

## **Faktor-Faktor Pemilihan Pembelian Makanan secara atas Talian Sepanjang Pandemi dalam kalangan Mahasiswa/i FPTP, UTHM**

**Nurul Aryuni Ridzuan<sup>1</sup> & Anim Zalina Azizan<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Jabatan Pengurusan dan Teknologi, Fakulti Pengurusan Teknologi Dan Perniagaan, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, 86400 Batu Pahat, Johor, MALAYSIA

\*Corresponding Author

DOI: <https://doi.org/10.30880/rmtb.2023.04.02.065>

Received 30 September 2023; Accepted 01 November 2023; Available online 01 December 2023

**Abstract:** This study was conducted to find out the factors of choosing to buy food online during the pandemic among FPTP, UTHM students. There are many factors that influence it but, in this study, only three factors are discussed which are the lifestyle factor, the price factor and the trust factor. at UTHM via google from. The software's Statistical Package for Social Science (SPSS) was used to analyze the data using descriptive methods. The results of this research show that lifestyle factors, price factors and trust factors influence online purchases among students. Researchers estimate that this study can be used as a reference source for business owners who are involved in the food business before starting it online.

**Keywords:** Lifestyle factor, Price factor, Trust factor

**Abstrak:** Kajian ini dibuat untuk mengetahui faktor-faktor pemilihan pembelian makanan secara atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa FPTP, UTHM. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhinya tetapi dalam kajian ini membincangkan hanya tiga faktor sahaja iaitu faktor gaya hidup, faktor hargadan faktor kepercayaan.. Data diperoleh hasil daripada borang soal selidik yang telah disebar kepada pelajar Ijazah Sarjana Muda di bawah Fakulti Pengurusan Teknologi dan Perniagaan (FPTP) di UTHM melalui *google from*. Perisian '*StatisticPackage for Social Science* (SPSS) telah digunakan untuk menganalisa data dengan menggunakan kaedah deskriptif. Hasil dapatan penyelidikan ini menunjukkan faktor gaya hidup, faktor harga dan faktor kepercayaan pengaruhi pembelian atas talian dalam kalangan mahasiswa. Penyelidik menaksirkan bahawa kajian ini dapat dijadikan sumber rujukan kepada pemilik perniagaan yang terlibat dalam perniagaan makanan sebelum memulakannya secara atas talian.

**Kata Kunci:** Faktor gaya hidup, Faktor harga, Faktor kepercayaan

## 1. Pengenalan

Penularan virus Covid-19 telah menyebabkan pandemik dan mengakibatkan rakyat Malaysia hidup dalam keadaan norma baharu. Hal ini kerana aktiviti harian dan kehidupan komuniti pada masa pandemik banyak berlaku perubahan yang drastik. Salah satu bidang yang menunjukkan kesan positif waktu pandemik ini ialah dalam bidang penghantaran makanan yang dibeli secara atas talian di kawasan kota dan luar bandar. Hal ini kerana penularan wabak Covid-19 telah memberi impak yang positif kepada bidang food delivery pada waktu pandemik. Walau bagaimanapun, masih terdapat kesan negatif kepada pelbagai aspek lain seperti aspek kesihatan, pengurusan masa, keselamatan dan kemudahan. Kajian lepas telah dilakukan sebelum ini, mendapati bahawa bidang penghantaran makanan mula menerima perhatian seawal virus Covid-19 mula menular di Malaysia (Zahari, Muhammad Zakwan *et al.*, 2021). Sektor penghantaran makanan telah memberikan manfaat kepada sektor perniagaan makanan supaya perniagaan masih dapat beroperasi pada waktu pandemik. Hal ini juga penting kepada masyarakat supaya dapat mencegah rangkaian wabak covid-19 menular sewaktu pandemik. Dengan sektor penghantaran makanan ini secara tidak langsung dapat mengurangkan komuniti menghindari tempat awam yang boleh meningkatkan risiko jangkitan terhadap wabak tersebut (Zahari, Muhammad Zakwan *et al.*, 2021).

Sektor penghantaran makanan boleh dinyatakan sebagai sesuatu organisasi atau institusi yang tertentu yang menawarkan perkhidmatan penghantaran untuk menghantar bungkusan makanan dan minuman yang telah dipesan secara atas talian dan dikenakan kadar bayaran dipersetujui terhadap servis tersebut. Antara syarikat food delivery yang mula mendapat perhatian masyarakat ialah Foodpanda, Grabfood dan ada pengusaha makanan yang mengambil inisiatif melakukan servis penghantaran makanan mereka sendiri. Hal ini kerana masyarakat mula beralih dengan menggunakan perkhidmatan food delivery untuk menjaga keselamatan diri dan ahli keluarga daripada dijangkiti virus covid-19 (Zahari, Muhammad Zakwan *et al.*, 2021).

Kemudahan internet telah membuat pembelian atas talian menjadi semakin meningkat. Hal ini kerana internet telah menjadi medium utama dalam kehidupan masyarakat pada masa kini kerana sesuai dengan era perubahan zaman yang akan terkait gaya hidup yang semakin maju, hal ini telah menyebabkan sebahagian daripada pengguna telah menjadikan internet sebagai satu alat untuk melakukan aktiviti pembelian barangan dan perkhidmatan. Pembelian secara atas talian dipilih sebagai langkah cepat untuk berbelanja bagi memperolehi barang keperluan tanpa menjejak kaki di premis perniagaan. Di negara maju, aktiviti pembelian menggunakan internet sudah lama dilakukan dan menjadi trend serta mendapat tempat dalam kalangan komuniti di dalam negara. Melalui pembelian secara online, pengguna dapat melakukan perbezaan darisegi harga, kualiti dan jenama dalam satu aplikasi yang disediakan sebelum membuat keputusan (Farhan Mat Arisah *et al.*, 2016).

### 1.1 Persoalan Kajian

Persoalan kajian adalah seperti yang dinyatakan dibawah.

- (i) Apakah faktor-faktor pemilihan makanan atastalian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa FFTP, UTHM?
- (ii) Apakah faktor dominan pemilihan pembelian makanan atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa FFTP, UTHM?

### 1.2 Objektif Kajian

Matlamat penyelidikan ini adalah untuk mendapatkan maklumat berkaitan faktor pemilihan pembelian makanan atas talian dalam kalangan mahasiswa FFTP. Bagi mencapai sasaran kajian, objektif yang digariskan adalah:

- i) Mengetahui faktor-faktor pemilihan pembelian makanan atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa FPTP, UTHM.
- ii) Mengetahui faktor dominan pemilihan pembelian makanan atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa FPTP, UTHM.

