

**PENERIMAAN TEKNOLOGI: PENGARUH PERSEPSI
KEBERGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHGUNAAN KE
ATAS NIAT BERTINGKAH LAKU TERHADAP
E-DAGANG DI KALANGAN PENGURUSAN ATASAN IKS DI
SABAH**

FRANKY ANAK NAUL

UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

(2011)



KOLEJ PERNIAGAAN
(College of Business)
Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERTAS PROJEK
(Certification of Project Paper)

Saya, mengaku bertandatangan, memperakukan bahawa
(I, the undersigned, certified that)

FRANKY ANAK NAUL (808779)

Calon untuk Ijazah **SARJANA SAINS (PENGURUSAN)**
(Candidate for the degree of) **MASTER OF SCIENCE (MANAGEMENT)**

telah mengemukakan kertas projek yang bertajuk
(has presented his/her project paper of the following title)

PENERIMAAN TEKNOLOGI: PENGARUH PERSEPSI KEBERGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHGUNAAN KE ATAS NIAT BERTINGKAH LAKU TERHADAP E-DAGANG DI KALANGAN PENGURUSAN ATASAN IKS DI SABAH

seperti yang tercatat di muka surat dan kulit kertas projek
(as it appears on the title page and front cover of the project paper)

Bahawa kertas projek tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan.

(That the project paper acceptable in the form and content and that a satisfactory knowledge of the field is covered by the project paper).

Nama Penyelia UUM : **DR. RUSLAN BIN ROMLI**
(Name of Supervisor)

Tandatangan :
(Signature)

Nama Penyelia INTAN : **DR. ONG GUA PAK**
(Name of Supervisor)

Tandatangan :
(Signature)

Tarikh :
(Date)

NOVEMBER 2011

**PENERIMAAN TEKNOLOGI: PENGARUH PERSEPSI KEBERGUNAAN
DAN PERSEPSI KEMUDAHGUNAAN KE ATAS NIAT BERTINGKAH
LAKU TERHADAP E-DAGANG DI KALANGAN PENGURUSAN ATASAN
IKS DI SABAH**

Oleh:

**FRANKY ANAK NAUL
NOMBOR MATRIK : 808779**

**Kertas projek ini dikemukakan kepada
Kolej Perniagaan
Universiti Utara Malaysia
sebagai sebahagian daripada syarat pengijazahan
Sarjana Sains (Pengurusan)**

KEBENARAN MERUJUK KERTAS PROJEK

Kertas projek ini sebagai memenuhi sebahagian daripada syarat bagi memperolehi Sarjana Sains (Pengurusan) dari Universiti Utara Malaysia. Saya bersetuju membenarkan pihak perpustakaan Universiti Utara Malaysia menjadikan kertas projek ini sebagai rujukan. Saya juga bersetuju membenarkan sebarang bentuk salinan samaada secara keseluruhan atau sebahagian daripada kertas projek ini untuk tujuan akademik dengan mendapatkan kebenaran daripada penyelia saya atau daripada Dekan Kolej Perniagaan. Sebarang bentuk salinan atau penerbitan atau penggunaan kertas projek ini samaada secara keseluruhan atau sebahagian darinya bagi tujuan komersial **TIDAK DIBENARKAN** sama sekali tanpa kebenaran bertulis daripada penyelidik. Pernyataan rujukan kepada penyelidik dan Universiti Utara Malaysia perlu dinyatakan dalam penggunaan sebarang bentuk bahan-bahan yang terdapat di dalam kertas projek ini. Permohonan untuk mendapatkan kebenaran menyalin atau lain-lain kegunaan bahan-bahan dalam kertas projek ini secara keseluruhan atau sebahagiannya, boleh dibuat dengan menulis kepada:

Dekan

Kolej Perniagaan

Universiti Utara Malaysia

06010 Sintok, Kedah Darul Aman.

Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk menentukan penerimaan e-dagang di kalangan pengurusan atasan Industri Kecil dan Sederhana di Sabah dari persektif niat bertingkah laku untuk menggunakan e-dagang. E-dagang merujuk kepada proses penyediaan, pembelian dan penjualan maklumat, produk atau perkhidmatan dengan bantuan rangkaian komputer dan telekomunikasi yang menggunakan teknologi internet untuk tujuan komersial. Teori kajian ini diadaptasi daripada Model Penerimaan Teknologi (TAM) dengan memasukkan dua pembolehubah tidak bersandar dan satu pembolehubah bersandar. Pembolehubah tidak bersandar merangkumi persepsi kebergunaan dan persepsi kemudahan. Manakala pembolehubah bersandar ialah niat bertingkah laku untuk menggunakan e-dagang. Data diperolehi menggunakan instrumen soal selidik melibatkan 550 responden yang terdiri daripada pengurusan atasan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Sabah. Bagaimanapun, hanya 281 borang soal selidik yang diterima lengkap dan diambil kira untuk tujuan analisis. Kadar respon daripada responden ialah 51.1%. Analisis dilakukan menggunakan ujian deskriptif, korelasi, regresi dan regresi berganda. Ujian deskriptif adalah untuk mengetahui frekuensi dan peratusan profil responden. Ujian korelasi pula untuk menentukan hubungan di antara dua pembolehubah tidak bersandar iaitu persepsi kemudahan dan persepsi kebergunaan. Manakala ujian regresi berganda untuk mengetahui pengaruh di antara dua pembolehubah tidak bersandar dengan satu pembolehubah bersandar. Hasil daripada kajian menunjukkan 37.4 peratus responden mempunyai niat bertingkah laku untuk menggunakan e-dagang. Di samping itu, persepsi kemudahan mempunyai hubungan yang signifikan dengan persepsi kebergunaan. Hasil ujian regresi berganda menunjukkan persepsi kebergunaan dan persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif ke atas niat bertingkah laku menggunakan e-dagang. Hasil daripada dapatan kajian, beberapa perbincangan dan cadangan telah dikemukakan dalam kertas projek ini.

Abstract

This study aims to determine the acceptance of e-commerce among top management in Small and Medium Industries in Sabah from perspective behavioural intention to use e-commerce. E-commerce refers to the process of preparing, buying and selling information, products or services with the help of computer and telecommunications networks that use Internet technology for commercial purposes. The theory of this study was adapted from the Technology Acceptance Model (TAM) by inserting the two independent variables and one dependent variable. Independent variables include the perceived usefulness and perceived ease of use. While the dependent variable is the behavioural intention to use e-commerce. Data obtained using a questionnaire instrument involving 550 respondents consisting of senior management Small and Medium Industries (SMIs) in Sabah. However, only 281 received questionnaires completed and taken into account for analysis. Response rates were 51.1% of respondents. Analysis is performed using a descriptive test, correlation, regression and multiple regressions. Descriptive test is to determine the frequency and percentage of respondents profiles. Correlation test was to determine the relationship between two independent variables. While multiple regressions used to test the effect of the two independent variables on the dependent variable. Results of the study showed 37.4 percent of respondents have behavioural intention to use e-commerce. In addition, the perceived ease of use has significant relationship with the perception of usefulness. Multiple regression test results indicate that perceived usefulness and perceived ease of use have positive effect on behavioural intention to use e-commerce. Results of the study findings, several discussions and recommendations were put forward in this project paper.

PENGHARGAAN

Ucapan syukur dan terima kasih kepada Tuhan yang telah memberi kekuatan kepada saya untuk menyiapkan kertas projek ini.

Dengan kesempatan ini, saya ingin merakamkan ucapan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih kepada Dr. Ruslan Bin Romli dan Dr. Ong Gua Pak selaku penyelia dari Universiti Utara Malaysia (UUM) dan Institut Tadbiran Awam Negara (INTAN) yang telah banyak membantu dan memberi tunjuk ajar kepada saya untuk menyiapkan kertas projek ini. Ucapan terima kasih juga saya panjangkan kepada semua pensyarah Universiti Utara Malaysia yang turut membantu dan memberi panduan kepada saya.

Di sini juga, saya ingin merakamkan ucapan terima kasih kepada penyelaras Program Sarjana Pengurusan dari Universiti Utara Malaysia iaitu Dr. Nik Ab. Halim bin Nik Abdullah dan Dr. Darwina Ahmad Mahdzan Arshad. Saya juga ingin mengambil kesempatan untuk mengucapkan terima kasih kepada Pn. Ho Chooi Peng, En. Ho Hsin Hung, En. Yusrizam Adnan, En. Mohd. Faizal Md Kasim dan individu-individu lain yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung dalam membantu saya menyiapkan kertas projek ini.

