

Mengkaji Tahap Kesedaran Pengguna Terhadap Risiko Pembelian di atas Talian dalam kalangan Pelajar FPTP

Tabita Yah Bah Halim¹ & Mohd Asmadi Mohd Angsor^{1,*}

¹Jabatan Pengurusan dan Teknologi, Fakulti Pengurusan Teknologi dan Perniagaan, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, 86400 Batu Pahat, Johor

*Corresponding Author

DOI: <https://doi.org/10.30880/rmtb.2023.04.01.010>

Received 31 March 2023; Accepted 30 April 2023; Available online 01 June 2023

Abstract: In compliance with the Movement Control Order (MCO) that was launched in March 2020, consumers have changed their purchasing methods which now fully use online platforms, one of which is online business to stop the spread of this Covid-19 epidemic. Online shopping is chosen as a quick way to buy necessities without having to queue at the counter and customers can browse the items they want to buy and compare brands, prices and quality before placing an order. However, consumers who make a transaction for the purchase of a desired item are more susceptible to various risks. Therefore, this study was conducted to examine the objectives related to the level of consumer awareness of purchase risks and the level of awareness of legal issues in online purchases along with the relationship to the risks that consumers face. This study focused on FPTP students at UTHM as respondents for this study. A total of 335 respondents' data was collected through a questionnaire that was distributed online. Correlation analysis was done using SPSS software and the results showed $r=0.680$ while the range of $p=.000$ where $p>0.01$ is positive, then H1: there is a significant relationship between legal issues and consumer awareness of the risks of buying online, supported. The mean value for the independent variable is = 4.05 while for the dependent variable is = 4.02. The results of this study have shown that consumers' awareness of the risks of online purchases is strongly emphasized for security in terms of merchant fraud and privacy of personal information. This study also gives awareness to users to be aware of the risks that occur online and the enforcement authorities need to increase alternatives to protect the rights of users.

Keywords: Online purchases, Consumer awareness, Purchase risks, Legal issues

Abstrak: Pematuhan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang dilancarkan pada Mac 2020, pengguna telah mengubah kaedah pembelian yang kini menggunakan sepenuhnya platform di atas talian salah satunya adalah perniagaan di atas talian untuk menghentikan penularan wabak dalam Covid-19 ini. Membeli-belah dalam talian dipilih sebagai kaedah yang cepat untuk membeli barang keperluan tanpa perlu beratur di kaunter dan pelanggan boleh menyemak imbas barangan yang mereka ingin

beli dan membandingkan jenama, harga dan kualiti sebelum membuat pesanan. Walaubagaimanapun, pengguna yang membuat transaksi untuk pembelian sesuatu barangan yang diingini lebih mudah terdedah dengan pelbagai risiko. Oleh yang demikian, kajian ini dilakukan untuk mengkaji objektif yang berkaitan dengan tahap kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian dan tahap kesedaran isu perundangan dalam pembelian secara atas talian beserta hubungan terhadap risiko yang pengguna hadapi. Kajian ini tertumpu kepada pelajar FPTP di UTHM sebagai responden untuk kajian ini. Sebanyak 335 data responden dikumpul melalui borang soal selidik yang diedarkan secara atas talian. Analisis korelasi telah dilakukan dengan menggunakan perisian SPSS dan keputusan menunjukkan $r=0.680$ manakala julat $p=.000$ di mana $p>0.01$ adalah positif, maka H1: terdapat hubungan yang disignifikasikan di antara isu perundangan dan kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara dalam talian, disokong. Nilai min bagi pembolehubah tidak bersandar adalah= 4.05 manakala untuk pembolehubah bersandar adalah= 4.02. Hasil kajian ini telah menunjukkan kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara atas talian sangat dititik beratkan untuk keselamatan dari segi tipu daya peniaga dan privasi maklumat peribadi. Kajian ini juga memberi kesedaran kepada pengguna untuk sedar akan risiko-risiko yang terjadi di atas talian dan pihak berkuatakuasa perlu meningkatkan alternatif untuk melindungi hak pengguna.

Kata Kunci: Pembelian atas talian, Kesedaran pengguna, Risiko pembelian, Isu perundangan

1. Pengenalan

Sejak pandemik Covid-19 menular secara meluas di Malaysia pada tahun 2020, ramai masyarakat yang terkesan dengan inflasi ekonomi yang merudum dan kehidupan masyarakat pada hari ini termasuk penggunaan internet yang makin berleluasa memudahkan semua masyarakat untuk mencari pelbagai maklumat dan juga boleh melakukan transaksi secara atas talian.

Membeli-belah dalam talian telah menjadi tabiat biasa di negara maju untuk seketika, dan ia menjadi semakin popular di kalangan penduduk tempatan. Melalui pembelian dalam talian, pelanggan boleh menyemak imbas barangan yang mereka ingin beli dan membandingkan jenama, harga dan kualiti sebelum membuat pesanan (Farhan Mat Arisah *et al.*, 2016).