### 1.3 Skop Kajian

Ini akan lebih mengutamakan kepada faktor-faktor pemilihan pembelian makanan atas talian dalam kalangan pelajar UTHM. Kajian ini hanya dilakukan dalam kawasan UTHM sahaja dan responden daripada mereka yang merupakan pelajar FPTP yang dipilih secara rawak daripada pelbagai kursus yang ditawarkan oleh pihak fakulti iaitu Pengurusan Teknologi (BPA), Pengurusan Teknologi Pengeluaran dan Operasi (BPB), Pengurusan Teknologi Perabot (BPC), Pengurusan Teknologi Hartanah (BPD) dan Pengurusan Teknologi Reka Bentuk dan Pembuatan Perabot (BPP). Kajian ini tidak melibatkan kakitangan dan pensyarah serta pelajar dari fakulti lain. Kajian ini mengambil tempoh masa dua semesta pengajian bagi menyiapkan kajian ini. Kajian ini juga telah menggunakan kaedah kuantitatif dengan menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian.

### 1.4 Kepentingan Kajian

Secara praktikalnya hasil penyelidikan ini dapat membantu memberi pengetahuan kepada pengkaji terhadap sebab pemilihan pembelian makanan atas talian di kalangan mahasiswa. Penyelidikan ini juga penting kepada pedagang untuk mendapatkan maklumat mengenai faktor pemilihan pembelian makanan secara atas talian dan mereka dapat meningkatkan jualan mereka dengan menggunakan kemudahan internet sebagai sumber utama untuk mengumpul pelanggan melakukan pembelian secara atas talian. Seterusnya, hasil daripada penyelidikan ini dapat menunjukkan secara jelas apakah faktor utama pemilihan pembelian makanan atas talian dalam kalangan mahasiswa. Dari segi akademik, kajian ini dapat membandingkan teori dan dapatan kajian terdahulu mengenai faktor pemilihan pembelian makanan atas talian. Selain itu, kajian ini dapat menguji teori dan kaedah pengukuran yang dicadangkan oleh pengkaji terdahulu tentang kesesuaian dan ketetapan teorinya dalam industri tempatan. Hal ini akan dapat menambahkan pemahaman tentang cara pengukuran dan penilaian sikap pengguna.

## 2. Kajian Literatur

### 2.1 Faktor Pemilihan Pembelian Makanan Atas Talian

#### (a) *Faktor Gaya Hidup*

Gaya hidup adalah imej untuk seseorang yang di terangkan sejauh mana nilai moral seseorang dalam masyarakat sekeliling. Gaya hidup juga berkait dengan perkembangan masa dan teknologi. Gaya Kehidupan adalah corak kehidupan seseorang di dunia dinyatakan dalam aktiviti, minat, dan pendapat masing-masing. Menurut (Yazid *et al.*, 2016), kemajuan dalam sektor pembangunan sistem pendidikan negara telah mendorong kalangan pelajar atau mahasiswa di universiti untuk melakukan transaksi atas talian. Hal ini kerana golongan ini menjadi sebagai segmen pasaran yang sangat penting kepada negara. Ini kerana kalangan ini mempunyai sifat mencuba yang tinggi untuk melakukan online transfer bagi memenuhi kehendak dan kemahuan mereka, hal ini di dorong oleh faktor kuasa beli pelanggan dimana semua pelajar perlu memiliki akaun bank sendiri dan memperolehi wang hasil dari pemberian ibu bapa, wang biasiswa atau pinjaman pelajaran 9 dan hasil daripada melakukan kerja sambilan.

Menurut BERNAMA, (2021), penggunaan sistem e-dagang yang memberikan keistimewaan yang tersendiri untuk ditawarkan kepada pembeli menjadi tarikan kepada golongan mahasiswa/i. Hal ini telah menyebabkan pelanggan tidak perlu membuat pembelian secara fizikal di restoran mahupun kafeteria, tetapi hanya dengan melakukan pesanan menerusi aplikasi yang boleh dimuat turun ke telefon pintar dan menunggu food rider menghantar pesanan hingga ke depan pintu rumah.

*(b) Faktor Harga*

Harga yang rendah dapat menarik pengguna untuk membuat pembelian terhadap produk tersebut. Dalam konteks makanan, pelanggan lebih terarah untuk melakukan pemilihan antara kualiti dan harga makanan. Pelanggan menjurus untuk membuat keputusan mengikut manfaat yang diterima, hasil daripada wang yang akan dikeluarkan mengikut perjanjian antara peniaga dan mencari harga yang berpatutan serta yang telah dipersetujui. Hal ini kerana pengguna kebiasaannya akan mengambil kira harga produk dan nilai makanan yang bakal dibeli oleh mereka. Hal ini ditegaskan dengan penyelidikan lepas yang telah dilakukan oleh Nakandala *et al.* (2013), memberitahu bahawa pelanggan bersedia untuk membayar lebih banyak makanan dengan nilai yang tinggi dan sebaliknya. Seterusnya, untuk makanan yang dibungkus dan membawa pulang, harga akan menjadi lebih rendah dan ini akan menarik minat pelanggan untuk membelinya

Pasaran perniagaan secara online kini dilihat semakin menjadi tarikan dalam kalangan para pelanggan terutamanya golongan mahasiswa. Hal ini kerana di rasakan bukan mampu menjimatkan masa tetapi pelanggan boleh memilih pelbagai menu sesuai dengan kehendak dan keperluan mereka. Seterusnya, pengguna juga boleh melakukan perbandingan harga dengan menggunakan aplikasi yang telah disediakan dengan mudah secara atas talian. Hal ini kerana kecepatan dalam perkhidmatan penghantaran dan komen positif daripada pengguna-pengguna lain, tawaran harga yang lebih murah, merupakan antara punca penting yang mempengaruhi pembelian secara dalam talian. Seiring dengan peningkatan pengguna yang melakukan pembelian dan aktiviti jual secara dalam talian, aktiviti berbelanja dalam talian telah meningkat secara signifikan. Menurut Mujiyana dan Ingge Elissa (2013), melakukan aktiviti pembelian dalam talian sangat memudahkan, jimat masa dan tenaga jika dibandingkan dengan berbelanja secara fizikal. Hal ini kerana pengguna akan melakukan penjimatan harga melalui potongan harga yang telah ditawarkan di dalam aplikasi yang telah disediakan (Darke *et al.*, 1995). Penyelidikan lepas yang telah dibuat oleh Tversky & Kahneman (1985) telah menyatakan bahawa pelanggan bersedia mencari barangan yang mempunyai promosi walaupun melintasi negeri dan sempadan semata-mata untuk memperolehi barangan tersebut

*(c) Faktor Kepercayaan*

Kepercayaan juga boleh menjadi faktor dalam pemilihan pembelian makanan atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa FPTP, UTHM. Hal ini kerana kepercayaan seseorang pengguna untuk membuat pembelian berdasarkan pengalaman semasa melakukan aktiviti pembelian. Sebagai contohnya, mahasiswa telah melakukan aktiviti pembelian secara fizikal di kedai tersebut dan telah mendapatkan pengalaman dan kepuasan secara fizikal dan merasai sendiri menu di kedai tersebut.

Kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat tanggapan dan penilaian yang dilakukan oleh pengguna (Nadzri *et al.*, 2017). Hal ini juga dapat menarik minat pelanggan untuk melakukan aktiviti pembelian secara atas talian. Hal ini kerana aktiviti pembelian secara atas talian merupakan aktiviti yang dilakukan tanpa bersemuka dengan secara langsung antara pengguna dan penjual. Pelanggan yang berani mengambil risiko sahaja untuk bersedia membuat transaksi melalui internet (Nadzri *et al.*, 2017). Selain itu, faktor kepercayaan terjadi apabila pengguna melibatkan penggunaan sesebuah aplikasi dalam laman sesawang untuk melakukan pembelian dan perkhidmatan yang telah disediakan. Hal ini kerana pengguna yang pernah membeli secara fizikal di premis perniagaan akan membuatkan mereka tetap membeli secara online kerana mereka telah mempunyai kepercayaan terhadap produk dan servis tersebut.

**2.2 Definisi Pembelian dalam Talian**

Asas utama dalam pembelian secara atas talian dengan penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi untuk terlibat dalam aktiviti perdagangan (Rahman *et al.*, 2021). Masyarakat di Malaysia khususnya golongan muda dan mahasiswa lebih kearah pembelian secara online. Hal ini kerana pembelian secara fizikal memerlukan individu untuk pergi ke premis perniagaan semasa melakukan aktiviti jual beli barangan, makanan dan lain-lain. Pembelian secara atas talian dapat memudahkan dan menjimatkan masa pengguna kerana semua transaksi dapat dilakukan secara maya. Definisi pembelian

secara atastalian, pada dasarnya adalah proses menjual beli produk dan perkhidmatan secara atas talian dengan menggunakan berbagai saluran, contohnya laman sesawang (web), media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan aplikasi penghantaran makanan seperti foodpanda dan grabfood yang di iklankan melalui blog atau kumpulan tertentu (Yazid *et al.*, 2016). Matlamat utamanya untuk mempelawa pelanggan baru untuk membeli produk dan perkhidmatan yang telah di iklan peniaga secara online. Selain itu, pembelian secara atas talian ini telah dipermudahkan kerana dapat dilunaskan secara e-pembayaran melalui perbankan atas talian (online transfer) dan kad kredit (Farhan Mat Arisah *et al.*, 2016).

### 2.3 Pembelian Makanan Secara Atas Talian

Perkhidmatan *food delivery* boleh dibahagi kepada dua bahagian iaitu perniagaan itu sendiri seperti perkhidmatan yang terbesar rangkaian Fastfood seperti KFC, Pizza Hut, dan McDonald's. Hal ini kerana mereka telah menyediakan aplikasi yang tersendiri untuk rangkaian restoran mereka. Manakala perkhidmatan penghantaran yang kedua dikenali sebagai penghubung antara pihak peniaga dan pihak ketiga yang melakukan servis penghantaran makanan seperti FoodPanda, Halo, GrabFood. Menurut Rahman (2020), Foodpanda telah mengikat kontrak dengan lebih daripada 18,000 pengusaha restoran dan 8,000 rider. Seterusnya, GrabFood telah membuat kontrak dengan 5,000 pengusaha restoran dan 10,000 rider di seluruh negara. Secara tidak langsung, masyarakat akan terhasut untuk membuat pembelian secara atas talian kerana mereka akan kerap terdedah dengan promosi pengiklanan sewaktu menggunakan internet. Ianya menjadi semakin popular kerana merupakan yang senang kepada pengguna kerana mereka tidak perlu membeli barang yang di ingin secara tergesa-gesa. Pengguna tidak perlu mengeluarkan duit tambang atau minyak kenderaan yang tinggi dan masa dapat di jimatkan semasa mendapatkan sesuatu produk atau perkhidmatan (Yazid *et al.*, 2016).

Menurut Sinar Harian 30 Mei 2020, penularan virus Covid-19 telah menyebabkan penggunaan servis penghantar makanan menunjukkan peningkatan sebanyak 30 peratus. Hal ini kerana sebahagian masyarakat menggunakan perkhidmatan tersebut untuk patuhi perintah kerajaan yang menggalakkan masyarakat untuk mengelakkan daripada keluar membeli barangan. Walau bagaimanapun, jika terpaksa hanya seorang daripada ahli keluarga yang dikebenarkan untuk keluar semasa tempoh PKP. Seterusnya, masyarakat juga tidak sanggup untuk mengambil risiko semasa keluar membeli barangan kerana bimbang akan virus covid-19 tersebut. Keadaan ini menyebabkan perkhidmatan penghantaran makanan mula berkembang laju.

*Online delivery* telah membuat mahasiswa semakin mudah untuk membuat pembelian tanpa menghabiskan waktu dan dapat menjimatkan tenaga, kemudahan ini telah membuat ianya semakin diminati. Aplikasi yang telah disediakan telah memberikan mahasiswa dapat melihat berbagai jenis menu makanan daripada pelbagai jenis kedai yang telah ditawarkan melalui web yang dipromosikan oleh permis perniagaan.

## 3. Metodologi Kajian

Metodologi penyelidikan yang akan dibahas dalam bab ini dengan menggariskan reka bentuk kajian, populasi dan persampelan, instrumen kajian, kajian rintis, proses pengumpulan data dan kaedah menganalisis data yang dipilih secara teliti untuk menjawab objekif kajian yang telah ditulis di bab 1. Di dalam bab ini juga akan membincangkan berkaitan kaedah metodologi yang digunakan untuk melaksanakan penyelidikan ini. Kaedah kajian ini amat penting kerana dapat memastikan proses penyelidikan yang dijalankan selaras dengan matlamat dan skop kajian yang telah dinyatakan.

### 3.1 Reka Bentuk Kajian

Reka bentuk kajian ialah satu bentuk kerangka kerja kepada penyelidik untuk memperolehi buah fikiran khusus dan tanggapan dari tatacara proses yang perlu dilakukan dalam kajian ini. Menurut Malthora, (2009) reka bentuk kajian sebagai satu proses kerja bagi melaksanakan projek penyelidikan

dan menentukan prosedur yang perlu untuk memperolehi maklumat yang dikehendaki untuk struktur dan menyelesaikan masalah kajian. Kajian ini menggunakan reka bentuk borang kaji selidik.

### 3.2 Populasi Kajian

Populasi terdiri daripada keseluruhan kumpulan orang yang ingin disiatan oleh penyelidik. populasi juga boleh didefinisikan sebagai cerapan sekumpulan individu yang diperhatikan dan haruslah mempunyai sekurang-kurangnya satu ciri atau sifat yang sama di antara mereka. Oleh sebab kekurangan dari segi masa dan sumber kajian, populasi yang dipilih bagi kajian ini adalah pelajar FPTP, UTHM yang majoriti mempunyai pengalaman membeli barangan secara atas talian dan merupakan golongan daripada generasi yang memainkan peranan penting kepada pertumbuhan ketara kepada ekonomi pembelian makanan secara atas talian. Penentuan saiz sampel berdasarkan Krejeie & Morgan yang telah menyenaraikan saiz sampel yang berpadanan dengan saiz populasi kajian.

