have been advised to apply e-Commerce in their business routine. Throughout the crisis, subjective norms are seen as a dominant element in determining the implementation of SME entrepreneurial behaviour to accept new changes. Therefore, it is necessary to identify the factors that influence the subjective norms of SME entrepreneurs to accept e-Commerce. Despite this necessity, the delineation of the subjective norms constructed is still not comprehensive as there are limitations in terms of instrument development and the number of items to measure social influence.

Hence, this study was conducted to explore item suitability, analyse the degree of validity and reliability as well as to validate the instrument for SMEs' subjective norms toward e-Commerce acceptance behaviour. A total of 159 SME entrepreneurs around Nilai and Seremban, Negeri Sembilan were selected as the respondents through random sampling technique. The results from Exploratory Factor Analysis (EFA) revealed two component factors of subjective norms which are Interpersonal Influence and External Influence explaining 81.981 percent of the total variance as conceptualised through this instrument. Meanwhile, the reliability index was above 0.9. Based on each analysis performed, it can be concluded that the instrument developed was very satisfactory and relevant in assessing SME entrepreneur subjective norms in accepting e-Commerce.

**Keywords:** *Subjective norms, exploratory factor analysis, e-Commerce, COVID-19, SME entrepreneurs.*

## PENGENALAN

Ekonomi Malaysia sebahagian besarnya bergantung kepada Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) di mana industri ini merupakan penyumbang penting kepada pendapatan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK). Hal ini bertepatan dengan kenyataan Mohamad Azmi dan Mohd Fauzi (2021) yang menyatakan PKS di Malaysia dianggap sebagai tulang belakang kepada ekonomi kerana menjadi penyumbang yang signifikan kepada KDNK. PKS juga sering diperkatakan sebagai agen pembangunan ekonomi kerana ia berupaya mewujudkan peluang pekerjaan, menjana dan merencanakan aktiviti eksport dan pengeluaran negara. Justeru itu, jelaslah di sini bahawa tanpa sumbangan dan sokongan PKS, kadar pertumbuhan negara pasti akan terjejas. Secara umumnya, PKS negara terbahagi kepada dua sektor utama iaitu sektor pembuatan serta sektor perkhidmatan dan sektor lain. Berdasarkan SME Corp Malaysia (2020a), sektor pembuatan adalah merujuk kepada transformasi bahan atau komponen secara fizikal atau kimia yang membentuk produk baharu. Sementara itu, untuk sektor perkhidmatan pula merujuk kepada semua jenis perkhidmatan termasuk perdagangan edaran, hotel dan restoran, perniagaan, professional dan perkhidmatan ICT, pendidikan swasta dan kesihatan, hiburan, perantaraan kewangan dan perkhidmatan berkaitan pembuatan seperti penyelidikan dan pembangunan (R&D), logistik, pergudangan, kejuruteraan dan lain-lain. Manakala sektor lain pula adalah merujuk kepada pertanian asas, pembinaan serta perlombongan dan pengkuarian.

Takrifan bagi sektor pembuatan serta sektor perkhidmatan dan sektor lain ini juga dibezakan berdasarkan jumlah jualan tahunan dan bilangan pekerja sepenuh masa (SME Corp Malaysia, 2020a). Hal ini dapat dilihat melalui takrifan bagi sektor pembuatan yang dijelaskan sebagai firma yang memperoleh jualan tahunan tidak melebihi RM50 juta atau bilangan pekerja sepenuh masa yang tidak lebih daripada 200 orang. Sementara itu, sektor perkhidmatan dan sektor lain pula didefinisikan sebagai firma yang memperoleh jualan tahunan yang tidak melebihi RM20 juta atau bilangan pekerja sepenuh masa yang tidak lebih daripada 75 orang. Namun begitu, kesan daripada COVID-19 yang telah menghambat dunia sejak penghujung tahun 2019 lalu bukan sahaja telah memberi impak yang cukup besar ke atas keseluruhan sistem dunia secepat seperti kesihatan, ekonomi, politik, sosial dan keagamaan, malah persekitaran perniagaan PKS di Malaysia juga telah berubah secara drastik akibat pandemik ini (Muhammad Farhan, Ishak & Azmi, 2021).

Sejak Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) fasa pertama diumumkan pada 18 Mac 2020, prospek ekonomi Malaysia telah mengalami kemerosotan secara mendadak. Malah perintah tersebut juga mengakibatkan penguncupan aktiviti ekonomi PKS hingga akhirnya mengakibatkan usahawan berdepan dengan masalah kewangan, gangguan drastik rantaian bekalan, penghentian sementara operasi, kekurangan guna tenaga dan penurunan pendapatan. Hal ini seiring dengan kenyataan Muhammad Farhan, Ishak dan Azmi (2021) yang telah menjelaskan industri PKS negara berhadapan dengan masalah kewangan sepanjang tempoh PKP dilaksanakan. Lebih membimbangkan, sekiranya senario ini diteruskan lagi, usahawan PKS pastinya berkemungkinan besar terpaksa gulung tikar akibat masalah kekurangan sumber, peningkatan kadar pengangguran dan masalah keberhutangan yang serius. Hal ini bertepatan dengan hasil dapatan kajian SME Corporation Malaysia (2020b) yang mendapati 81 peratus usahawan PKS hanya mampu bertahan kurang dari 3 bulan manakala 1 peratus pula dapat kekal bertahan lebih dari setahun dalam meneruskan operasi.

Melihat kesan Pandemik COVID-19 ke atas industri PKS negara, pihak kerajaan menyediakan bantuan untuk menjamin kelangsungan operasi dan kewangan PKS dalam menghadapi ketidakpastian pasaran dalam tempoh kritikal tersebut. Bantuan dana menerusi Pakej Rangsangan Ekonomi PRIHATIN yang berjumlah RM250 bilion dan Pakej PRIHATIN PKS (Tambahan) sebanyak RM10 bilion yang telah diumumkan oleh Perdana Menteri Malaysia ketika itu, Tan Sri Muhyiddin Yassin, sedikit sebanyak telah melegakan kebimbangan usahawan PKS untuk memulihkan operasi perniagaan (Bernama, 2020).

Ironinya, pelaksanaan PKP negara telah mewujudkan gelombang baharu dalam dunia perniagaan. Kita dapat menyaksikan perubahan domino dari pelbagai sektor perusahaan PKS berskala sederhana, kecil dan mikro mula beralih untuk memasarkan produk dan perkhidmatan menerusi perniagaan digital (Berita Harian, 2020). Keadaan ini sekaligus meningkatkan lagi kesesakan pembelian secara atas talian hingga menyebabkan usahawan digital bertungkus lumus memenuhi setiap permintaan pelanggan yang kian bertambah dari masa ke semasa sepanjang tempoh pelaksanaan PKP tersebut. Meskipun begitu, situasi ini dilihat telah memberikan keuntungan yang berlipat ganda kepada usahawan PKS digital berbanding usahawan PKS yang masih lagi menggunakan kaedah konvensional.