Walaubagaimanapun, pengguna yang membuat transaksi untuk pembelian sesuatu barangan yang diingini lebih mudah terdedah dengan pelbagai risiko. Hal ini demikian kerana mereka tidak dapat melihat transaksi secara terus kerana transaksi yang berlaku hanya bergantung dengan penggunaan teknologi canggih seperti telefon pintar, laptop dan tablet.

Risiko yang bakal dihadapi pembeli ketika melakukan urusan transaksi melalui atas talian seperti risiko penghantaran, risiko kewangan, keselamatan, penipuan dalam transaksi kewangan, kualiti barang yang tidak sama seperti yang diiklankan, melayari laman web palsu, jualan produk yang membahayakan kesihatan dan lain-lain lagi. Dalam pada itu, seperti yang dinyatakan di dalam satu artikel (FOMCA, 2017), di mana peniaga dan penjual melakukan tawar-menawar barang tetapi kualiti barang yang sampai ke tangan pembeli tidak sama seperti yang dijanjikan dan hal ini akan menyebabkan pembeli berasa tidak puas hati dan meminta ganti rugi. Bermula dari kes ini, tahap kesedaran pengguna dalam hak perundangan akan dikaji untuk memastikan hak pembeli terlindung (Consumer Protection Act 1999) serta tiada isu pelanggaran kontrak di bawah Akta Kontrak 1950.

Oleh itu, pernyataan masalah yang ditekankan dalam kajian ini adalah ingin mengetahui tahap kesedaran pelajar sebagai pengguna terhadap risiko pembelian di atas talian yang boleh mempengaruhi pembelian barang secara atas talian, dan juga mengenal pasti tahap kesedaran isu perundangan dalam pembelian di atas talian yang boleh dikaitkan dengan beberapa faktor isu yang berkaitan dalam sebuah platform tertentu di kalangan pelajar dalam membeli sesuatu barangan dan memberikan butiran diri dengan lebih terperinci (Oteshova *et al.*, 2021).

Kajian ini dilakukan adalah untuk mengkaji tahap kesedaran pelajar sebagai pengguna terhadap risiko pembelian di atas talian, mengenalpasti tahap kesedaran isu perundangan dan juga hubungan di antara isu perundangan dan kesedaran pengguna dalam kalangan pelajar FPTP.

Skop kajian ini ditetapkan adalah dari kalangan pelajar FPTP di Uthm di mana terdapat beberapa bidang (programmes) iaitu BPA, BPB, BPC, BPD dan BPP. Kumpulan responden ini dipilih untuk menjawab borang soal selidik yang telah disediakan dalam bentuk 'Google Form' untuk mendapatkan maklumat data yang sahih dan sah.

Dapatan kajian yang dibuat akan digunakan sebagai rujukan kepada tahap kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian di atas talian. Kajian ini dijalankan untuk mengetahui tahap, isu dan hubungan yang dihadapi oleh pengguna semasa melakukan pembelian secara atas talian dengan pelbagai jenis tingkah laku penjual yang melakukan perdagangan di atas talian.

Operasi kajian dalam risiko pembelian apabila pengguna membeli dalam talian, individu sering menghadapi cabaran dan menjadi mangsa penipuan yang dilakukan oleh peniaga. Sebagai contoh, selepas melakukan transaksi, pengguna tidak menerima barang yang mereka pesan. Hal ini berlaku akibat daripada peniaga yang suka mengambil kesempatan yang hanya tertumpu kepada keuntungan kewangan.

Isu perundangan pula dari segi barang yang dijual tidak seperti yang diiklankan, termasuk perkara seperti pelanggan tidak boleh memakai baju kerana warna dan corak berbeza dari dalam gambar dan ini berkait dengan kajian (Covid- *et al.*, 2021). Keterdedahan maklumat peribadi merujuk apabila membuat transaksi dalam talian, terdapat kemungkinan maklumat peribadi, termasuk nombor kad kredit, alamat rumah, nombor telefon dan butiran lain, mungkin akan tersebar ke jaringan yang lebih luas dan akan menyebabkan pengguna berasa tidak yakin dengan perlindungan maklumat peribadi mereka.

2. Kajian Literatur

Bab ini membincangkan tajuk dengan lebih terperinci mengenai pemboleh ubah bebas (IV) dan pemboleh ubah bersandar (DV). Pemboleh ubah bebas ialah isu perundangan dalam pembelian secara atas talian di kalangan pelajar FPTP di UTHM, manakala pemboleh ubah bersandar ialah kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara dalam talian.

2.1 Pengenalan Pembelian Atas Talian Dalam Kalangan Pelajar

Pembelian atas talian semakin berkembang maju di Malaysia khususnya pelajar mahupun mahasiswa. Berbanding pembelian yang dilakukan secara fizikal di mana individu tersebut perlu membuat pembelian untuk mendapatkan barangan di kedai dan dari situ boleh dinilai bahawa banyak masa yang terbazir dan memerlukan kos untuk ke tempat tersebut. Oleh itu, platform pembelian atas talian telah diperkenalkan sejak pandemik Covid-19 yang telah menyebabkan ramai yang hilang pendapatan tetap dan sistem ini juga wujud untuk memudahkan pelajar atau mahasiswa melakukan pembelian secara atas talian dengan lebih mudah dan menjimatkan masa kerana segala transaksi dilakukan melalui platform tertentu.