### 3.3 Sampel Kajian

Persampelan kajian sangat penting untuk mengenal pasti dan mendefinisikan populasi yang telah di sampel secara spesifik. Hal ini kerana sampel menggambarkan ciri-ciri populasi atau mewakili sesuatu populasi yang di pilih. Selain itu, persampelan berfungsi sebagai satu statistik praktis yang prihatin terhadap pemilihan subset dari pemerhatian individu dalam satu populasi yang bertujuan untuk mendapatkan sesuatu populasi tersebut terutamanya dalam membuat ramalan berkaitan statistik

### 3.4 Instrumen Kajian

Instrumen kajian atau lebih dikenali sebagai alat pengukur yang digunakan untuk mengumpulkan data kajian berkaitan dengan responden. Terdapat pelbagai bentuk instrumen penyelidikan yang boleh digunakan untuk mengumpulkan data mengikut kesesuaian kajian semasa dijalankan. Instrumen yang akan digunakan dalam kajian ini ialah borang soal selidik. Hal ini kerana borang soal selidik merupakan satu alat atau instrumen yang mengandungi soalan yang telah dirangka khas oleh penyelidik untuk 16 mengumpulkan data bagi mencapai objektif kajian. Soal selidik ini akan memfokuskan kepada persoalan kajian dimana penyelidik ingin mengenal pasti faktor-faktor pemilihan pembelian makanan atas talian dalam kalangan pelajar.

#### (a) Kaedah soal selidik

Instrument yang digunakan dalam kajian ini ialah borang soal selidik. Instrument daripada penyelidikan lepas telah diubahsuai bagi memperolehi data yang diperlukan semasa penyelidikan dijalankan. Dengan menggunakan borang soal selidik ini pengkaji dapat mengumpulkan maklumat yang diperlukan bagi tujuan analisis data. Menurut Gillham (2000), berpendapat bahawa terdapat beberapa faktor yang boleh mempengaruhi penyelidik menggunakan borang soal selidik. Antaranya ialah borang soal selidik ini menggunakan kos yang rendah dan menjimakan masa penyelidik serta responden bebas untuk menjawab borang soal selidik ditempat dan masa yang dikehendaki.

### 3.5 Kajian Rintis

Kajian rintis perlu dilakukan terlebih dahulu sebelum penyelidik memulakan proses pengumpulan data yang sebenar. Hal ini kerana kajian rintis dilakukan untuk menguji kefahaman responden dalam menjawab borang soal selidik. Borang soal selidik akan diedarkan kepada 30 orang responden untuk kajian rintis ini. Responden kajian ini terdiri daripada pelajar FPTP, UTHM. Tujuan kajian rintis ini dilakukan untuk menguji kefahaman responden terhadap soalan-soalan yang telah disediakan oleh penyelidik. Hal ini kerana kajian ini memainkan peranan penting dalam menjelaskan kesahihan mengenai borang soal selidik sebelum dibagikan kepada responden.

### 3.6 Pengumpulan Data

Satu teknik yang menghimpunkan data pelbagai sumber. Hal ini kerana pengumpulan maklumat bagi kajian ini didapati daripada data primer dan data sekunder. Keadah untuk mendapatkan data melalui keadah ini telah dibincangkan dalam bab ini. Data ini dikumpulkan dalam tempoh masa sebulan dengan mengendalikan borang soal selidik dengan menggunakan google form yang diedarkan melalui media sosial (whatsapp, facebook, twitter).

#### (a) *Data primer*

Proses pengumpulan data primer merupakan satu proses yang lama dan panjang kerana data primer adalah data kajian yang dikumpul dan dihimpunkan secara bersemuka dengan responden. Walaubagaimanapun, pengumpulan data primer mempunyai faedah yang tersendiri dimana mengambil masa dan melibatkan kos yang tinggi.

#### (b) *Data sekunder*

Proses pengumpulan data sekunder merupakan satu proses data yang telah dikumpulkan oleh pengkaji lain. Hal ini kerana data sekunder merupakan jurnal pendidikan iaitu daripada data jurnal, buku, majalah, sumber elektronik, laporan, internet, tesis, cerpen dan surat khabar. Data sekunder digunakan untuk melaksanakan kajian ini (Ang Kean Hua, 2016)

### 3.7 Analisis Kebolehpercayaan

Kebolehpercayaan merupakan langkah-langkah yang perlu diuji semasa menjalankan kajian ini. Hal ini kerana untuk melihat seberapa baik instrumen yang dibangunkan untuk mengukur kebolehpercayaan terhadap borang soal selidik yang disebarkan kepada target yang ditetapkan. Hasil daripada kajian kebolehpercayaan tersebut menjadi ukuran untuk membuktikan kefahaman yang telah dilakukan dalam kajian penyelidikan.

### 3.8 Penganalisa Data

Analisis data merupakan teknik untuk memperolehi keputusan dan rumusan yang mudah difahami dan boleh diterima umum daripada sumber-sumber data mentah yang akan dihimpunkan melalui kajian yang dilakukan. Data di analisis akan dimasukkan di dalam dengan menggunakan perisian Statistic Package for Social Science (SPSS). Selain itu, analisis data yang akan digunakan dalam penyelidikan ini ialah analisis deskriptif. Hasil 19 daripada analisis ini akan ditafsirkan dalam bentuk jadual dan rajah untuk mudah difahami.

#### (a) *Analisis diskriptif*

Analisis diskriptif digunakan dalam penyelidikan ini untuk menganalisa semua butir-butir demografi responden seperti jantina, umur, tahun, krusus pengajian dan pengalaman pembelian makanan secara atas talian. Teknik ini telah digunakan untuk menafsirkan bagi menghuraikan statistik deskriptif seperti min, sisihan piawai, peratus dan kekerapan. Kaedah kekerapan telah digunakan untuk menghuraikan butir-butir demografi responden dan dihuraikan dalam bentuk peratusan. Seterusnya, analisis deskriptif seperti min juga digunakan untuk mengetahui statistik bagi faktor-faktor pemilihan pembelian makanan secara atas talian.

## 4. Analisis Data Kajian

### 4.1 Kadar Maklum Balas

Tinjauan ini berdasarkan penyebaran borang soal selidik yang diedarkan melalui google form yang telah dipakai dalam kajian ini. Berdasarkan populasi pelajar, sampel saiz bagi kajian ialah seramai 331

orang responden. Sebanyak 200 set soal selidik yang telah berhasil dikumpulkan dan diisi dengan lengkap. Responden yang memberikan maklum balas dalam kajian ialah 60%.