Terma perniagaan elektronik atau e-Dagang telah digunakan secara meluas di peringkat global. Organisasi Perdagangan Dunia atau World Trade Organization (2019) telah mendefinisikan e-Dagang sebagai sebuah industri perdagangan yang meliputi bidang pengeluaran, pengedaran, pemasaran, penjualan, dan pengiriman barangan melalui kaedah elektronik. Sementara itu, di Malaysia, konsep e-Dagang telah didefinisikan oleh Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI) sebagai sebuah transaksi perniagaan elektronik, perdagangan atau perniagaan internet yang melibatkan urusan jual beli antara perniagaan ke perniagaan (B2B: *Business to Business*) dan perniagaan ke pelanggan (B2C: *Business to Consumer*) melalui internet atau rangkaian komputer awam mahupun persendirian (MITI, t.th). Selain itu, dalam bidang penyelidikan pula takrifan e-Dagang dilihat lebih kompleks. Nanekhan (2013) telah mentakrifkan e-Dagang sebagai sebuah interaksi antara sistem komunikasi, sistem pengurusan data dan keselamatan yang melibatkan pertukaran maklumat secara komersial khususnya mengenai produk jualan mahupun

perkhidmatan. Meskipun terma bagi e-Dagang adalah berbeza-beza namun takrifan yang diklasifikasikan tersebut masih lagi memiliki penjelasan yang sama.

Justeru itu, melihat kepada keperluan semasa, usahawan PKS konvensional perlulah merebut peluang tersebut dengan beralih kepada sebuah kaedah jualan yang lebih proaktif seperti perniagaan elektronik (e-Dagang) agar tidak ketinggalan jauh di belakang, selain dapat kekal bertahan dalam ketidakpastian pasaran pada ketika ini. Sudah tentu pengaplikasian platform e-Dagang ke dalam rutin perniagaan menjanjikan pelbagai kelebihan yang mampu menjimatkan kos operasi, pemasaran, masa, logistik dan sebagainya (Haizum Ruzanna, Maizatul Haizan & Wan Amizah, 2021). Oleh kerana itu peralihan usahawan PKS kepada e-Dagang telah menjadi agenda utama negara apatah lagi industri ini merupakan penyumbang terpenting kepada pertumbuhan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) dan percambahan peluang pekerjaan negara.

Oleh kerana corak pertumbuhan perusahaan PKS dilihat kian berkembang di seluruh negara, ramai dalam kalangan penyelidik begitu tertarik untuk melakukan kajian terhadap prestasi PKS. Kajian lepas telah banyak memfokuskan tingkah laku pembelian menerusi platform e-Dagang dalam kalangan pengguna sahaja berbanding meneroka tingkah laku penjualan oleh pengeluar produk dan perkhidmatan PKS. Sebagai contoh, Farhan, Shamsul Azahari dan Ahmad Hariza (2016) telah membuat penelitian ke atas tingkah laku pembelian secara dalam talian dalam kalangan pengguna yang berumur 17 hingga 68 tahun di Seri Kembangan. Selain itu, Mazzini, Rohani dan Salwana (2016) turut meneliti tingkah laku pembelian secara dalam talian dalam kalangan Generasi Y di Malaysia. Kajian tingkah laku pembelian juga ditinjau dari perspektif golongan mahasiswa di mana Farah, Ahmad, Muqarrab, Turi dan Bashir (2018) telah mengkaji gelagat pembelian 100 orang pelajar *Malaysia University of Science and Technology* (MUST) yang menggunakan aplikasi e-Dagang. Melihat kepada kajian lepas yang lebih tertumpu kepada penelitian tingkah laku pembelian tersebut, terbukti adanya lompang dan keperluan untuk meneliti tingkah laku penjualan dan faktor penentu yang mendorong kepada pengaplikasian e-Dagang dalam kalangan usahawan PKS.

Bagi mengukur tingkah laku penerimaan inovasi baharu seperti e-Dagang, faktor sikap, norma subjektif dan persepsi kawalan tingkah laku merupakan antara faktor penentu yang dianggap relevan dalam mempengaruhi keputusan inovasi usahawan PKS. Bagaimanapun, dalam keadaan ekonomi yang tidak menentu akibat pandemik COVID-19, norma subjektif dilihat sebagai sebuah faktor yang lebih berpengaruh dalam mengubah perilaku usahawan PKS untuk beralih daripada perniagaan konvensional kepada digital. Ketika musim pandemik, kita dapat menyaksikan pelaksanaan PKP telah menjadikan penggunaan aplikasi perniagaan secara dalam talian sebagai keperluan dan bukan lagi pilihan bagi usahawan PKS. Kebiasaan baharu tersebut telah memaksa usahawan konvensional beralih kepada ekosistem e-Dagang seterusnya memaksimumkan penggunaan teknologi tersebut demi meneruskan kelangsungan pada masa hadapan (Mohd Azraai, 2020). Tambahan pula, motivasi daripada kumpulan rujukan usahawan PKS seperti menerusi komunikasi interpersonal, media massa, media sosial, pakar industri serta agen pasaran juga dilihat berhasil mempengaruhi norma subjektif seterusnya niat dan tingkah laku usahawan untuk mengaplikasikan e-Dagang dalam rutin perniagaan mereka. Hal ini adalah bertepatan dengan kajian Inés, Desiderio dan

Francisco (2020) yang mendapati norma subjektif mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap niat tingkah laku usahawan ketika pandemik COVID-19.

Justeru itu, mengenal pasti pengaruh norma subjektif dalam membentuk keputusan tingkah laku usahawan PKS untuk menerima e-Dagang harus diteliti. Dalam mencapai tujuan penyelidikan ini, satu instrumen norma subjektif yang memiliki ciri-ciri psikometrik yang berkualiti tinggi harus dibangunkan. Antara aspek penting yang diambil kira oleh pengkaji dalam tujuan pembinaan instrumen ini adalah merangkumi aspek kesahan kandungan, kesahan konstruk, kebolehpercayaan item serta kesesuaian skala. Hal ini adalah untuk memastikan agar hasil kajian kelak dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor yang mempengaruhi norma subjektif usahawan PKS.