Pengenalan dari teknologi canggih telah membuka mata masyarakat untuk memulakan norma hidup baharu di mana laman web atau aplikasi seperti shopee, lazada dan sebagainya boleh dijadikan aktiviti jual beli barang atau melakukan pelbagai perkhidmatan secara atas talian dengan menggunakan telefon mudah alih dengan mudah. Dengan kepesatan yang sedemikian, pembelian atas talian telah menjadi satu fenomena yang maju dalam membangunkan ekonomi negara serta boleh digunakan oleh pelbagai peringkat umur untuk aktiviti yang mendatangkan keuntungan kepada mana-mana pihak. Platform yang terkenal dan biasa digunakan oleh penjual atau peniaga untuk urusan menjual adalah seperti Lazada dan Shopee (Dr. Rahmah Mokhtar, 2020).

2.2 Kesedaran Pengguna Terhadap Risiko Pembelian di Atas Talian

Masalah yang sering berlaku adalah kualiti barang yang berbeza daripada yang diiklankan oleh penjual dan tidak mendapat barang seperti yang dijanjikan.

Di samping itu, transaksi yang dilakukan secara atas talian juga tidak semuanya selamat dan terdapat risiko yang tidak dapat dijangka oleh pengguna iaitu pelajar yang tidak menyedari keburukan lebih daripada kelebihan dalam membuat pembelian barang secara atas talian. Antara contoh risiko yang sering berlaku adalah dari segi barang yang diterima tidak sama seperti yang diiklankan dimana dari segi warna, saiz serta kualiti barangan tersebut (Farhan Mat Arisah *et al.*, 2016).

(a) Faktor-faktor risiko pembelian secara atas talian

Kajian ini disokong lagi oleh kajian oleh (Arisah *et al.*, 2016), yang mendapati bahawa pengalaman, kebolehpercayaan produk yang diberikan, pertimbangan keselamatan, risiko, dan risiko adalah semua faktor yang mempengaruhi pembelian dalam talian.

Kajian ini hanya tertumpu kepada elemen risiko kerana semua aspek lain, kecuali faktor risiko, mempunyai kesan positif terhadap pembelian dalam talian, termasuk faktor perkhidmatan, kualiti produk, harga yang ditawarkan, keselamatan, kebolehpercayaan dan pengalaman. Majoriti kajian menunjukkan bahawa pertimbangan risiko memberi kesan negatif terhadap tingkah laku pelanggan semasa membuat pembelian dalam talian.

Selain itu, risiko perniagaan atas talian ini dikhuatiri dan mempunyai kesan negatif terhadap sikap mengenai tingkah laku pembeli, tingkah laku pembelian dalam talian, dan niat untuk melakukan transaksi pembelian atas talian (Masoud, 2013). Menurut kajian lepas didapati lima faktor risiko pembelian secara atas talian iaitu risiko penghantaran, risiko kewangan, risiko keselamatan, risiko produk dan risiko masa yang akan dikaji dalam kajian ini. Risiko telah disenaraikan seperti Jadual 2.1 di bawah.

Jadual 1: Faktor-faktor risiko

Dimensi	Definisi	Sumber
Risiko Penghantaran	Kebarangkalian untuk kehilangan barang yang telah dipesan ketika membuat pembelian secara atas talian.	Zhang <i>et al.</i> (2012)
Risiko Kewangan	Potensi kehilangan wang disebabkan oleh penipuan atau produk yang dibeli tidak berfungsi seperti yang dijangkakan	Almoussa, (2011)
Risiko keselamatan	Kerisauan dari pengguna yang merasakan kad kredit mereka dan maklumat kewangan mereka akan diguna pakai oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.	Li dan Rajagopalan, (2008)
Risiko Produk	Kebarangkalian bahawa produk yang dibeli gagal berfungsi seperti yang diharapkan.	Zheng dan Favier (2012)
Risiko Masa	Masa yang diambil pengguna untuk membuat pesanan dan mencari maklumat mengenai produk secara atas talian seperti maklum balas daripada pembeli sebelum ini, tahap kepercayaan dan tahap kepuasan pengguna.	Ariff <i>et al.</i> (2014); Dai <i>et al.</i> (2014)

2.3 Isu Perundangan dalam Talian

Pembelian melalui atas talian atau lebih dikenali sebagai E-Dagang adalah mudah dan pantas, dan ianya mempunyai risiko tersendiri dari segi keselamatan privasi, kualiti barangan yang tidak sama seperti yang diiklankan oleh penjual, penghantaran barangan yang rosak tanpa pengguna sedar akan isu-isu yang wujud.

Isu yang sering berlaku adalah barang yang diiklankan tidak sama dengan fizikal yang sebenar dan hal ini telah membuatkan pengguna berasa tidak berpuas hati dengan pesanan yang sampai ke tangan mereka. Beberapa isu barang yang diiklankan tidak sama adalah seperti warna, kualiti, reka bentuk barang yang dipesan oleh pengguna dan membuatkan pelanggan menuntut ganti rugi terhadap isu tersebut. Menurut sumber dari kajian (Mohd Fauzi Harun *et al.*, 2018) penjual memaparkan iklan yang dapat menarik perhatian pelanggan mereka agar barangan tersebut dapat dijual dan penjual tidak akan

melakukan ganti rugi atau pemulangan barang yang rosak kepada pengguna untuk mengelakkan kerugian pada kos jualan yang dikeluarkan kepada pengguna.