Penghargaan dan terima kasih juga saya ucapkan kepada rakan-rakan sekuliah Sarjana Sains (Pengurusan) atas kerjasama dan sokongan yang diberikan selama ini.

Akhir sekali, saya ingin mengambil kesempatan untuk mengucapkan terima kasih kepada isteri saya, Margaret Binti Baru dan anak saya, Ann Felicia yang banyak berkorban, bersabar, menyokong dan mendoakan saya sepanjang tempoh pengajian yang telah saya lalui.

Franky Anak Naul

Universiti Utara Malaysia

2011

KANDUNGAN

	Muka surat
Kebenaran merujuk kertas projek	i
Abstrak	ii
Abstract	iii
Penghargaan	iv
Kandungan	vi
Senarai Jadual	x
Senarai Rajah	xii

BAB 1: PENGENALAN

1.1	Pendahuluan	1
1.2	Latarbelakang Kajian	1
1.3	Pernyataan Masalah	9
1.4	Persoalan Kajian	10
1.5	Objektif Kajian	11
1.6	Kepentingan Kajian	12
1.7	Skop	12
1.8	Definisi Istilah	
	1.8.1 E-dagang	13
	1.8.2 Industri kecil dan sederhana (IKS)	13
	1.8.3 Pengurusan atasan	14
	1.8.4 Penerimaan teknologi	15
	1.8.5 Persepsi kebergunaan	15
	1.8.6 Persepsi kemudahan	16
	1.8.7 Niat bertingkah laku	17
1.9	Kesimpulan	17

BAB 2 : SOROTAN LITERATUR

2.1	Pengenalan	18
2.2	Niat bertingkah laku	18
2.3	E-dagang	19
2.4	Pengurusan Atasan	21
2.5	Model Penerimaan Teknologi	22
2.6	Kajian-kajian Lepas	33
2.7	Kerangka Teori	38
2.8	Hipotesis	39
2.9	Kesimpulan	40

BAB 3 : METODOLOGI KAJIAN

3.1	Pengenalan	41
3.2	Rekabentuk Kajian	41
3.3	Populasi Kajian	41
3.4	Pensampelan	42
3.5	Instrumen Kajian	43
3.6	Pengumpulan Data	45
3.7	Kebolehpercayaan	45
3.8	Kajian Rintis	46
3.9	Ujian Normaliti	48
3.10	Ujian Lineariti	49
3.11	Teknik Analisis	49
3.12	Kesimpulan	52

BAB 4 : ANALISIS DATA

4.1	Pengenalan	53
4.2	Ujian Kebolehpercayaan Kajian Sebenar	53
4.3	Profil Responden	54
4.4	Analisis Deskriptif Pembolehubah Kajian	60
4.5	Ujian Hipotesis	64
	4.5.1 Hubungan di antara persepsi kemudahan, persepsi kebergunaan dan niat bertingkah laku.	64
	4.5.2 Pengaruh persepsi kebergunaan terhadap niat bertingkah laku untuk menggunakan e-dagang.	66
	4.5.3 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat bertingkah laku untuk menggunakan e-dagang.	68
	4.5.4 Persamaan linear regresi	70
4.6	Kesimpulan	71

BAB 5 : PERBINCANGAN DAN CADANGAN

5.1	Pendahuluan	72
5.2	Ringkasan Dapatan Utama Kajian	72
5.3	Hubungan di antara persepsi kemudahan dengan persepsi kebergunaan e-dagang di kalangan pengurusan atasan industri kecil dan sederhana di Sabah.	74
5.4	Pengaruh persepsi kebergunaan terhadap niat bertingkah laku untuk menggunakan e-dagang di kalangan pengurusan atasan industri kecil dan sederhana di Sabah.	76
5.5	Pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat bertingkah laku untuk menggunakan e-dagang di kalangan pengurusan atasan industri kecil dan sederhana di Sabah.	77
5.6	Implikasi Kajian	79
	5.6.1 Implikasi kepada penyelidik	79
	5.6.2 Implikasi kepada pengusaha IKS	80