#### SOROTAN LITERATUR

Penerimaan sesebuah teknologi baharu seperti e-Dagang dipengaruhi oleh perilaku manusia. Keputusan sama ada menerima ataupun menolak sesuatu tingkah laku adalah bergantung kepada penilaian positif atau negatif individu terhadap pembaharuan tersebut. Kajian daripada Maizatul Haizan, Mohammed Zin dan Wan Idros (2011), Ohme (2014) dan Mohd Syuhaidi dan Rosmiza (2014) juga banyak mengaitkan penerimaan inovasi dengan niat dan tingkah laku. Penelitian mengenai tingkah laku manusia terutamanya dalam menerima inovasi baharu ini merupakan cabang penting dalam penyelidikan media, komunikasi dan penerimaan teknologi. Menerusi penelitian tersebut, individu yang memiliki penilaian positif pastinya mempunyai keinginan yang tinggi dan sekaligus terdorong untuk melaksanakan perilaku menerima teknologi baharu.

Ajzen (1991) menerusi Teori Tingkah Laku Terancang telah mengetengahkan tiga faktor penentu utama yang berupaya mendorong niat seterusnya tingkah laku sebenar seseorang individu. Tiga faktor penentu tersebut adalah merangkumi sikap, norma subjektif dan kawalan tingkah laku. Takrifan sikap adalah penilaian daripada individu sama ada suka atau tidak suka terhadap tingkah laku yang akan dilakukan. Sementara itu, norma subjektif pula merujuk kepada keyakinan individu terhadap persekitaran sosialnya. Persepsi kawalan tingkah laku pula adalah sejauh mana seseorang individu mampu mengawal perilaku dalam menyokong minat dan keinginan untuk melaksanakan sesuatu tingkah laku (Abdul Ghafarmansor, Syedzulkarnain & Amani Ali, 2018). Dalam erti kata lain persepsi kawalan tingkah laku juga adalah berkaitan dengan keyakinan diri dan kecukupan sumber yang mampu menggalakan budaya penerimaan teknologi baharu.

Meskipun begitu, dalam konteks kajian ini, pengkaji hanya akan memfokuskan kepada konstruk norma subjektif memandangkan konstruk ini dilihat lebih dekat dengan usahawan PKS khususnya dalam menjadi pendorong kepada peralihan modus operandi perniagaan digital. Norma subjektif juga menjurus kepada persepsi tentang sejauh tekanan sosial yang diterima daripada media dan komunikasi di persekitaran berperanan dalam mewujudkan suatu norma yang mampu mempengaruhi niat tingkah laku seseorang untuk menerima sesuatu perkara baharu. Hal ini bertepatan dengan kenyataan Ajzen (1991) yang menerangkan norma subjektif sebagai tanggapan terhadap tekanan sosial yang diterima daripada persekitaran hingga mempengaruhi kepercayaan normatif seterusnya niat dan tingkah laku untuk menerima atau sebaliknya. Penelitian ke atas sistem sosial ini adalah antara sumber pengetahuan serta menjadi asas kepada pembentukan tingkah laku yang

penting untuk diketengahkan dalam bidang media, komunikasi dan penerimaan teknologi baharu. Tambahan pula, dalam mendepani cabaran COVID-19 masa kini, persekitaran sosial dilihat sebagai faktor penting dan berkesan dalam mempengaruhi keputusan tingkah laku usahawan PKS untuk mengaplikasi e-Dagang dalam operasi harian perniagaan.

### *Norma Subjektif*

Umumnya, norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi orang lain terhadap pekerjaan yang ingin dilaksanakan (Ajzen, 1991). Norma subjektif juga adalah berasaskan kepada dua komponen utama iaitu kepercayaan normatif (*normative beliefs*) dan motivasi untuk mematuhi (*motivation to comply*) (Fishbein & Ajzen, 1975). Kepercayaan normatif adalah berkait rapat dengan persepsi dan keyakinan orang lain terhadap seseorang individu sama ada mampu menampilkan tingkah laku yang positif atau sebaliknya. Pendapat pakar atau orang yang dianggap penting dan berpengaruh juga mampu membentuk keyakinan seterusnya mempengaruhi individu tersebut untuk melaksanakan sesuatu tingkah laku. Cadangan yang diperoleh daripada kumpulan rujukan inilah yang akan membantu seseorang individu untuk menganalisis dan membuat keputusan terhadap perilaku yang perlu dilaksanakan. Dengan demikian, apabila cadangan yang diterima daripada persekitaran normatif adalah bersifat positif dan mendorong ke arah penerimaan sesebuah teknologi baharu, maka hal ini sekaligus akan mempercepatkan lagi proses pelaksanaan tingkah laku tersebut. Dalam pada itu, motivasi untuk mematuhi pula adalah merujuk kepada sejauh mana seseorang individu berusaha untuk memenuhi harapan tersebut (Fishbein & Ajzen, 1975). Kekuatan motivasi individu untuk patuh kepada orang yang menjadi sumber rujukannya sekaligus mampu membentuk semangat dan tekad individu tersebut untuk melakukan sesuatu perilaku pada satu-satu masa.

Menerusi huraian tersebut jelas bahawa keputusan tingkah laku yang dipilih oleh individu tersebut adalah bergantung kepada pertimbangan sendiri dan pertimbangan atau penilaian individu lain yang dianggap penting. Walaupun demikian, terdapat juga keadaan di mana keputusan yang dipilih oleh individu tersebut gagal untuk dilaksanakan. Keadaan ini berlaku apabila penilaian daripada orang penting di sekitarnya tidak menyokong dan menolak kepada pelaksanaan perilaku tersebut meskipun penilaian peribadi berpendapat perilaku tersebut memberi keuntungan kepada dirinya. Hal ini membuktikan kepentingan pengaruh norma subjektif dalam menentukan keputusan perilaku seseorang individu.

Menariknya, pembinaan norma subjektif juga telah diuji kekuatannya menerusi pembinaan Teori Tingkah Laku Terancang. Menerusi penelitian kajian lepas, pengaruh norma subjektif ke atas niat dan tingkah laku telah dilaporkan dalam pelbagai bidang penyelidikan. Sebagai contoh, pengaruh norma subjektif telah ditemui dalam penelitian penerimaan e-servis (Maizatul Haizan, Mohammed Zin Nordin & Wan Idros, 2011; Ohme, 2014), persekitaran industri PKS (Saeedi, Sharifuddin & Seng, 2020) dan sebagainya.