(a) Pengenalan kontrak di Malaysia

Di Malaysia, istilah "kontrak" merujuk kepada komponen dan pembinaan perjanjian undang-undang yang mengikat. Perjanjian yang boleh ditegakkan oleh undang-undang disebut sebagai kontrak. Lihat Kontrak untuk penerangan umum tentang undang-undang kontrak. Artikel ini membincangkan bagaimana undang-undang kontrak benar-benar digunakan dalam bidang kuasa Malaysia. Sebagai tambahan kepada beberapa peruntukan dalam Akta Pelepasan Spesifik 1950, Akta Kontrak 1950 ialah Akta Parlimen yang mengawal undang-undang dan pewujudan kontrak di Malaysia.

(b) Kontrak pembelian secara atas talian

Perjanjian itu boleh dinyatakan secara bertulis, secara lisan, atau ia boleh disimpulkan daripada kontrak pihak-pihak. Semua orang yang terlibat mesti boleh membeli dan menjual, yang bermaksud mereka mesti mencapai umur yang sah, berfikiran waras, dan tidak muflis (Ang, 2020).

Jadual 2: Sales of goods (SOGA)

s4(1)(2)	Kontrak Penjualan Barang (SOGA)
s4(1)	Kontrak penjualan barangan terbentuk apabila berlaku pemindahan harta dalam barangan dan transaksi melibatkan wang.
s4(2)	Penjualan kontrak boleh menjadi mutlak atau bersyarat. Mutlak : tiada komisen yang terlibat dalam kontrak Bersyarat : memenuhi syarat-syarat tertentu sebelum perjanjian dibuat

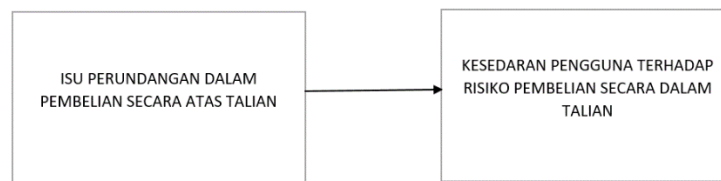
(c) Pengenalan hak pengguna dalam akta kontrak

Bagi tujuan mencegah amalan perdagangan tidak adil dalam talian, Kerajaan Pusat telah memaklumkan Peraturan Perlindungan Pengguna dalam talian, 2020 berkuat kuasa 23 Julai 2020. Akta perlindungan data peribadi 2010 (709) menjelaskan bahawa sekiranya data maklumat peribadi pengguna digodam atau privasi terganggu, pengguna boleh merujuk akta ini untuk mendapatkan hak perlindungan data peribadi tersebut (Peribadi, 2020.) Untuk memastikan pematuhan Akta Perlindungan Pengguna (Akta 599) , 2019 dan Peraturan, pelantikan Ketua Pegawai Pematuhan, orang yang boleh dihubungi nodal untuk penyelarasan 24x7 dengan agensi penguatkuasa undang-undang.

2.4 Hipotesis Kajian

Hipotesis kajian ini dilakukan seperti senarai di bawah, yang mengikut kajian literatur yang telah dibincangkan dan dengan berkait dengan kedua-dua pembolehubah bebas dan pembolehubah bersandar.

H1: Terdapat hubungan yang disignifikasikan di antara isu perundangan dalam pembelian secara atas talian dan kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara dalam talian.



Rajah 1: Kerangka Konseptual

3. Metodologi Kajian

Bab ini akan membincangkan metodologi kajian yang menyeluruh dalam mengkaji kajian yang digunakan. Secara lebih terperinci, bab ini adalah garis-garis besar strategi kajian, pendekatan kajian, kaedah kajian pengumpulan data, reka bentuk persampelan, populasi dan saiz sampel, carta alir kajian, kaedah menganalisis data, dan ringkasan penyelidikan.

3.1 Rekabentuk Kajian

Reka bentuk kajian dilakukan dalam bentuk kuantitatif, tinjauan dalam pengumpulan data responden adalah cara terbaik untuk mendapatkan maklumat yang lebih jelas (Madrigal dan McClain, 2012). Melalui reka bentuk kajian ini jelas dapat mengetahui tahap kesedaran pengguna terhadap risiko dan isu perundangan dalam pembelian secara atas talian dalam kalangan pelajar FPTP di UTHM. Target responden untuk kajian ini adalah pelajar FPTP di UTHM dan maklumat data yang diambil akan disebarkan melalui borang soal selidik.

3.2 Pengumpulan Data

Dalam kajian ini, pengumpulan data yang digunakan oleh pengkaji adalah kaedah data primer untuk mendapatkan data melalui soal selidik (Zhang *et al.*, 2018). Soal selidik ini diedarkan secara atas talian kepada responden pelajar FPTP seramai 335 pelajar di UTHM. Data yang terkumpul dalam kajian ini melibatkan demografi responden di mana ringkasan profil telah dibentangkan dalam Jadual 3.