#### 4.2 Ujian Kebolehpercayaan

Kebolehpercayaan merupakan langkah-langkah yang perlu diuji semasa menjalankan kajian ini. Hal ini kerana untuk melihat seberapa baik instrumen yang dibangunkan untuk mengukur kebolehpercayaan terhadap borang soal selidik yang disebarikan kepada target yang ditetapkan. Hasil daripada kajian kebolehpercayaan tersebut menjadi ukuran untuk membuktikan kefahaman yang telah dilakukan dalam kajian penyelidikan. Kebolehpercayaan ialah suatu ukuran yang ditubuhkan untuk menguji ketekalan dan kestabilan. Ketekalan akan menunjukkan seberapa baik item mengukur berdasarkan konsep yang telah digabungkan dalam satu set.

**Jadual 1: Nilai Cronbach's Alpha kajian**

	Bilangan item	Bilangan Responden	Cronbach's Alpha
Kajian rintis	17	30	0.754
Kajian sebenar	17	200	0.936

Sebelum kajian sebenar dijalankan, pengkaji menjalankan kajian rintis. Sebanyak 30 responden diambil sebagai kajian rintis. Hasil ujian kebolehpercayaan ujian rintis memperoleh 0.754 Cronbach's Alpha. Manakala bagi kajian sebenar, analisis kebolehpercayaan memperoleh 0.936 Cronbach's Alpha.

#### 4.3 Analisis Kajian Diskriptif Demografi

Pada bahagian ini akan memerangkan latar belakang responden yang merangkumi daripada maklumat demografi iaitu jantina, umur, bangsa, krusus dan pengalaman dalam membuta pembelian secara atas talian. Analisis deskriptif telah digunakan untuk menilai kaedah kekerapan dan peratus dalam menganalisis latar belakang responden seperti yang telah ditunjukkan pada rajah di bawah.

##### (a) Analisis responden mengikut Jantina

**Jadual 2: Responden mengikut jantina**

Jantina	Frekuensi	Peratus (%)
Lelaki	68	34
Perempuan	132	66
Jumlah	200	100

Jadual 2 telah menunjukkan seramai 200 orang responden yang telah merespons terhadap borang soal selidik yang telah disebarikan. Kajian ini mendapati seramai 68 orang responden lelaki yang telah memberikan maklum balas terhadap borang soal selidik tersebut dan ianya telah menyumbang sebanyak 34 peratus. Manakala, seramai 132 orang responden atau 66 peratus. Hasil daripada kajian ini dapat dilihat bahawa lebih ramai responden dalam kajian ini adalah perempuan.

##### (b) Analisis responden mengikut umur

**Jadual 3: Responden mengikut umur**

Umur	Frekuensi	Peratus (%)
28 Tahun - 20 Tahun	56	28.0
21 Tahun - 23 Tahun	121	60.5
24 Tahun - 26 Tahun	21	10.0
27 ke atas	2	1
Jumlah	200	100



Jadual 3 menunjukkan peratus dan bilangan jumlah responden yang terlibat dalam kajian ini mengikut umur sebanyak 60.5 peratus responden berada dalam kumpulan antara 21 tahun sehingga 23 tahun dimana ia mewakili seramai 121 orang responden daripada 200 orang responden dan ini merupakan yang tertinggi dalam kumpulan umur ini. Seramai 56 orang responden yang mewakili 28 peratus yang golongan dalam kumpulan umur 18 tahun sehingga 20 tahun. Manakala sebanyak 10.5 peratus yang mewakili 21 orang responden dalam kumpulan umur 24 tahun sehingga 26 tahun, diikuti dengan 2 orang responden yang mewakili 1 peratus responden bagi umur 27 tahun keatas.

(c) Analisis responden mengikut bangsa

**Jadual 4: Responden mengikut bangsa**

Bangsa	Frekuensi	Peratus (%)
Melayu	131	67
Cina	39	19
India	12	6
Lain-lain	15	8
Jumlah	200	100

Jadual 4 telah menunjukkan majoriti adalah terdiri daripada bangsa melayu yang menyumbang sebanyak 67 peratus yang mewakili seramai 134 orang responden, seterusnya, bagi bangsa Cina pula sebanyak 19 peratus yang mewakili seramai 39 orang responden. Manakala, sebanyak 8 peratus yang mewakili seramai 15 orang responden untuk jenis lain-lain dan sebanyak 6 peratus yang mewakili seramai 12 orang responden yang berbangsa India.

(d) Analisis responden mengikut tahun pengajian

**Jadual 5: Responden mengikut tahun pengajian**

Tahun Pengajian	Frekuensi	Peratusan (%)
Tahun 1	61	30.5
Tahun 2	34	27
Tahun 3	49	24.5
Tahun 4	36	18.0
Jumlah	200	100

Jadual 5 menunjukkan bilangan dan peratus responden mengikut jumlah pendapatan bulanan. Berdasarkan hasil daripada dapatan kajian seramai 61 orang responden yang mewakili 30.5 peratus terdiri daripada pelajar Tahun 1 FPTP. Seterusnya, seramai 54 orang responden yang mewakili 27 peratus merupakan pelajar FPTP Tahun 2 dan sebanyak 24.5 peratus yang mewakili seramai 49 orang responden merupakan pelajar Tahun 3 FPTP. Akhir sekali, seramai 36 orang responden yang mewakili 18 peratus merupakan pelajar Tahun 4 FPTP.

(e) Analisis responden mengikut kursus

**Jadual 6: Responden mengikut Kursus**

Tahun Pengajian	Frekuensi	Peratusan (%)
BPA	54	27
BPB	56	28
BPC	38	19
BPD	43	21.5
BPP	9	4.5

Jumlah

200

100

Berdasarkan rajah 6 diatas telah menunjukkan responden daripada Pengurusan Teknologi atau kursus BPA sebanyak 27 peratus atau seramai 54 orang responden. Seterusnya, responden daripada Pengurusan Teknologi Pengeluaran dan Operasi (BPB) seramai 56 orang responden atau 28 peratus.

Seterusnya, seramai 38 orang responden mewakili 19 peratus yang terdiri daripada krusus Pengurusan Teknologi Perabot (BPC) dan 'sebanyak 21 peratus yang mewakili 43 orang responden terdiri daripada pelajar Pengurusan Teknologi Hartanah (BPD). Akhir sekali, sebnayak 5 peratus atau seramai 9 orang terdiri daripada Pengurusan Teknologi Reka Bentuk dan Pembuatan Perabot (BPP).