5.7	Batasan Kajian	80
5.8	Cadangan	81
5.9	Kesimpulan	83

	Rujukan	84
--	---------	----

Lampiran A : Surat kebenaran menjalankan kajian

Lampiran B : Borang soal selidik

Lampiran C : Laporan analisis SPSS

SENARAI JADUAL

No. Jadual	Tajuk	Muka Surat
1.1	Statistik penggunaan internet di Malaysia	7
1.2	Definisi industri kecil dan sederhana	14
2.1	Ringkasan literatur penggunaan TAM	32
3.1	Ujian kebolehpercayaan dan cronbach alpha	46
3.2	<i>Cronbach alpha</i> dan koefisien instrumen kajian rintis	48
3.3	Ujian normaliti	49
3.4	Skor <i>mean</i> bagi mengukur item yang digunakan dalam kajian	50
3.5	Skala koefisien ujian korelasi	50
4.1	Kebolehpercayaan kajian rintis dan kajian sebenar	54
4.2	Analisis deskriptif jantina responden	55
4.3	Analisis deskriptif bangsa responden	56
4.4	Analisis deskriptif umur responden	56
4.5	Analisis deskriptif tahap pendidikan responden	57
4.6	Analisis deskriptif jawatan responden	57
4.7	Analisis deskriptif jenis perniagaan responden	58
4.8	Analisis deskriptif akses internet di rumah	58
4.9	Analisis deskriptif akses internet di tempat kerja	59
4.10	Analisis deskriptif pengalaman responden membeli belah secara <i>online</i>	59
4.11	Analisis deskriptif pengalaman responden menggunakan e-dagang	60
4.12	Analisis deskriptif <i>mean</i> dan sisihan piawai bagi pembolehubah persepsi kebergunaan	61

4.13	Analisis deskriptif <i>mean</i> dan sisihan piawai bagi pembolehubah persepsi kemudahan	62
4.14	Analisis deskriptif <i>mean</i> dan sisihan piawai bagi pembolehubah niat bertingkah laku	63
4.15	Matriks korelasi di antara pembolehubah	65
4.16	Ujian regresi persepsi kemudahan ke atas persepsi kebergunaan	66
4.17	Ujian regresi berganda pembolehubah tidak bersandar ke atas pembolehubah bersandar	67
4.18	Keputusan hipotesis yang diuji	69

SENARAI RAJAH

No. Rajah	Tajuk	Muka Surat
1.1	Bilangan pengguna <i>broadband</i> di Malaysia	2
1.2	Pengguna internet <i>vs</i> pembelian secara atas talian di Malaysia	3
2.1	Model Penerimaan Teknologi (<i>Technology Acceptance Model</i>)	24
2.2	Kerangka Teori - persepsi kebergunaan, persepsi kemudahan dan niat bertindak laku terhadap e-dagang di kalangan pengurusan atasan IKS di Sabah.	39

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Secara umumnya, bab ini menghuraikan latarbelakang kajian, pernyataan masalah, objektif kajian, persoalan kajian, kepentingan kajian, skop dan terma-terma yang digunakan dalam kajian ini.

1.2 Latarbelakang Kajian

Perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) di Malaysia semakin pesat sejak tahun 1990-an. Kewujudan Koridor Raya MultiMedia (MSC) pada tahun 1996 dilihat sebagai pemangkin kepada fenomena ini. Teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) khususnya penggunaan internet membolehkan urusan berkaitan perniagaan dilakukan dengan lebih cepat. Menurut Ting (2007), pelaksanaan Koridor Raya MultiMedia (MSC) telah memperkenalkan masyarakat dari penggunaan komputer kepada internet, dan seterusnya kepada e-dagang, k-ekonomi dan pembelajaran elektronik. Dalam arus globalisasi dan liberalisasi, teknologi maklumat dan komunikasi merupakan kaedah yang paling kos efektif untuk membantu sesebuah syarikat memperolehi pasaran yang lebih luas serta meningkatkan kemampuan bersaing dengan syarikat lain yang lebih besar. Di samping itu,

The contents of
the thesis is for
internal user
only

Rujukan:

- Adams, D.A., Nelson, R.R. & Todd, P.A. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: A replication. *MIS Quarterly*, 16, 2, 227 - 247.
- Agarwal, R. & Prasad, J. (1999). Are individual differences Germane to the acceptance of new information technologies? *Decision Sciences*, Vol. 30, No. 2, pp. 361 - 391.
- Ahmad Mahdzan, A. (2007). *Kaedah penyelidikan sosioekonomi (edisi 3)*. Dewan Bahasa dan Pustaka : Kuala Lumpur.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Akram, H.M. & Sona, B. (2009). *Extending the technology acceptance model for e-learning: A case study of Iran*. Paper presented at Sixth International Conference on Information Technology: New Generations.
- Al-Gahtani, S. (2006). *Information technology adoption, the roadmap to sustainable development: Examining three models*. Paper presented at National Computer Conference, Computer Saudi Society.
- Alireza, T., Sona, B. & Seyed, S.V. (2009). *Extending the Technology Acceptance Model for Internet Banking: A Case Study of Iran*. Paper presented at Sixth International Conference on Information Technology: New Generations.
- Baba, M.D., Azmi, H. & Sarimah, O. (2004). Tahap kefahaman dan keberkesanan skim amalan peningkatan kualiti di Industri Kecil dan Sederhana. *Jurnal Teknologi*, 40(A), pp. 79 – 96.