Jadual 3: Profil Demografi Responden

Demografi	Butiran	Kekerapan	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	175	52.3
	Perempuan	160	47.7
Bangsa	Melayu	190	56.5
	Cina	100	29.8
	India	35	10.4
	Lain-lain	10	3.3
Tahun Pengajian	Tahun 1	55	16.4
	Tahun 2	49	14.6
	Tahun 3	74	22
	Tahun 4	157	47
Program	BPA	136	40.5

	BPB	48	14.3
	BPC	88	26.2
	BPD	57	17
	BPP	6	2.1
Pengalaman pembelian secara atas talian	Ya	335	100
Kekerapan melakukan pembelian secara atas talian (setiap bulan)	2 hingga 5 kali	142	42.3
	8 hingga 15 kali	121	36
	16 hingga 20 kali	40	11.9
	Lebih 20 kali	32	9.8

3.3 Data Analisis

Terdapat 4 jenis analisis yang digunakan dalam penyelidikan ini iaitu analisis deskriptif, analisis kebolehpercayaan, ujian normaliti dan analisis korelasi. Tahap kesesuaian analisis deskriptif adalah mengikut tafsiran min (Rosmawati, 2020) dengan purata nilai min antara 1.00 hingga 2.33 mewakili lemah di mana antara 2.34 hingga 3.67 adalah sederhana dan nilai antara 3.68 hingga 5.00 mewakili tinggi. Salah satu ukuran kebolehpercayaan yang paling banyak digunakan dalam organisasi dan sains sosial ialah alpha Cronbach yang menunjukkan kebolehpercayaan yang sempurna, nilai kurang daripada 0.06 membuktikan bahawa item tersebut tidak boleh dipercayai dan julat 0.80 hingga 0.90 adalah julat yang biasanya digunakan dalam kebanyakan penyelidikan. (Bonett & Wright, 2015). Terdapat ujian kenormalan ialah Ujian Kolmogorov-Smirnov dan Ujian Shapiro-Wilk. Ujian Shapiro-Wilk digunakan jika saiz sampel kajian kurang daripada 50 dan manakala dalam kajian ini saiz sampel melebihi 50, Kolmogorov-Smirnov digunakan. Analisis korelasi yang digunakan dalam kajian ini merangkumi korelasi Pearson dan Spearman. Korelasi Pearson digunakan jika data bertaburan normal manakala korelasi Spearman digunakan jika data tidak bertaburan normal.

4. Dapatan dan Analisis Data

Alpha Cronbach untuk isu perundangan dalam pembelian secara atas talian adalah 0.729. Pembolehubah bersandar iaitu kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara dalam talian mencapai nilai tertinggi pada 0.770. Keputusan ujian menunjukkan bahawa kebolehpercayaan soal selidik adalah sangat baik. Menurut (Ali Memon *et al.*, 2020), nilai Alpha Cronbach mestilah lebih daripada 0.50 untuk instrumen kajian yang sedang digunakan dianggap boleh dipercayai dan boleh diterima.

Jadual 4: Alpha Cronbach

	Cronbach's Alpha	N- Item dalam skala
Pembolehubah bebas (iv)		
Isu Perundangan dalam Pembelian Secara Atas Talian	0.729	6

Pembolehubah bersandar (dv)		
Kesedaran Pengguna Terhadap Risiko Pembelian Secara dalam Talian	0.770	6

Berdasarkan Jadual 5, min tertinggi iaitu pada kenyataan di mana pengguna boleh melakukan aduan jika kualiti barang tidak sama seperti yang diiklankan dan mendapat purata pada 4.16. Purata min seterusnya berada pada purata 4.07 dan 4.09 di mana pengguna mengadu bahawa barang yang diterima kebanyakannya barang tiruan dan rosak manakala kenyataan kedua bahawa pengguna percaya maklumat peribadi mereka tidak akan didedahkan kepada pihak yang lain. Dan akhir sekali, purata min pada kenyataan berkaitan risiko pembelian pada 4.00, warna dan rekabentuk barang yang diterima tidak sama pada 3.99 dan yang terakhir pengguna berasa berpuas hati dengan caj bayaran yang tidak akan dikenakan pada purata 4.00.

Untuk pembolehubah bersandar, barangan dalam e-dagang yang berkualiti dan tahan lama mendapat min yang tertinggi iaitu 4.04 manakala min kedua tertinggi adalah pada kenyataan yang isu-isu keselamatan, berhati-hati dalam pembelian barang secara atas talian dan keyakinan dalam membeli barangan atas talian mendapat purata sebanyak 3.92, 4.08 dan 4.01. Dan seterusnya dengan min pada 4.04 berada pada kenyataan diberi maklum pada iklan dan promosi palsu beserta berpuas hati dengan jenama yang dibeli.