(f) *Pengalaman Membeli-Belah Secara Atas Talian*

**Jadual 7: Responden mengikut pengalaman membeli makanan secara atas talian**

Pengalaman Membeli-belah secara atas talian	Frekuensi	Peratusan (%)
Ya	180	90
Tidak	20	10
Jumlah	200	100

Jadual 7 menunjukkan hasil kajian telah mendapati bahawa majoriti responden mempunyai pengalaman dalam pembelian secara atas talain. Seramai 180 orang responden yang mewakili 90 peratus yang menjawab "Ya". Manakala hanya 10 peratus yang mewakili seraami 20 rang responden yang tidak mempunyai pengalaman dalam membuat pembelian secara atss talian

(g) *Perbandingan Kekerapan Responden Membeli Makanan Secara Atas Talian Dalam Tempoh Sebulan Sebelum Dan Selepas Wabak Covid-19*

**Jadual 8: Perbandingan kekerapan responden membeli makanan secara atas talian dalam tempoh sebulan sebelum dan selepas wabak Covid-19**

Kekerapan Membeli Makanan Secara Atas Talian Sebelum Wabak Covid-19	Kekerapan Membeli Makanan Secara Atas Talian Selepas Wabak Covid19	
	Kekerapan	Peratus (%)
Setiap hari	7	3.5
3-6 kali seminggu	28	14
Sekali sekali	56	28
Sebulan sekali	109	54.5
Jumlah	200	100

Hasil daripada kajian berdasarkan jadual 8 diatas kekerapan membeli makanan secara atas talaian sebalum wabak Covid-19, kekeraapn peratusan untuk setiap hari ialah 3.5 peratus atau seramai 7 orang responden. Seterusnya untuk kategori 3-6 hari seminggu ialah sebanyak 14 peratus atau seramai 28 orang responden. Kekerapan untuk kategori sekali seminggu ialah sebanyak 28 peratus atau seramai 56 orang responden. Akhir sekali, peratusan yang paling tinggi ialah kategori sebulan sekali iaitu 54.5 peratus iaitu seramai 109 responden. Manakala hasil kajian kekerapan membeli makanan secara atas talaian selepas wabak Covid-19, kekeraapn peratusan untuk setiap hari ialah 7 peratus atau seramai 14 orang responden. Seterusnya untuk kategori 3-6 hariseminggu ialah sebanyak 30.5 peratus atau seramai 61 orang responden. Kekerapan untuk kategori sekali seminggu ialah sebanyak 35 peratus atau seramai 77 orang responden. Akhir sekali, peratusan untuk kategori sebulan sekali iaitu 27.5 peratus iaitu seramai 55 responden.

#### 4.4 Ujian Diskriptif Pembolehubah Bebas

Ujian deskriptif ialah pemboleh bebas yang dikaji dengan menggunakan nilai kecenderungan setiap elemen. Skor min yang digunakan dalam analisis ini akan menentukan setiap tahap kecenderungan responden dalam menilai setiap persoalan kajian.

#### 4.5 Faktor-faktor Pemilihan Pembelian Makanan Atas Talian Sepanjang Pandemik Dalam Kalangan Mahasiswa FPTP, UTHM.

##### (a) Analisis Diskriptif Faktor Gaya Hidup

**Jadual 9: Dapatan analisis faktor gaya hidup**

Item	Min	Sisihan Piawaian	Tahap
Proses pembayaran yang mudah (tidak perlu bayar cash)	4.21	0.985	Tinggi
Dapat menjimatkan masa dan tenaga	4.32	0.985	Tinggi
Pembelian diatas talian lebih mudah dan efisien	4.14	0.982	Tinggi
Pembelian boleh dibuat tanpa ada had masa	4.03	1.109	Tinggi
Pengaruh kawan dan sosial media mempengaruhi anda membeli makanan secara talian	4.00	1.207	Tinggi
<b>Jumlah Purata Skor</b>	<b>4.08</b>	<b>0.876</b>	<b>Tinggi</b>

Berdasarkan Jadual 9 menunjukkan menunjukkan nilai keseluruhan bagi faktor gaya hidup. Nilai min yang paling tinggi bagi faktor gaya hidup adalah pada soalan dapat menjimatkan masa dan tenaga iaitu 4.32. Jumlah purata nilai min keseluruhan terhadap faktor gaya hidup ialah 4.08 dan ini menunjukkan faktor gaya hidup berada pada tahap yang tinggi.

##### (b) Analisis Diskriptif Faktor Harga

**Jadual 10: Dapatan analisis faktor harga**

Item	Min	Sisihan Piawaian	Tahap
Harga makanan yang ditawarkan secara atas talian berpatutan	3.15	1.088	Sederhana
Anda sanggup membayar lebih ketika membuat pembelian secara atas talian.	3.22	1.141	Sederhana
Pembelian diatas talian lebih mudah dan efisien	4.07	1.035	Tinggi
Anda selalu memilih restoran yang menawarkan harga yang berpatutan ke atas makanan dan minuman yang disediakan	3.59	1.062	Sederhana
Aplikasi atas talian sentiasa menawarkan promosi bagi sesetengah produk/ perkhidmatan yang disediakan	3.87	1.037	Tinggi
<b>Jumlah Purata Skor</b>	<b>3.58</b>	<b>0.853</b>	<b>Sederhana</b>

Jadual 10 diatas menunjukkan jumlah min yang berapada pada tahap tinggi bagi soalan faktor harga ialah Anda selalu memilih restoran yang menawarkan harga yang berpatutan ke atas makanan dan minuman yang disediakan iaitu 4.07. manakala soalan Harga makanan yang ditawarkan secara atas talian berpatutan.mendapat jumlah min 3.15 beradapada tahap sederhana. Jumlah keseluruhan min untuk faktor harga ialah 3.58 dan berada pada tahap pusat kecenderungan sederhana.

(c) *Analisis Diskriptif Faktor Kepercayaan***Jadual 11: Dapatan analisis faktor harga**

Item	Min	Sisihan Piawaian	Tahap
Kepercayaan Saya membeli makanan di atas talian kerana saya percaya.	3.63	1.081	Sederhana
Kepercayaan saya meningkat setelah melihat maklum balas daripada pembeli lain	3.91	0.985	Tinggi
Jumlah <i>rating</i> restoran di dalam sesuatu aplikasi penghantaran makanan atas talian mempengaruhi kepercayaan saya	4.02	0.972	Tinggi
Makanan yang diterima seperti dalam menu yang dipilih	3.75	1.017	Sederhana
Sentiasa mementingkan kualiti produk dan perkhidmatan	4.05	1.993	Tinggi
<b>Jumlah Purata Skor</b>	<b>3.87</b>	<b>0.852</b>	<b>Tinggi</b>

Jadual 11 diatas merupakan hasil keputusan kajian faktor kepercayaan. Jumlah min yang tertinggi adalah untuk soalan, Sentiasa mementingkan kualiti produk dan perkhidmatan iaitu 4.05. Jumlah keseluruhan bagi faktor kepercayaan adalah 3.872 dan berada pada tingkat kecenderungan yang tinggi.

#### 4.6 Faktor Domiman Pemilihan Pembelian Makanan Atas Talian Sepanjang Pandemi Dalam Kalangan Mahasiswa FPTP, UTHM

**Jadual 12: Faktor dominan pemilihan pembelian makanan atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa FPTP, UTHM**

Bil	Item	Min	Sisihan Piawaian	Tahap
1	Faktor gaya hidup	4.08	0.876	Tinggi
2	Faktor harga	3.58	0.853	Sederhana
3	Faktor kepercayaan	3.87	0.853	Tinggi

Berdasarkan Jadual 12 Berdasarkan jadual 19 diatas, menunjukkan faktor-faktor pemilihan pembelian makanan atastalian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa fakulti pengurusan teknologi dan perniagaan, UTHM iaitu faktor gaya hidup. Jumlah skor min adalah sebanyak 4.08 dan berada di tahap tinggi. Faktor gaya hidup mempunyai peranan yang penting dalam pemilihan pembelian makanan secara atas talian.