Dalam konteks PKS, usahawan yang ingin mendapatkan maklumat mengenai inovasi e-Dagang pasti akan merujuk kepada kumpulan rujukan yang dianggap penting dalam mempengaruhi keputusan tingkah lakunya. Apabila kumpulan rujukan ini memberikan sokongan seperti penilaian, cadangan mahupun motivasi yang bersifat positif terhadap agenda pembaharuan, hal ini sekaligus menguatkan lagi hasrat individu tersebut untuk melaksanakan tindakannya. Individu yang dijadikan kumpulan rujukan lazimnya terdiri

daripada kelompok yang sangat hampir dengan usahawan PKS, mempunyai kepakaran yang tinggi serta berkebolehan dalam memberi maklumat dan penilaian secara langsung atau tidak langsung. Antara contoh kumpulan rujukan yang mendasari keputusan tingkah laku usahawan PKS adalah seperti ibu bapa, pasangan, rakan sekerja, majikan, pakar industri dan sebagainya. Sokongan pendapat yang diperoleh daripada kelompok ini akan membentuk keinginan seterusnya tingkah laku usahawan untuk menerima e-Dagang. Berdasarkan dapatan kajian Saeedi, Sharifuddin dan Seng (2020) yang telah membuat penelitian ke atas 114 usahawan PKS di Malaysia, didapati norma subjektif mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan niat usahawan PKS perusahaan tenusu untuk menggunakan Industri Teknologi 4.0. Sekiranya norma subjektif memberi pengaruh yang kuat ke atas niat dan tingkah laku usahawan PKS, ini bererti kelompok rujukan ini telah berjaya memainkan peranan sebagai penentu keputusan perilaku inovasi.

Meskipun begitu, terdapat juga keadaan di mana seseorang usahawan PKS bertindak untuk mengaplikasikan e-Dagang sejurus selepas menerima penilaian daripada kumpulan rujukan dengan kadar segera tanpa mengambil peduli penilaian dirinya sendiri. Keadaan ini berlaku disebabkan keinginan usahawan tersebut yang berusaha melengkapkan kehendak orang lain yang dianggap penting oleh dirinya. Penjelasan ini bertepatan dengan kenyataan Davis (1989) serta Beldad dan Hegner (2018) yang menjelaskan individu menggunakan teknologi tersebut disebabkan ingin memenuhi pendapat orang lain tanpa mengutamakan perasaan dan kepercayaan sendiri.

Lazimnya dalam persekitaran penggunaan secara sukarela, seseorang individu akan mengabaikan keperluan untuk mendapatkan penilaian daripada kumpulan rujukannya. Hal ini adalah disebabkan individu tersebut telah memiliki pengalaman yang mencukupi atau mungkin juga dirinya tidak berminat untuk melaksanakan tingkah laku menerima pembaharuan tersebut. Justeru itu, hal ini mengakibatkan norma subjektif memberi pengaruh yang sangat terhad dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan ke atas niat seterusnya tingkah laku usahawan PKS apabila berada dalam situasi persekitaran sukarela.

Melihat kepada kesan pandemik COVID-19 ke atas rangkaian ekonomi dan aktiviti industri PKS negara, majoriti daripada pakar dan pengamal industri mencadangkan agar usahawan PKS menilai semula model perniagaan mereka agar seiring dengan situasi semasa (Berita Harian, 2021). Malah, dalam tempoh pelaksanaan PKP juga, kita dapat melihat sejauh mana industri PKS terpaksa melaksanakan tingkah laku secara mandatori untuk beralih kepada kaedah pendigitalan bagi menampung kelangsungan perniagaan. Melalui persekitaran mandatori, usahawan PKS konvensional berusaha untuk mendapatkan penilaian dan sokongan sama ada dalam bentuk motivasi, sumber maklumat mahupun bantuan teknikal daripada kumpulan rujukan yang mempunyai pengalaman dalam pengoperasian platform e-Dagang. Keadaan ini secara tidak langsung telah membentuk proses keputusan tingkah laku yang positif untuk menerima e-Dagang dalam kalangan usahawan PKS.

Oliver dan Bearden (1985) telah mencadangkan supaya kepercayaan normatif dipecahkan kepada kumpulan yang relevan. Hal ini adalah kerana adanya perbezaan dari segi penilaian oleh setiap kelompok rujukan. Justeru itu pada tahun 1995, Taylor dan Todd telah memecahkan kepercayaan normatif kepada tiga kumpulan rujukan menerusi Model Pemecahan Teori Tingkah Laku Terancang yang merangkumi rakan (*peers*), ketua (*superior*) dan bawahan (*subordinat*). Bagaimanapun pemecahan yang dikemukakan oleh Taylor dan

Todd (1995) tersebut dilihat masih lagi tidak menyeluruh dan memiliki keterbatasan memandangkan lebih terarah kepada penilaian daripada individu tertentu sahaja selain tidak menjelaskan perspektif pengaruh media konvensional dan media baharu.

Oleh kerana wujudnya keterbatasan dari segi klasifikasi komponen konstruk norma subjektif kepada kumpulan rujukan yang lebih relevan dan sesuai dengan perkembangan semasa, maka menjadi keperluan bagi kajian ini untuk membina dimensi dan item baharu yang lebih komprehensif bagi menganalisis fenomena ini. Bagi mengenal pasti komponen norma subjektif usahawan PKS terhadap penerimaan e-Dagang, satu instrumen yang mempunyai ciri psikometrik yang mampan dengan aspek kesahan dan kebolehpercayaan yang baik diperlukan.

Oleh yang demikian, adalah diharapkan agar hasil kajian ini akan dapat menyumbang kepada bidang ilmiah khususnya dalam penyelidikan media dan komunikasi yang meneroka pengaruh faktor penentu norma subjektif ke atas tingkah laku penerimaan e-Dagang oleh golongan usahawan PKS. Pada masa yang sama, menerusi pengujian darjah kesahan dan kebolehpercayaan ini juga, pengukuran bagi kekuatan pengaruh persekitaran sosial seperti pengaruh media konvensional, media baharu, pendapat pakar dan orang yang penting bagi usahawan PKS akan membolehkan instrumen ini digunakan oleh pemain industri PKS, pemegang taruh mahupun pihak kerajaan untuk melakukan penilaian ke atas perilaku usahawan PKS pada masa akan datang.