Jadual 5: Analisis Deskriptif

Kenyataan	Min	Tahap
Isu Perundangan dalam Pembelian Secara Atas Talian		
Selepas saya membuat transaksi ke penjual, barang yang dihantar adalah barang tiruan atau rosak	4.07	Tinggi
Warna dan design barang yang diterima tidak seperti yang diiklankan di dalam gambar	3.99	Tinggi
Saya berhak membuat aduan jika kualiti barang tidak sama seperti yang diiklankan	4.16	Tinggi
Saya merasakan bahawa risiko yang berkaitan dengan pembelian dalam talian adalah sangat tinggi	4.00	Tinggi
Saya rasa maklumat peribadi saya yang diberikan untuk transaksi ke laman web ini tidak akan digunakan oleh pihak ketiga	4.09	Tinggi
Saya tidak akan dikenakan bayaran berlebihan jika saya membeli-belah dalam talian kerana laman web ini mempunyai maklumat kad kredit saya	4.00	Tinggi
Jumlah Purata	4.05	Tinggi
Kesedaran Pengguna terhadap Risiko Pembelian Secara dalam Talian		
Saya membeli-belah dengan lebih teliti dan berhati-hati sebelum membeli barang di e-dagang	4.08	Tinggi

Saya akan berpuas hati dengan membeli jenama ini dan membelanjakan wang di atas talian	4.04	Tinggi
Saya percaya bahawa barangan dalam e-dagang berkualiti dan tahan lama sama seperti di kedai fizikal	4.04	Tinggi
Saya yakin untuk melakukan pembelian secara dalam talian meskipun terdapat kegusaran mengenai isu privasi maklumat peribadi	4.01	Tinggi
Saya sedia maklum dengan isu-isu keselamatan maklumat peribadi di Internet dan laman sosial	3.92	Tinggi
Saya maklum mengenai iklan dan promosi palsu yang ditawarkan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab	4.04	Tinggi
Jumlah Purata	4.02	Tinggi

Jadual 6: Ujian Normaliti

Test of Normality						
	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
IV	.091	335	.000	.968	335	.000
DV	.108	335	.000	.968	335	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Keputusan ujian normaliti dipaparkan dalam Jadual 6. Walaupun tahap Shapiro-Wilk untuk ketersediaan isu perundangan dalam pembelian secara atas talian dan kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara dalam talian yang mempunyai taburan tidak normal dengan semua nilai adalah 0.0, Kolmogorov-Smirnova untuk kedua-dua pembolehubah bebas dan pembolehubah bersandar ialah $p < 0.05$, iaitu taburan bukan normal di mana nilainya berada dalam julat 0.0.

Jadual 7: Analisis Kolerasi

Spearman's rho	Kesedaran Pengguna Terhadap Risiko Pembelian Secara dalam Talian	Isu Perundangan dalam Pembelian Secara Atas Talian
Kesedaran Pengguna Terhadap Risiko Pembelian Secara dalam Talian	1	
Isu Perundangan dalam Pembelian Secara Atas Talian	.680**	1

Jadual 7 menunjukkan keputusan Pekali Korelasi Spearman, r ialah 0.680 yang merupakan isu perundangan dalam pembelian secara atas talian. Analisis korelasi menyokong positif yang disignifikan di antara isu perundangan dan kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara dalam talian. Oleh itu, H_1 disokong.

5. Rumusan, Perbincangan dan Cadangan

5.1 Dapatan Kajian

Berdasarkan objektif kajian untuk mengkaji tahap kesedaran, isu perundangan dan hubungan di antara isu perundangan dan tahap kesedaran pelajar sebagai pengguna terhadap risiko pembelian di atas talian dalam kalangan pelajar FPTP telah dilakukan. Analisis yang telah dijalankan mendapati bahawa tahap kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara atas talian di Malaysia adalah tinggi. Hal ini menunjukkan bahawa beberapa isu yang telah memberi kesedaran kepada pengguna terhadap risiko pembelian atas talian di Malaysia memberi kesedaran dan keyakinan yang tinggi, terutamanya dalam isu perundangan dari segi keselamatan maklumat peribadi mereka. Hal ini untuk memberi kesedaran kepada pengguna tentang risiko dan isu perundangan dalam atas talian sebelum melakukan sebarang transaksi yang melibatkan maklumat peribadi pengguna dan kesemua persoalan telah mencatatkan tahap yang tinggi.

5.2 Perbincangan

Perbincangan hasil kajian mengikut objektif kajian seperti di bawah.

(a) Perbincangan tentang objektif kajian yang pertama

Objektif pertama adalah tahap kesedaran pelajar sebagai pengguna terhadap risiko pembelian di atas talian dalam kalangan pelajar FPTP.

Analisis deskriptif telah digunakan untuk mengukur min bagi menjawab objektif kajian ini. Daripada bab yang telah dibincangkan sebelum ini, responden telah bersetuju di mana kebanyakan responden dapat menilai beberapa perkara dengan tahap yang baik dan memuaskan. Oleh itu, kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara atas talian sangat dititik beratkan untuk keselamatan dari segi tipu daya peniaga dan privasi maklumat peribadi (Ketika *et al.*, 2016).