## 5. Rumusan, Perbincangan dan Cadangan

### 5.1 Dapatan Kajian

Bab 5 ini merupakan bahagian yang terakhir dalam penyelidikan ini, penyelidik harus membuat rumusan bagi penyelidikan yang telah dibuat dan perlu mengemukakan cadangan yang bersesuaian dengan kajian yang dijalankan. Rumusan kajian yang telah dibuat adalah berdasarkan analisis kajian dan dapatan kajian bagi menjawab persoalan dan mencapai objektif kajian yang telah dinyatakan dalam pertama. Selain itu, bab ini juga berkaitan limitasi kajian yang dihadapi oleh penyelidik serta cadangan kajian akan datang dan rumusan kajian. Perbincangan hasil kajian mengikut objektif kajian seperti di bawah.

#### (a) *Faktor-Faktor Pemilihan Pembelian Makanan Atas Talian Sepanjang Pandemi Dalam Kalangan Mahasiswa*

Analisis deskriptif telah digunakan oleh pengkaji untuk mendapatkan hasil kajian terhadap faktor pemilihan pembelian makanan secara atas talian sepanjang pandemik kalangan mahasiswa FPTP.UTHM. Faktor gaya hidup telah menunjukkan tingkat kenderungan yang paling tinggi iaitu ( $m=4.08$ ,  $sp=0.876$ ). Hal ini dapat disimpulkan bahawa majoriti responden bersepakat bahawa faktor gaya hidup memainkan peranan penting sebelum mengambil keputusan untuk membuat pembelian makanan secara atas talian. Menurut W.wardoyo&Intan Andini (2017), faktor gaya hidup merupakan konsep yang sangat sesuai di ketahui dalam menganalisis perilaku pengguna semasa membuat keputusan pembelian. Hal ini kerana faktor gaya hidup memainkan peranan penting kepada peniaga untuk memastikan produk dan perkhidmatan dapat sambutan pelanggan.

Selain itu, faktor kepercayaan juga telah mendapat skor min yang tinggi iaitu ( $min = 3.87$ ,  $sp = 0.853$ ) dan ianya berada pada tahap kecenderungan tinggi. Hal ini kerana 36 kepercayaan seseorang individu bergantung kepada imej perniagaan. Jika sesuatu perniagaan mempunyai reputasi yang baik, maka ttingkat kepercayaan terhadap perniagaan tersebut akan menaik dan bertambah. Hal ini kerana dengan adanya kepercayaan, pelanggan boleh mendapat kepuasan dalam diri terhadap setiap pembelian yang dilakukan dan ianya akan meningkatkan lagi tahap kepercayaan dalam diri pembeli terhadap perniagaan tersebut dan seterusnya akan menimbulkan komitmen yang lebih tinggi terhadap perniagaan atau perusahaan tertentu (Nazathul *et al.*, 2016).

Seterusnya, faktor harga menunjukkan nilai angka min yang rendah berbanding dengan faktor lain iaitu ( $m = 3.58$ ,  $sp = 0.853$ ) iaitu pada tahap kecenderungan yang sederhana. Meajoriti responden kurang bersetuju bahawa harga yang ditawarkan di dalam aplikasi penghantaran makanan adalah rendah berbanding di kedai. Hal ini kerana setiap penghantaran akan dikenakan cas penghantaran dan menyebabkan berlakunya peningkatan kos.

*(b) Faktor Domiman Pemilihan Pembelian Makanan Atas Talian Sepanjang Pandemik Dalam Kalangan Mahasiswa FPTP, UTHM*

Objektif kajian yang kedua adalah untuk mengenalpasti faktor dominan pemilihan pembelian makanan secara atas talian dalam kalangan mahasiswa FPTP, UTHM dan ianya dapat dikenalpasti melalui kajian yang telah dilakukan. Hasil daripada kajian ini, faktor dominan pemilihan pembelian makanan secara atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa FPTP, UTHM ialah faktor gaya hidup.

Gaya hidup berkaitan dengan cara hidup seseorang, cara menggunakan wang saku dan bagaimana untuk memperuntukkan masa mereka. Hal ini kerana gaya hidup adalah satu konsep sangat penting untuk menganalisa tingkah laku pengguna dalam membuat keputusan sewaktu pembelian. Gaya hidup bermula dengan pengenalan tingkah laku (tingkah laku) tentang minat, keinginan, dan kemahuan pengguna. Seterusnya, ia akan mempengaruhi tingkah laku seseorang dan pilihan penggunaan seseorang. Seorang individu lebih terarah untuk memilih produk, perkhidmatan atau aktiviti tertentu kerana ia dikaitkan dengan gaya kehidupan tertentu (W.wardoyo&Intan Andini 2017).

## 5.2 Limitasi Kajian

Setiap kajian pasti akan mempunyai batasan yang tersendiri. Kajian mengenai sebabsebab pemilihan pembelian makanan secara atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa fptp, UTHM ini mempunyai beberapa halangan yang perlu dipertimbangkan. Beberapa batasan dapat dilihat menerusi kajian ini.

Antara limitasi kajian ini ialah dari segi kaedah kajian. Hal ini kerana menerusi kaedah kajian kuantitatif dengan memakai borang soalselidik, penyelidik menghadapi kesukaran untuk memperolehi kerjasama dan maklum balas daripada responden. Ini sangat memainkan peranan penting kepada penyelidik untuk mendapatkan maklumat maklum balas yang sahih daripada responden untuk mendapatkan hasil kajian yang tepat. Hal ini kerana penggunaan borang soal selidik sebagai alat pengumpul data akan menyebabkan responden tidak boleh menjawab soalan dengan tepat mengikut dengan apa yang difikirkan oleh mereka dan tidak serius semasa menjawab soal

selidik yang disebarkan. Seterusnya, untuk mendapatkan maklumat yang tepat ianya memerlukan kesungguhan yang tinggi daripada responden untuk merespons soal selidik yang telah disediakan. Selain itu, sampel kajian adalah kecil dan terhad. Hal ini kerana ianya memfokuskan kepada pelajar Fakulti Pengurusan Teknologi dan Perniagaan, UTHM sahaja dan ini telah menyukarkan pengkaji untuk mendapat maklum balas daripada responden yang luas. Hal ini kerana kajian ini tidak mengambil pandangan daripada responden yang daripada pelajar IPTA dan IPTS lain yang juga akan mempengaruhi faktor-faktor pemilihan dalam membuat pembelian makanan secara atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa.