- Cannon, J. (2000). *Make your website work for you. How to convert your online into profit*. United State of America: Mc Graw Hill.
- Chan, H., Lee, R., Dillon, T. & Chang, E. (2002). *E-Commerce – fundamentals and applications*. Brisbane: John Willey & Sons, Ltd.
- Chatzoglou, P.D., Vraimaki, E., Diamantidis, A. & Sarigiannidis, L. (2010). Computer acceptance in Greek SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 17 No. 1, pp. 78 - 101.
- Chau, P.Y.K. & Hu, P.J. (2002). Examining a model of information technology acceptance by individual professionals: An exploratory study. *Journal of management information systems*, Vol.18, No. 4, pp. 191 - 229.
- Cloete, E. & Courtney, S. (2002). Small businesses' acceptance and adoption of e-commerce in the Western-Cape Province of South-Africa. *EJISDC* ,Vol. 10, No. 4, pp.1 - 13.
- Christina, G. & Donald, L.A. (2004). *Development of an instrumen to measure the acceptance of internet technology by consumers*. Paper presented at Proceedings of the 37th International Conference on System Sciences, Hawaii.
- Damanpour, F. & Madison, J. (2001). E-business e-commerce evolution: Perspective and Strategy. *Managerial Finance*, Vol. 27, No. 7, pp. 16 – 33.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information system. *MIS quarterly*, September, pp. 319 – 340.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, Vol. 35, No. 8, pp. 982 - 1003.

- Dongwon, L., Jinsoo, P. & Joongho, A. (2000). *On the explanation of factors affecting e-commerce adoption* (Project report, University of Minnesota).
- Dwairi, R.M. & Mumtaz, A.K. (2009). *An integrated trust model for business-to-consumer (B2C) e-commerce: Integrating trust with the technology acceptance model*. Paper presented at International Conference on CyberWorlds.
- Endeshaw, A. (2001). *Internet and e-commerce law*. Singapore : Prentice Hall.
- Elizabeth, D. & Hugh, W. (2002). Adoption intentions and benefits realised: a study of e-commerce in UK SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(4), pp. 331–348.
- Elizabeth, D. (2003). An exploration of the wide-out model: E-commerce integration in UK SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.10, No.3, pp.233 - 249.
- Finkelstein, S. & Hambrick, D.C. (1996). *Strategic leadership: Top executives and theirs effects on organizations*. Minneapolis/St.Paul: West Publishing Company.
- Gefen, D. & Straub, D. (2000). The relative importance of perceived ease of use in IS adoption: A study of e-commerce adoption. *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. No.1, Article 8.
- Gengatharen, D.E. (2008). Interpreting the success and failure of regional internet community portals in promoting e-commerce adoption by SMEs: A cultural perspective. *Journal of Systems and Information Technology* ,Vol. 10, No. 1, pp. 56 - 71.