(b) Perbincangan tentang objektif kajian yang kedua

Objektif kedua adalah tahap kesedaran isu perundangan dalam pembelian di atas talian di kalangan pelajar FPTP.

Pengguna yang melakukan transaksi dalam dunia digital tertakluk kepada beberapa bahaya. Ini berlaku kerana mereka tidak dapat melihat transaksi yang berlaku secara peribadi dan sebaliknya mesti berkomunikasi dengannya melalui peranti canggih seperti tablet, telefon pintar atau komputer. Walaupun pembelian dalam talian lebih mudah dan cepat, orang ramai juga lebih mudah ditipu, membolehkan penjenayah siber mencuri dan mengakses maklumat sensitif mereka seperti data akaun atau kad kredit (Portal Polis Di Raja Malaysia, 2019). Isu biasa ialah apabila barangan yang diperolehi berbeza daripada spesifikasi yang diberikan dalam talian dan pelanggan tidak menerima item yang tepat yang dijanjikan. Selain itu, terdapat bahaya seperti kerosakan pada produk sebelum pengeposan, semasa perjalanan, atau apabila tiba di destinasi (Yazid *et al.*, 2016). Menyebabkan responden bersetuju untuk mewujudkan hak pengguna dalam isu perundangan untuk masa hadapan.

(c) Perbincangan tentang objektif kajian yang ketiga

Objektif ketiga adalah mengkaji hubungan di antara isu perundangan dan kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara atas talian.

Berdasarkan data kolerasi yang terhasil telah menunjukkan wujudnya hubungan di antara isu perundangan dan kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara atas talian. Hal ini bermakna,

risiko-*risiko* yang terjadi di atas talian menyebabkan ramai pengguna sedar akan bahayanya risiko yang mereka hadapi selain daripada kemudahan untuk mereka untuk melakukan pembelian berbanding pembelian secara bersemuka. Selain daripada risiko tentang barangan yang mempunyai perkhidmatan yang selamat, boleh dipercayai, pelbagai jenis produk yang ditawarkan dan urus niaga yang selamat diperlukan untuk menarik pelanggan baharu dan mengekalkan yang sedia ada. Dari perspektif pengguna, mereka mesti diberi maklumat yang diperlukan untuk pembelian dalam talian mudah untuk ditipu. Ini disebabkan oleh fakta bahawa, di sebalik pertumbuhan pesat jualan dalam talian, sesetengah pengguna telah mengadu kepada Pusat Khidmat Aduan Pengguna Nasional (NCCC) mengenai pelbagai isu. Ini menunjukkan bahawa walaupun pertumbuhan pesat membeli-belah dalam talian, keselamatan dan privasi pengguna masih mempunyai kelemahan (Farhan Mat Arisah *et al.*, 2016).

(d) *Perbincangan tentang hipotesis pertama*

H1: Terdapat hubungan yang disignifikasikan di antara isu perundangan dan kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara atas talian.

Berdasarkan kajian daripada (Zulfamy Mat Udi & Mohamad Fazli Sabri, 2016) pembelian secara atas talian berpotensi untuk menjimatkan kos, mencari pelbagai kemudahan barang yang diinginkan dan membenarkan interaksi pelanggan secara langsung bersama peniaga. Oleh itu, pengguna harus berhati-hati sebelum melakukan sebarang transaksi kerana terdapat beberapa kebimbangan yang mereka mesti sedar. Berdasarkan penemuan kajian lepas daripada (Ilham *et al.*, 2015) yang bersetuju bahawa antara keselamatan ialah kapasiti laman web untuk menghalang akses tanpa kebenaran dan pendedahan maklumat peribadi pengguna semasa transaksi elektronik. Ini disebabkan oleh hakikat bahawa kebimbangan keselamatan dan privasi adalah penting untuk memupuk keyakinan orang ramai terhadap firma internet serta kepercayaan dalam transaksi dalam talian dan tapak web.

5.3 Limitasi Kajian

Terdapat beberapa cabaran dan batasan untuk menyiapkan penyelidikan ini. Had ini ditunjukkan di bawah:

Kuantiti respons dihalang oleh kekangan masa. Terdapat hanya kira-kira empat bulan pengumpulan data untuk kajian ini. Isu pemilihan dan menganalisis sampel kajian. Maklumat yang dikumpul menggunakan borang daripada laman web (google) berkemungkinan besar adalah terdapat kesilapan yang besar dan salah, yang menjadikan maklumat itu mengalami kekeliruan pada data yang sedia ada.

5.4 Cadangan Kajian

Cadangan diperlukan untuk memperbaiki kekurangan penyelidikan. Terdapat dua jenis cadangan yang dicadangkan untuk organisasi dan penyelidik akan datang.

Penyelidikan tertumpu kepada kesedaran pengguna terhadap risiko pembelian secara dalam talian. Oleh itu, adalah disyorkan untuk mengembangkan topik dengan objektif yang sama iaitu membina soalan yang lebih relevan dalam soal selidik. Sebagai contoh, hal ini menunjukkan bahawa walaupun pertumbuhan pesat membeli-belah dalam talian, keselamatan dan privasi pengguna masih mempunyai kelemahan. Bagi mengecilkan perbezaan antara penggunaan internet oleh pengguna bandar dan luar bandar, akses kepada internet juga mesti dipertingkatkan dan tersebar ke seluruh wilayah.