#### METODOLOGI

Kajian ini adalah berbentuk tinjauan dengan pendekatan positivisme. Bagi mendapatkan data empirik, kaedah pemilihan responden telah dilaksanakan menerusi teknik persampelan rawak mudah yang dipilih daripada senarai populasi kajian yang merangkumi 200 perusahaan PKS di Nilai dan Seremban, Negeri Sembilan selain hanya menyasarkan kepada responden yang pernah menggunakan e-Dagang sahaja sebagai sampel kajian. Pengkaji memilih sampel ini memandangkan ingin mendapatkan jumlah sampel yang boleh mewakili populasi kajian. Dalam menentukan jumlah saiz sampel bagi sesebuah kajian, tidak ada suatu persetujuan universal yang boleh membuktikan secara kukuh tentang jumlah minimum sampel khususnya bagi tujuan analisis faktor penerokaan. Hal ini adalah kerana terdapat banyak cadangan, panduan dan peraturan praktikal yang telah disediakan oleh penyelidik lepas untuk mendapatkan jumlah sampel yang sesuai. Sebagai contohnya jika merujuk kepada panduan praktikal yang disediakan oleh Comrey dan Lee (1992), saiz sampel sebanyak 100 dianggap sebagai lemah, 200 pula sebagai jumlah yang memadai, seterusnya 300 pula dianggap lebih dari memadai, manakala 500 pula dijelaskan oleh penyelidik sebagai saiz sampel yang baik dan terakhir untuk saiz sampel yang melebihi 1000 pula dianggap sebagai sangat baik. Berbeza pula dengan peraturan praktikal Tabachnick dan Fidell (2007) yang menyatakan saiz sampel minima yang diperlukan untuk faktor penerokaan adalah sekurang-kurangnya sebanyak 300 sampel. Namun begitu, berdasarkan kepada Hair, Black, Babin dan Anderson (2010), bagi tujuan faktor penerokaan, minimum 100 sampel adalah diperlukan apabila instrumen mempunyai kurang daripada lima konstruk dan setiap konstraknya pula mempunyai lebih daripada tiga item. Oleh kerana jumlah sampel yang diperolehi bagi kajian ini adalah sebanyak 159 responden sahaja, namun saiz sampel tersebut dianggap telah mencukupi dan diterima memandangkan pengkaji hanya ingin melakukan kajian rintis bagi



mengesahkan tahap kebolehpercayaan instrumen sahaja. Justeru itu, seramai 159 responden yang terdiri daripada usahawan PKS di sekitar Nilai dan Seremban telah terlibat di dalam kajian rintis ini.

Seterusnya untuk pembinaan instrumen, pengkaji telah membina sejumlah 8 item yang mengandungi dua (2) konstruk iaitu pengaruh interpersonal (4 item) dan pengaruh luaran (4 item). Pengkaji telah mengadaptasi instrumen tersebut daripada Taylor dan Todd (1995) serta Bhattacharjee (2000), bagi menyesuaikan dalam konteks kajian tempatan. Secara asasnya pengaruh interpersonal adalah mengenai sokongan sosial daripada kumpulan rujukan yang dianggap penting dan rapat yang berupaya membentuk keyakinan seseorang untuk melaksanakan tingkah laku. Menurut Maryam dan Intan (2019), individu daripada kumpulan ini adalah terdiri daripada ibu bapa, pasangan dan rakan. Manakala pengaruh luaran pula lebih tertumpu kepada elemen yang bersifat luaran seperti media massa dan akhbar. Justeru itu, pengkaji memilih instrumen tersebut memandangkan ia adalah relevan dan paling kerap digunakan untuk mengukur norma subjektif individu. Skala interval 1 (sangat tidak bersetuju) hingga 9 (sangat bersetuju) juga telah digunakan bagi mendapatkan maklum balas responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan.

Bagi menentukan kesahan konstruk instrumen dalam kajian ini, pengkaji telah menjalankan analisis faktor penerokaan (EFA) menerusi Analisis Komponen Prinsipal dan putaran varimax. Tujuan analisis ini dijalankan adalah untuk mengenal pasti komponen yang wujud di dalam instrumen ini. Indeks pengukuran bagi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) telah diperiksa bagi menentukan kesesuaian data serta menentukan sama ada analisis faktor boleh diteruskan atau sebaliknya. Nilai KMO yang menghampiri 1.0 dianggap nilai yang baik memandangkan ia dapat menghasilkan faktor yang dipercayai dan mempunyai perbezaan di antara satu sama lain (Tabachnik & Fidel, 2007). Pengkaji juga turut menyemak keputusan *Bartlett Test of Sphericity* sama ada ia adalah signifikan atau tidak selain mengesahkan hubungan di antara pemboleh ubah. Bagi ujian *Bartlett's Test of Sphericity* tersebut, nilai signifikan yang diperlukan adalah  $P < 0.05$ .

Seterusnya, dalam menentukan bilangan faktor yang terekstrak daripada analisis faktor penerokaan, pengkaji turut meneliti nilai Kaiser-Guttman (nilai eigen  $> 1$ ) dan plot skri. Kesemua kaedah yang digunakan ini dianggap tepat dalam menentukan bilangan faktor yang telah terekstrak.

Penentuan saiz bagi pemberat faktor yang bersesuaian juga diperlukan untuk menghasilkan analisis faktor pengukuran terbaik khususnya dalam menyokong teori yang mendasari kajian norma subjektif usahawan PKS ini. Menurut Hair et al. (2010), bagi item yang mempunyai kriteria seperti memberat kepada dua atau lebih faktor, nilai pemberat faktor berada di bawah saiz signifikan yang ditetapkan dan nilai komunaliti yang rendah, maka ia perlulah melalui proses penilaian semula iaitu sama ada ingin mengekalkan atau menggugurkan sahaja item daripada instrumen yang dibina. Pada masa yang sama, pemilihan saiz muatan yang signifikan juga adalah penting di mana secara praktikalnya adalah dari nilai 0.5 hingga 0.7 seperti yang disarankan oleh Hair et al. (2010). Justeru itu, bagi kajian ini pengkaji akan menggunakan saiz nilai muatan 0.6 memandangkan ia dapat menghasilkan nilai yang signifikan.

Kajian ini kemudiannya meneliti nilai kesahan konstruk dan kebolehpercayaan instrumen bagi norma subjektif. Proses pengukuran kesahan dan kebolehpercayaan instrumen ini penting untuk dijalankan sebelum digunakan dalam kajian sebenar memandangkan ia dapat menjamin kualiti data yang diperoleh kelak. Selain itu, proses analisis ini juga dapat memastikan data yang diperoleh dalam kajian sebenar adalah tepat dan mampu menjawab setiap persoalan kajian yang telah ditetapkan di awal kajian. Indeks ketekalan dalaman Cronbach Alpha bagi setiap item dianalisis untuk menentukan tahap kebolehpercayaan instrumen. Kebiasaannya skor nilai Cronbach Alpha yang boleh diterima adalah melebihi 0.70. Bagi item yang mempunyai nilai skor di bawah 0.60 pula dianggap perlulah dibaiki atau dipertimbangkan untuk digugurkan. Hal ini bertepatan dengan kenyataan Hair et al. (2010) yang menyatakan nilai Cronbach Alpha melebihi 0.60 memberikan ukuran ketekalan dalaman yang boleh dipercayai, sedangkan skor 0.70 pula akan membuktikan bahawa instrumen tersebut mempunyai tahap kebolehpercayaan yang tinggi.