- Gumussoy, C.A., Calisir, F. & Bayram, A. (2007). *Understanding the behavioral intention to use ERP systems: An extended technology acceptance model* (Project report, Industrial Engineering Department, Management Faculty, Istanbul Technical University).
- Hair, J.F., Babin, B., Money, A.H. & Samouel, P. (2003). *Essentials of business research methods*. USA :Wiley.
- Harry, M. & Mark, A. (2003). Adoption of ICT and e-commerce in small business: an HEI-based consultancy perspective. *Journal of small business and enterprise development*, Vol.10, No. 2, pp. 321 - 335.
- Hernandez, B., Jimenez, J. & Martin, M.J. (2009). Adoption vs acceptance of e-commerce: two different decisions. *European Journal of Marketing*, Vol. 43, No. 9/10, pp. 1232 - 1245.
- Henriksen, A. (2008). *Technology acceptance: Personalization, identify expressiveness and self-consciousness*. Paper presented at IADIS International Conference Interfaces and Human Computer Interaction.
- Horton, R.P., Buck, T., Waterson, P.E. & Clegg, C.W. (2001). Explaining internet use with the technology acceptance model. *Journal of Information Technology*, Vol. 16, pp. 237 – 249.
- Hunt, L. (2009). *SMEs eager to tap e-commerce*. Retrieved May 19, 2011, from <http://biz.thestar.com.my>.
- Husnayati, H. & Rafidah, M.N. (2005). *Innovating business through e-commerce: exploring the willingness of Malaysia SMEs*. Paper presented at The Second International Conference on Innovations in IT (IIT'05).
- Jantan, M., Ramayah, T. & Chin, W.W. (2001). Personal computer acceptance by small and medium sized companies in Penang: Evidence from Malaysia. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 3(1), 1-14.

- Jiang, J.J., Hsu, M.K., Kleien, G. & Lin, B. (2000). E-commerce user behaviour model : An empirical study. *Human Systems Management*, Vol. 29, No. 4, pp. 265 - 276
- Juneja, H. (2009). *Top level of management*. Retrieved May 28, 2011, from <http://ezinearticles.com>.
- Jung-Wen, H. & Ai-Hua, T. (2008). *An enhanced technology acceptance model for e-learning systems in high-tech companies in Taiwan: analyzed by structural equation modelling*. Paper presented at International Conference on Cyberworlds.
- Kalakota, R. & Whinston, A.B. (1997). *Electronic commerce: A manager's guide*. Addison Wesley, Reading, MA.
- Kamal Halili, H & Fariza, A. (2005). *E-dagang dan perlindungan pengguna di Malaysia : Undang-undang dan amalan*. Kertas kerja dibentangkan di Prosiding Seminar Kebangsaan E-Komuniti Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Khaled, A., Grandon, E. & Miller, D. (2005). Internet usage in the academic environment: The technology acceptance model perspective. *Academy of Educational Leadership Journal*, Vol. 9, No. 2, pp. 81 – 97.
- Khalid, J. (2003). *Penyelidikan dan pendidikan: Konsep dan prosedur*. Selangor: Prentice Hall.
- Khong, S. T. (2009). Internet-based ICT adoption:evidence from Malaysian SMEs Industrial Management & Data Systems. *Emerald Group Publishing Limited*, Vol. 109, No. 2, pp. 224 - 244q.
- Kojo, S., Walker, J. H. & Hinson, R. (2008). Strategic value and electronic commerce adoption among small and medium-sized enterprises in a transitional economy. *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 23, No. 6, pp. 395 - 404.

- Krejcie, R. & Morgan, D., (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, Vol. 30, pp. 607 - 610.
- Laura, G. P. (2004). The e-commerce race for Wales: another Aesop's fable. *Journal of Small Business and Enterprise Development* ,Vol. 11, No. 3, pp. 382 - 389.
- Lee, Y.C. (1997). *Keberkesanan penggunaan internet sebagai media perniagaan :Kajian kes di Yong Li Sdn. Bhd.* (Tesis, Universiti Teknologi Malaysia, 1997).
- Lee, Y., Kozar, K.A. & Larsen, K.R.T. (2003). The technology acceptance model: past, present and future. *Communication of association for information systems*, Vol. 12, No. 50, pp. 752 – 780.
- Low, H.H., Siti Zaleha, O. & Hishamuddin, M.S. (2003). *Perkongsian pengetahuan di kalangan industri kecil dan sederhana di Malaysia* (Project report, Universiti Teknologi Malaysia).
- Lu, H. & Yongsheng, J. (2009). *A review of technology acceptance model in the e-commerce environment*. Paper presented at International Conference on Management of e-Commerce and e-Government.
- Lu, J., Liu, C. & Yu, C.S. (2005). Facilitating conditions, wireless trust and adoption intention. *The Journal of Computer Information Systems*, 46 (1), 17.
- Manzari, M. (2008). *Intention to use internet reservation systems by Iranian Airlines Passengers* (Master Theses, Lulea University of Technology, 2008).
- Mathieson, K. (1991). Predicting user intentions: Comparing the technology acceptance model with the theory of planned behaviour. *Information Systems Research* (2:3), pp. 173 -191.
- Mohd Azmi, O. (2009). *Kerajaan elektronik: penerimaan teknologi aplikasi e-khidmat* (Master Theses, Universiti Utara Malaysia, 2009).