### 5.3 Cadangan Kajian

Melalui kajian ini, pengkaji dapat mengenalpasti sebahagian faktor-faktor pemilihan makanan secara atas talian dalam kalangan pelajar sepanjang pandemik. Walau bagaimanapun terdapat banyak lagi faktor-faktor pemilihan lain yang boleh dikaji oleh pengkaji pada masa hadapan. Oleh itu kepada pengkaji akan datang, saya cadangkan supaya mereka membuat kajian tentang faktor-faktor yang lain dengan lebih meluas dan skop yang lebih besar. Melalui kajian ini sedikit sebanyak dapat membantu golongan peniaga setempat untuk dijadikan sebagai panduan pada masa hadapan.

Pengkaji lain juga boleh meluaskan lagi kajian dengan meninjau faktor-faktor lain yang menguasai 38 pemilihan pembelian makanan secara atas talian dalam kalangan pelajar dengan mengambil kira analisis regresi. Cadangan ini dibuat untuk kajian hadapan supaya ia dapat membantu para peniaga-peniaga di sekitar untuk mempertingkatkan mutu pemasaran mereka, menaikkan lagi untung jualan, serta mengembangkan lagi perniagaan mereka ke peringkat yang lebih global melalui faktor-faktor yang telah dikenal pasti hasil keputusan penyelidikan ini.

### 5.4 Kesimpulan

Kesimpulannya, dalam kajian faktor-faktor pemilihan pembelian makanan secara atas talian sepanjang pandemik dalam kalangan mahasiswa FPTP, UTHM penyelidik telah dapat mencapai kedua-dua objektif kajian. Hasil daripada kajian ini penyelidik mendapati bahawa majoriti responden bersetuju memilih faktor gaya hidup sebagai faktor dominan antara faktor-faktor lain yang dinyatakan dalam penyelidikan ini.

### Penghargaan

Penulis ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada Kumpulan Fokus Pengurusan Teknologi dan Fakulti Pengurusan Teknologi dan Perniagaan, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia untuk segala sokongan yang diberi.

### Rujukan

- Ang Kean Hua. (2016). Pengenalan Rangkakerja Metodologi dalam Kajian Penyelidikan : Satu Kajian Kes Abstrak Introduction to. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 17–24. <https://msocialsciences.com/index.php/mjssh/article/view/8/8>
- BERNAMA. (2020, January 5). - Industri penghantaran makanan halal perlu kawalankeraajaan.
- BERNAMA. (2020, March 18). Permintaan penghantaran makanan melonjak 30peratus. *Sinarharian*;sinarharian.
- BERNAMA. (2021, November 10). - Food Rider Antara Barisan Hadapan Era Pandemik COVID 19. *BERNAMA*.<https://www.bernama.com/bm/tintaminda/news.php?id=2010861>
- Darke, P. R., Freedman, J. L., & Chaiken, S. (1995). Percentage Discounts, Initial Price, and Bargain Hunting: A Heuristic-Systematic Approach to Price Search Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 80(5), 580–586. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.80.5.580>
- Farhan Mat Arisah, ., Shamsul Azahari, ., & Ahmad Hariza Hashim, . (2016). Amalan Pembelian Secara Atas Talian dan Faktor- Faktor Mempengaruhi Abstrak Online Shopping Practices and Factors Influencing Abstract Pengenalan Sorotan Literatur. *Malaysian Journal of Social Science and Humanities*, 1(3), 111–123.

- Jahari, N. A., & Al-Aidaros, A.-H. (2016). Online dropship for business transaction in malaysia : views online dropship for business transaction in malaysia : views from muslim scholars. *Ijib*,1(June), 12–28.
- Johanson, G. A., & Brooks, G. P. (2010). Initial Scale Development: Sample Size for Pilot Studies. *Educational and Psychological Measurement*, 70(3), 394–400
- Kamal, A. S. (2013). Sistem Tempahan Makanan dan Barang Runcit Secara Atas Talian(OoDeli).16(June).
- Liyana Zakaria, N., Ramlan, R., Pengurusan Pengeluaran dan Operasi, J., & Pengurusan Teknologi dan Perniagaan, F. (2021). Kriteria Keutamaan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penghantaran Makanan Pihak ketiga Dalam Talian dalam Kalangan Generasi Wawasan Malaysia di UTHM. *Research in Management of Technology and Business*, 2(2), 342–356. <http://publisher.uthm.edu.my/proceeding/index.php/rmtb>
- Muhammad Zakwan Zahari, Muhammad Rusyaidi Razali, M. I. M. I. (2021). Perkembangan Sektor Penghantaran Makanan ke Rumah melalui Pembelian Atas Abstrak The Effect of New Normson Consumer from the Social Aspect Activities Abstract Pengenalan Objektif Kajian Kajian Literatur. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(7), 277–281.
- Nadzri, S., Fauzi, A. F., Abd Rahman, S. S., & Baharudin, N. A. (2017). Kepercayaan Pengguna Dalam Pembelian Atas Talian: Kajian Kes. *Proceeding of the 4th International Conference on Management and Muamalah 2017 (ICoMM 2017)*,2017(ICoMM), 62–75.
- Nakandala, D., Bag, L., Lau, H. C. W., & Lecturer, S. (2013). Issue: 24, 2013. 88–106. Nuryanto. (2014). Aplikasi EDI ( Electronic Data Interchange ) Sebagai Wujud Pengembangan Pemberdayaan UMKM Furniture di Jawa Tengah. *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan (SEMANTIK)*, 2014(November), 135–141.
- Nazathul, N., Abd, T., Tri, R., Suryani, S., Faradillah, I., Omar, Pengurusan, F., Muamalah, D., Univeristi, K., Antarabangsa, I., & Malaysia, S. (2016). FAKTOR-FAKTOR PEMBELIAN PRODUK DI MEDIA SOSIAL DALAM KALANGAN GENERASI MUDA KUIS. <http://conference.kuis.edu.my/icommm3rd/e proceedings/IC-012.pdf>
- Piaw, C. Y. (2006). Kaedah Penyelidikan buku 2. Kuala Lumpur McGraw-Hill (Malaysia) Sdn. Bhd. - References - Scientific Research Publishing. (2016). Scirp.org. [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1760672](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1760672)
- Rahman, I. B. H. A., Khairi, N. B. M., & Aziz, A. bin. (2021). PEMBELIAN MAKANAN SECARA ATAS TALIAN SEMASA PANDEMIK COVID-19. 32–42.
- Talib, N. N. A., Suratun, T. R. S., & Omar, F. I. (2016). Faktor-Faktor Pembelian Produk Di Media Sosial Dalam Kalangan Generasi Muda Kuis. *Proceeding of the 3rd International Conference on Management & Muamalah*, 2016(3), 1–134. <http://conference.kuis.edu.my/icommm3rd/e proceedings/IC-012.pdf>
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical education*, 2, 53.
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 19(1), 12. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>
- Zahari, M. Z., Razali, M. R., & Mohd Ishar, M. I. (2021). Perkembangan Sektor Penghantaran Makanan ke Rumah melalui Pembelian Atas Talian Sepanjang Pandemi Covid-19 di Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(7), 277–281. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i7.866>