#### DAPATAN DAN PERBINCANGAN

Berdasarkan Jadual 1, dapat dilihat bahawa pengukuran Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) telah memberikan nilai 0.851 di mana lebih besar daripada nilai yang disyorkan iaitu 0.60. Sementara itu, bagi keputusan *Bartlett's Test of Sphericity*, nilai yang diperoleh adalah signifikan iaitu  $\chi^2_{(28)} = 1064.628$ ,  $p < 0.05$ . Ini bererti kekuatan matriks korelasi adalah tercapai (Bahtiar, Ahmed Rageh & Rosmiza, 2017). Dalam erti kata lain, dapatan ini juga menunjukkan bahawa setiap item yang diteroka menerusi analisis faktor penerokaan ini memiliki kekuatan inter-korelasi yang baik di antara satu sama lain (Mohd Sufiean, Maizatul Haizan & Siti Nurshahidah, 2020). Justeru itu, dapat disimpulkan bahawa wujudnya hubungan kebolehfaktor di antara setiap pemboleh ubah yang diuji di dalam kajian ini.

Jadual 1: Nilai pengukuran Kaiser-Meyer-Olkin dan ujian Sphericity Bartlett

<b>Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy</b>		<b>0.851</b>
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1064.628
	df	28
	Sig.	.000

Seterusnya, bagi menentukan bilangan pengestrakan faktor dalam kajian ini, pengkaji telah menggunakan kaedah kriteria Kaiser-Guttman dan pemeriksaan plot skri. Kaedah yang dipilih ini dianggap berupaya mendapatkan pengestrakan faktor yang lebih tepat. Bagi keputusan kriteria Kaiser-Guttman dengan nilai eigen melebihi 1.0, pengkaji telah memperoleh dua faktor penyelesaian di mana faktor pertama menerangkan 49.943 peratus varians dan faktor kedua pula menunjukkan 32.038 peratus varians. Justeru itu, daripada keputusan tersebut didapati kedua-dua faktor menyumbang sebanyak 81.981 peratus daripada jumlah varians konstruk norma subjektif dalam analisis ini. Jumlah varians yang diperoleh oleh pengkaji menerusi kajian ini juga telah melebihi tahap 60 peratus seperti yang telah ditetapkan oleh Hair et al. (2010) dan Ayu Suriawati et al. (2019) bagi kajian dalam bidang sains sosial.

Bagi menilai kesempurnaan struktur faktor yang terhasil melalui analisis faktor penerokaan, pengkaji telah menggunakan saiz pemberat faktor 0.6. Pemilihan saiz pemberat faktor tersebut adalah bertujuan untuk mengekalkan suatu item yang terhasil daripada suatu

faktor. Menerusi saiz pemberat faktor 0.6 yang telah digunakan, tidak terdapat sebarang item yang bertindan dan memberat pada dua atau lebih faktor. Hal ini dapat diperhatikan menerusi keputusan yang dipaparkan dalam Jadual 2 di bawah. Saiz minimum yang dipilih telah menghasilkan faktor penyelesaian yang sempurna secara empirik serta menyokong teori yang mendasari kajian. Dapat disimpulkan di sini bahawa pemilihan saiz pemberat faktor 0.6 adalah tepat untuk kajian ini. Oleh yang demikian, pengkaji telah menamakan faktor pertama sebagai Pengaruh Luaran dan faktor kedua pula sebagai Pengaruh Interpersonal. Faktor pertama iaitu Pengaruh Luaran telah menghasilkan keputusan nilai komunaliti yang baik iaitu nilai dalam julat 0.680 (item B45) hingga 0.902 (item B47). Sementara itu, faktor kedua (Pengaruh Interpersonal) pula menghasilkan nilai komunaliti dalam julat 0.746 (item B42) hingga 0.856 (item B43). Keputusan analisis faktor penerokaan bagi konstruk norma subjektif dengan nilai pemberat, nilai komunaliti dan sumbangan varians bagi setiap faktor ditunjukkan dalam Jadual 2.

Jadual 2: Analisis faktor penerokaan dengan teknik analisis prinsipal dan putaran varimak

Item	Komponen		Komunaliti
	1	2	
B47. Media massa dan iklan secara konsisten menyarankan saya menggunakan e-Dagang.	0.948		0.902
B44. Saya telah membaca laporan berita bahawa menggunakan e-Dagang merupakan cara yang baik untuk berurusan dengan pelanggan.	0.936		0.886
B46. Laporan media massa mencadangkan saya menggunakan e-Dagang.	0.933		0.877
B45. Pakar memaparkan kebaikan menggunakan e-Dagang.	0.810		0.680
B43. Saya akan menggunakan e-Dagang jika orang yang saya kenali telah menggunakannya.		0.924	0.856
B40. Orang yang dikenali menyarankan saya menggunakan e-Dagang.		0.890	0.824
B41. Orang yang dikenali memaklumkan bahawa menggunakan e-Dagang adalah idea yang baik.		0.877	0.787
B42. Orang yang dikenali mempengaruhi saya untuk mencuba e-Dagang bagi menguruskan perniagaan.		0.862	0.746
Nilai eigen	3.995	2.563	
% varians	49.943	32.038	
% kumulatif	49.943	81.981	

Menerusi penelitian pengkaji ke atas plot skri dalam Rajah 1, didapati graf telah menghasilkan dua faktor penyelesaian bagi kajian ini. Graf juga dilihat menjadi landai pada faktor ketiga dan seterusnya. Oleh itu, hanya dua faktor sahaja yang akan dikekalkan oleh pengkaji.