- Mohd Johari (2001). Internet WWW & e-dagang. *Dewan Ekonomi*. September: 49 -50.
- Mohd Najib, A.G. (2003). *Reka bentuk tinjauan soal selidik pendidikan* (Master Theses, Universiti Teknologi Malaysia, 2003).
- Mohd Sani (2000). IKS perlu sertai E-Dagang. *Dewan Ekonomi*. April: 45-46.
- Mohd Sani (2000). E-Dagang dalam IKS: Masih kurang dimanfaatkan. *Dewan Ekonomi*. Mei: 19-20.
- Money, W. (2004). *Application of the technology acceptance model to a knowledge management system*. Paper presented at Proceedings of the 37th International Conference on System Sciences, Hawaii.
- Moran, M.J. (2006). *College student's acceptance of tablet personal computer: A modification of the unified theory of acceptance and use of technology model* (Doctor of Philosophy Dissertation, Capella University, 2006).
- Muniruddeen, L. (2007). An examination of individual's perceived security and privacy of the internet in Malaysia and the influence of this on their Intention to use e-commerce: Using an extension of the technology acceptance model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 12, No.3. pp. 1 – 26.
- Nazif, W.M. (2003). E-Dagang: Konsep dan aplikasi. *Dewan Ekonomi*. Jun: 45-46.
- Ndubisi, N.O., Gupta, O.K. & Ndubisi, G.C. (2005). The moguls' model of computing: integrating the moderating impact of users' persona into the technology acceptance model. *Journal of Global Information Technology Management, Mariette*, 8(1), pp. 27 - 47.
- Norizah, A. & Siti Zobidah, O. (2008). *Memahami makna penggunaan khidmat pesanan ringkas dalam kalangan wanita Melayu*. Isu-isu komunikasi di

Malaysia: Aplikasi penelitian empiri, pp. 357 – 375. Prentice Hall, Kuala Lumpur.

Norizah, A. & Siti Zobidah, O. (2008). *Sikap dan penerimaan pelajar Universiti Utara Malaysia terhadap khidmat pesanan ringkas*. Isu-isu komunikasi di Malaysia: Aplikasi penelitian empiri, pp. 81 - 109. Prentice Hall, Kuala Lumpur.

Pei, W.L. & Jun, Y.H. (2010). Using the technology acceptance model to explore online shopping behavior: Online experiences as a moderator. *IEEE*.

Peter, E.D., Zahir, I., Heng L., Cheng , W.L.E. & Tse, Y.C.R. (2001). *An empirical analysis of the barriers to implementing e-commerce in small-medium sized construction contractors in the state of Victoria, Australia*. Paper presented at Contruction Innovation 2001.

Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, K. & Pahnla, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, Vol. 14, No. 3, pp. 224 - 35.

Pons, A., Hassan, A. & Khalid, F. (2003). E-commerce and Arab intra-trade, Florida, USA. *Emerald, Information Technology & People*, Vol. 16, No. 1, pp. 34 - 48.

Rodgers, J.A., Yen, D.C. & Chou, D.C. (2002). Developing e-Business: a strategic approach. *Journal of Information Management and Computer Security*, 10(4), 184 - 192.

Rosen, A. (2000). *The E-Commerce question & answer book. A survival guide for businessmanagers*. United State of America: AMACOM.

Rosencrance, L. (2002). Middleware. *Computerworld*, 34(41), p. 84.

- Rouse, P.D. (2004). *Technology acceptance and sense making: Exploring the antecedents and moderating trigger conditions related to perceived usefulness and perceived ease of use* (Dissertation, St. Ambrose University, 2004).
- Sandy, C. (2008). Success in electronic commerce implementation A cross-country study of small and medium-sized enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 21, No. 5, pp. 468 - 492.
- Santii, R.M. (2011). *Technology acceptance factors in e-commerce environment: Case DHL Express* (Dissertation, Aalto University School of Economics, 2011).
- Sarina, I., Hasnah, H., Ishak, I. & Gerald, V. (2007). Factors influencing auditors' acceptance of the practice review system. *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 12, No. 2, 57–82.
- Sarmila, M.S. & Faridahanum, O. (2005). *Industri kecil dan sederhana (IKS) dan e-dagang: satu kajian awal* (Research paper, Universiti Kebangsaan Malaysia, 2005).
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2009). *Research methods for business: A skill building approach (5th ed)*. John & sons Ltd: UK.
- Schillewaert, N., Ahearne, M.J., Frambach, R.T. & Moenaert, R.K. (2000). *The acceptance of information technology in the sales force*. eBusiness Research Center. Retrieved May 7, 2011, from <http://www.smeal.psu.edu/>.
- Shaw, M.J. (1999). *Electronic commerce: State of the art*. Paper presented at In. Conference on e-commerce in the Global Marketplace University of Illinois.
- Simpson, M. & Docherty, A.J. (2004). E-commerce adoption support and advice for UK SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 11, No. 3, pp. 315 - 328.

- Sivaporn, W., Wichian, C. & Borworn, P. (2008). Understanding citizen's continuance intention to use e-government website: A composite view of technology acceptance model and computer self-efficacy. *Electronic journal of e-government*, Vol. 6, No. 1, pp. 55 - 64.
- Skoularidou, V.E. & Tzelepis, K.I. (1998). *Opportunities in e-commerce: Advertising and commerce in virtual enterprise*. Paper presented at In. Proceedings of the 37th European Telecommunications Congress.
- Sparling, L., Toleman, M. & Cater-Steel, A. (2007). *SME adoption of e-commerce in the Central Okanagan Region of Canada*. Paper presented at 18th Australasian Conference on Information Systems 5-7 Dec 2007, Toowoomba.
- Syed, S.A. (2009). Adoption of internet in Malaysian SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 16, No. 2, pp. 240 - 255.
- Tara, F.H. & Roohi, M. (2008). E-commerce in Bahrain: the non-technical limitations. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, Vol. 1, No. 3, pp. 213 - 220.
- Taylor, S. & Todd, P.A. (1995). Understanding information technology usage: test of the competing models. *Information Systems Research*, Vol. 6, No. 2, pp. 76 - 144.
- Ting, K.S. (2007). *Kajian mengenai penggunaan e-pembelajaran (e-learning) di kalangan pelajar jurusan pendidikan teknik dan vokasional di Institusi Pengajian Tinggi (IPTA) negeri Johor* (Dissertation, Universiti Teknologi Malaysia, 2007).
- Venkatesh, V. & Davis, F.D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*, Vol. 46, pp.186 - 204.

- Watson, R.T., Akselsen, S. & Pitt, L.F. (1998). Attractors: building mountains in the flat landscape of the world wide web. *California Management Review*, Vol. 40, No. 2, pp. 36 - 56.
- Wen, G. (2009). National culture and global diffusion of business-to consumer e-commerce cross cultural management. *An International Journal*, Vol. 16, No. 1, pp. 83-101.
- Wiersma, W. (2000). *Research methods in education: An Introduction (7th ed)*. Boston: Allyn & Bacon.
- Wong, A., Tong, C. & Mula, J.M. (2009). *Knowledge sharing acts as a significant antecedent to organizational commitment in a Confucian culture: A quantitative study of employees in the Hong Kong ICT industry* .Paper presented at 20th Australasian Conference on Information Systems, 2-4 Dec 2009, Melbourne.
- Ying, Z. & Qi, Z. (2010). *Influence Factors of Technology Acceptance Modelin Mobile Learning*. Paper presented at Fourth International Conference on Genetic and Evolutionary Computing.
- Yung, C. P., Trappey C.V. & Nai-Yu, L. (2005). Internet and e-commerce adoption by the Taiwan semiconductor industry. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 105, No. 4, pp. 476 - 490.
- Zaim Shah, A. (2009). *Strategi pembuatan terhadap prestasi syarikat industri kecil dan sederhana* (Master Theses, Universiti Utara Malaysia, 2009).
- Zikmund, W.G. (2000). *Business research methods (6th ed)*. Forth Worth, TX : Dryden Press.
- IDC Marketing Research (2011). *Internet user vs online shopping*. Retrieved April, 16, 2011, from <http://www.idc.com>.

Suruhanjaya Komunikasi dan MultiMedia Malaysia (2011). *Statistik penggunaan internet di Malaysia*. Retrieved April, 14, 2011, from <http://www.skmm.gov.my>.

SMEcorp Malaysia (2011). *Definisi EKS*. Retrieved April, 19, 2011, from <http://www.smecorp.gov.my>