Rajah 1: Plot skri

Setelah melakukan analisis faktor penerokaan, pengkaji seterusnya menguji darjah kesahan instrumen menerusi analisis ketekalan dalaman. Analisis kebolehpercayaan dilakukan bagi mengetahui sejauh mana tahap kebolehpercayaan data yang diperoleh di dalam kajian ini. Secara keseluruhannya, nilai Cronbach Alpha bagi kelapan-lapan item dalam instrumen ini adalah baik iaitu 0.854. Skor yang diperoleh ini boleh diterima dalam kajian ini memandangkan ia telah melebihi daripada tahap nilai pekali kebolehpercayaan 0.70 yang telah ditetapkan oleh Hair et al. (2010). Selain itu, nilai pekali kebolehpercayaan bagi kedua-dua faktor yang terhasil juga menunjukkan keputusan yang baik dan melebihi tahap 0.70 yang telah ditetapkan. Berdasarkan kepada Jadual 3 di bawah, faktor Pengaruh Interpersonal telah memperoleh skor 0.916 manakala faktor Pengaruh Luaran pula memperoleh skor 0.927. Hal ini bererti nilai Cronbach Alpha tertinggi telah dicatatkan oleh Pengaruh Luaran diikuti oleh Pengaruh Interpersonal.

Sementara itu, dalam mendapatkan julat nilai korelasi di antara item, pengkaji telah menggunakan nilai korelasi 0.3 seperti yang dicadangkan oleh Tabachnick dan Fidell (2007) untuk menentukan nilai kesahan item bagi konstruk Pengaruh Interpersonal dan Pengaruh Luaran. Berdasarkan Jadual 3, julat nilai korelasi antara item bagi konstruk Pengaruh Interpersonal telah menunjukkan keputusan yang positif dan melebihi nilai korelasi yang ditetapkan di mana sekitar 0.758 hingga 0.854. Manakala konstruk Pengaruh Luaran juga memperoleh julat nilai korelasi antara item yang positif serta melebihi 0.3 iaitu dengan julat sekitar 0.714 hingga 0.892. Justeru itu, hasil tersebut membuktikan bahawa kesemua item untuk setiap konstruk telah berhasil mengukur aspek yang dikaji.

Jadual 3: Nilai Pekali Cronbach Alfa dan julat nilai korelasi antara item bagi konstruk Pengaruh Interpersonal dan Pengaruh Luaran

Konstruk	Nilai Cronbach Alfa	Julat Nilai Korelasi Antara Item
Pengaruh Interpersonal	0.916	0.758 – 0.854
Pengaruh Luaran	0.927	0.714 – 0.892

## KESIMPULAN

Keyakinan normatif dan motivasi usahawan PKS untuk melaksanakan tingkah laku penerimaan e-Dagang adalah bergantung kepada kekuatan pengaruh luaran dan pengaruh interpersonal di sekelilingnya. Apabila pengaruh kedua-dua faktor ini kuat, ini akan mendorong kepada keputusan tingkah laku yang positif dalam kalangan usahawan PKS. Bukan itu sahaja, kesan daripada pandemik COVID-19 dan pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) juga telah mewujudkan sebuah persekitaran mandatori dalam industri PKS. Hal ini adalah kerana usahawan PKS terpaksa melaksanakan tingkah laku secara mandatori untuk mengaplikasikan sepenuhnya kaedah perniagaan elektronik bagi memastikan kelangsungan perniagaan mereka. Krisis tersebut juga telah memperlihatkan betapa kuatnya peranan media baharu, media konvensional dan sokongan interpersonal dalam mempengaruhi tingkah laku usahawan PKS untuk beralih kepada platform digital. Hal ini secara tidak langsung telah memberi pengaruh yang signifikan dan positif kepada norma subjektif seterusnya ke atas niat dan tingkah laku usahawan PKS untuk menerima e-Dagang. Oleh yang demikian, kajian ini membincangkan mengenai pemeriksaan ciri-ciri psikometrik instrumen bagi meneliti konstruk norma subjektif usahawan PKS khususnya dalam pembentukan tingkah laku penerimaan e-Dagang. Menerusi dapatan analisis faktor penerokaan yang telah dijalankan, pemboleh ubah daripada instrumen ini berhasil mengekstrak dua faktor bagi norma subjektif. Faktor pertama yang terhasil adalah Pengaruh Luaran manakala faktor kedua pula adalah Pengaruh Interpersonal.

Pada masa yang sama, dapatan pengkaji terhadap penerokaan kesempurnaan struktur faktor yang terhasil juga menunjukkan tidak terdapat sebarang item yang memberat pada dua atau lebih faktor. Malah nilai pemberat faktor yang terhasil juga dilihat melebihi daripada saiz pemberat faktor yang telah ditetapkan. Justeru itu, kesemua item di dalam instrumen ini masih dikekalkan dan tidak perlu melalui proses pengguguran item. Berdasarkan analisis tersebut, ia membuktikan bahawa instrumen ini telah berjaya menghasilkan faktor penyelesaian yang sempurna secara empirik dan menyokong kepada teori yang telah mendasari kajian ini. Sementara itu, dapatan bagi nilai pekali Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) yang tinggi bagi setiap faktor terpendam di dalam kajian ini juga telah membuktikan tahap kebolehpercayaan dalaman adalah tinggi dan melebihi tahap yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahawa instrumen yang dibina ini menepati aspek psikometrik yang berkualiti dalam mengukur pengaruh sosial.

Malah bukan itu sahaja, penggunaan instrumen ini juga berupaya membantu pengkaji untuk menguji faktor Pengaruh Luaran dan Pengaruh Interpersonal yang mempengaruhi norma subjektif usahawan PKS untuk mengaplikasikan e-Dagang akibat pandemik COVID-19 dan pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP). Pengujian kedua-dua faktor yang ditekankan dalam kajian ini berupaya menjelaskan keperluan terhadap penerokaan norma subjektif.

Dapatan kajian menunjukkan instrumen ini sesuai digunakan dalam konteks kajian tempatan khususnya dalam membantu penyelidik dari pelbagai bidang penyelidikan untuk menguji sejauh mana konstruk norma subjektif ini mampu membentuk perilaku usahawan PKS mahupun masyarakat secara umum untuk menerima inovasi baharu. Tambahan pula kajian ini dapat membantu memberi gambaran serta perspektif yang lebih jelas kepada pihak berkaitan serta pengamal industri khasnya untuk memahami senario keberkesanan peranan

komunikasi daripada persekitaran sosial seperti komunikasi interpersonal, media konvensional serta media baharu dalam membentuk tingkah laku positif usahawan PKS untuk menerima e-Dagang.

#### BIODATA

*Haizum Ruzanna Sahar* adalah pelajar Doktor Falsafah di Pusat Komunikasi dan Masyarakat Digital, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM). Email: haizumruzanna@gmail.com

*Maizatul Haizan Mahbob* merupakan Pensyarah Kanan di Pusat Komunikasi dan Masyarakat Digital, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM). Email: maiz@ukm.edu.my

*Wan Amizah Wan Mahmud* merupakan Profesor Madya di Pusat Komunikasi dan Masyarakat Digital, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM). Email: wan\_amizah@ukm.edu.my

#### RUJUKAN

- Abdul Ghafarmansor M. M. Mohamad, Syedzulkarnain Syed Idrus, & Amani Ali Elmetwely Ali Ibrahim. (2018). Model of behavioral attention towards using ICT in Universities in Libya. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(2), 89-104.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior in organizational behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ayu Suriawaty Bahkia, Zainudin Awang, Asyraf Afthanorhan, Puspa Liza Ghazali, & Hazimi Foziah. (2019). Exploratory factor analysis on occupational stress in context of Malaysian sewerage operations. *AIP Conference Proceedings*, 2138(1), 050006-1-050006-6.
- Bahtiar Mohamad, Ahmed Rageh Ismail, & Rosmiza Bidin. (2017). Corporate identity management and employee brand support: Enhancing marketisation in higher education sector. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33(3), 178-195.
- Beldad, A. D., & Hegner, S. M. (2018). Expanding the Technology Acceptance Model with the inclusion of trust, social influence, and health valuation to determine the predictors of German users' willingness to continue using a fitness app: A structural equation modeling approach. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(9), 882-893.
- Berita Harian*. (2020, September 8). PKS perlu beralih kepada e-dagang - KPDNHEP. <https://www.bharian.com.my/bisnes/usahawan/2020/09/729068/pks-perlu-beralih-kepada-e-dagang-kpdnhep>
- Berita Harian*. (2021, Februari 19). Nilai semula model perniagaan hadapi cabaran. <https://www.pressreader.com/malaysia/berita-harian-malaysia/20210219/281986085266092>
- Bernama*. (2020, April 6). PM umum pakej tambahan khusus PKS bernilai RM10 bilion. [https://bernama.com/bm/am/news\\_covid-19.php?id=1829099](https://bernama.com/bm/am/news_covid-19.php?id=1829099)
- Bhattacharjee, A. (2000). Acceptance of e-commerce services: The case of electronic brokerages. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics - Part A: Systems and Humans*, 30(4), 411-420.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Farah, G. A., Ahmad, M., Muqarrab, H., Turi, J. A., & Bashir, S. (2018). Online shopping behavior among university students: Case study of must university. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 5(4), 228-242.
- Farhan Mat Arisah, Shamsul Azahari Zainal Badari, & Ahmad Hariza Hashim. (2016). Amalan pembelian secara atas talian dan faktor-faktor mempengaruhi. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJ-SSH)*, 1(3), 111-123.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

- Haizum Ruzanna Sahar, Maizatul Haizan Mahbob & Wan Amizah Wan Mahmud. 2021. Pengaruh faktor penentu tingkah laku penerimaan e-Dagang dalam kalangan usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) di Malaysia. *e-Bangi*, 18(5), 195-211.
- Inés, R. R., Desiderio, G. T., & Francisco J. G. R. (2020). Social entrepreneurial intention and the impact of COVID-19 pandemic: A structural model. *Sustainability*, 12(17), 1-17.
- Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI). (t.th). Glossary, frequently used acronyms & terminologies. <https://www.miti.gov.my/index.php/glossary?w=E>
- Maizatul Haizan Mahbob, Mohammed Zin Nordin, & Wan Idros Wan Sulaiman. (2011). Inovasi perkhidmatan awam Malaysia melalui pelaksanaan e-Kerajaan: Satu kajian empirik tentang penerimaan e-Servis di Lembah Kelang. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 27(1), 18-33.
- Maryam Mohd Esa, & Intan Amirah Husna Mohd Nasiri. (2019). Faktor yang mempengaruhi kecenderungan pembeli terhadap pemilihan produk makanan halal PKS di Fazz Enterprise. *Jurnal Inovasi Perniagaan*, 4(1), 23-35.
- Mazzini Muda, Rohani Mohd, & Salwana Hassan. (2016). Online purchase behavior of generation Y in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 37, 292–298.
- Mohamad Azmi Abdullah, & Mohd Fauzi Hussin. (2021). Model niat Untuk berjaya dalam kalangan Perusahaan Kecil Sederhana Muslim: Tinjauan berdasarkan kepada pendekatan Teori Kelakuan Terancang (TPB). *International Journal of Islamic Business*, 6(1), 1-14.
- Mohd Azraai Kassim. (2020, Mei 21). PKP serlah potensi e-Dagang. *Bernama*. <https://www.bernama.com/bm/tintaminda/news.php?id=1843414>
- Mohd Sufiean Hassan, Maizatul Haizan Mahbob, & Siti Nurshahidah Sah Allam. (2020). Analisis psikometrik literasi media baharu dan pemantapan integriti penyertaan politik golongan muda. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(2), 143-166.
- Mohd Syuhaidi Abu Bakar, & Rosmiza Bidin. (2014). Technology acceptance and purchase intention towards movie mobile advertising among youth in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 558 – 567.
- Nanehkanan, Y. A. (2013). An introduction to electronic Commerce. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2(4), 190- 193.
- Ohme, J. (2014). The acceptance of mobile government from a citizens' perspective: Identifying perceived risks and perceived benefits. *Mobile Media & Communication*, 2(3), 298–317.
- Oliver, R. L., & Bearden, W. O. (1985). Crossover effects in the theory of reasoned action. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 324-340.
- Saeedi, S. A. W., Sharifuddin, J., & Seng, K. W. K. (2020). Intention on adoption of Industry 4.0 Technology among small and medium enterprises. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(2), 4472-4478.
- SME Corporation Malaysia. (2020a, September). Garis panduan definisi PKS. [https://www.smecorp.gov.my/images/pdf/2021/Garis\\_Panduan\\_DefinisiPKS\\_Dikemaskini\\_Sept2020\\_Akhir.pdf](https://www.smecorp.gov.my/images/pdf/2021/Garis_Panduan_DefinisiPKS_Dikemaskini_Sept2020_Akhir.pdf)



- SME Corporation Malaysia*. (2020b, Jun 30). Sebahagian besar PKS bermasalah jika PKP dipanjangkan. <http://www.smecorp.gov.my/index.php/my/news/4120-sebahagian-besar-pks-bermasalah-jika-pkp-dipanjangkan>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston: Allyn and Bacon.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A Test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144-176.
- World Trade Organization*. (2020, Jun 30). Electronic commerce gateway. [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/ecom\\_e/ecom\\_e.htm#top](https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/ecom_e.htm#top)