Penyelidikan ini juga telah mengkaji isu perundangan dalam pembelian secara atas talian di mana terdapat banyak isu yang melibatkan keselamatan pengguna yang sukar untuk dipercayai peniaga, setelah kewujudan hak pengguna, pengguna percaya bahawa tidak semua peniaga bersifat negatif dan platform di internet bukan sahaja memberi manfaat kepada pengguna, malah ia juga dapat menyumbang kepada ekonomi negara dengan lebih pesat dan bermanfaat kepada semua masyarakat. Pembelian secara dalam talian juga kadangkala akan memberikan kemajuan kepada pengembangan ekonomi selepas wabak penularan Covid-19 dan masyarakat kita dapat menghadapi pelbagai cabaran dan merebut peluang yang ada.

Penghargaan

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Kumpulan Fokus Pengurusan Teknologi dan Fakulti Pengurusan Teknologi dan Perniagaan Universiti Tun Hussein Onn Malaysia atas sokongannya.

Rujukan

- Abrar, K., Naveed, M., & Ramay, M. I. (2017). Impact Of Perceived Risk On Online Impulse Buying Tendency: An Empirical Study In The Consumer Market Of Pakistan. *Journal of Accounting & Marketing*, 06(03).
- Adi, A. (2023). Kerja Kursus Pengajian Am : Kajian Pembelian Atas Talian / Pembeli Peniaga. *Academia*, 981102-10-3. https://www.academia.edu/39891494/KERJA_KURSUS_PENGAJIAN_AM_KAJIAN_PEMBELIAN_ATAS_TALIAN_PEMBELI_PENIAGA
- Adnan, A. M. (2021, April 21). Celik hak pengguna, waspada penipuan pembelian dalam talian. *Berita Harian*. <https://www.bharian.com.my/rencana/minda-pembaca/2021/04/811136/celik-hak-pengguna-waspada-penipuan-pembelian-dalam-talian>
- Adnan, A. M., Abdul Manap, N., Zakaria, Z., Samuri, M. A. A., Mat Zain, M. N., Ahmad, A. A., Ong, T. C., & Abdullah, F. (2020). Definition of 'Deceit' in Online Purchase: Analysis of Legal Provisions in Malaysia. *International Journal of Law, Government and Communication*, 5(21), 111–129. <https://doi.org/10.35631/ijlgc.521009>
- Aghekyan-Simonian, M., Forsythe, S., Suk Kwon, W., & Chattaraman, V. (2012). The role of product brand image and online store image on perceived risks and online purchase intentions for apparel. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(3), 325–331.
- Almoussa, M. (2011). Perceived Risk in Apparel Online Shopping: A Multi Dimensional Perspective. *Canadian Social Science*, 7(2), 23–31.
- Ali Memon, M., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Huei Cham, T. (2020). Journal of applied structural equation modeling sample size for survey research: review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), 2590–4221.
- Aloysius Rangga Aditya Nalendra, Slamet Heri Winarno, Agus Priadi, Elpa Hermawan, Martinus Wahyu Purnomo, & Arman Syah Putra. (2021). The Effect Of Goods Prices And Buyer Trust On The E-Commerce Sales System For Purchasing Goods Online. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(3), 561–567. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i3.235>
- Amin, N., & Mohd Nor, R. (2013). Online shopping in Malaysia: Legal Protection for Econsumers. *European Journal of Business and Management* www.Iiste.Org ISSN, 5(24), 79–87. <https://www.researchgate.net/publication/280918875>
- Ansari, A. (2018). An Investigation of Factors Affecting Brand Advertising Success and Effectiveness. April 2016. <https://doi.org/10.5539/ibr.v9n4p20>
- Ang, P. (2020). SOGA - Sale of Goods. <https://www.studocu.com/my/document/universiti-tunku-abdullah-rahman/business-law/soga-sale-of-goods/8817385>
- Ariff, M. S. M., Sylvester, M., Zakuan, N., Ismail, K., & Ali, K. M. (2014). Consumer perceived risk, Nurul Asyikin *et al.*, Vol. 1 No. 1 (2020) p. 968-983 981 attitude and online shopping behaviour; Empirical evidence from Malaysia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 58(1).
- Aris, N. S., & Halim, F. H. A. (2016). Persepsi Pengguna Terhadap Pembelian Secara Atas Talian. *Journal of Technical and Vocational Education*, 1(2), 53–62.
- Atmowardoyo, H. (2018). Research Methods in TEFL Studies: Descriptive Research, Case Study, Error Analysis, and R & D. *Journal of Language Teaching and Research*, 9(1), 197. <https://doi.org/10.17507/jltr.0901.25>
- Azman, F. (2020, April 4). Adakah peniaga IKS Malaysia bersedia memasuki ekonomi digital? *Astro Awani Network Sdn. Bhd.* <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/adakah-peniaga-iks-malaysia-bersedia-memasuki-ekonomi-digital-236786>
- Baharom, S. (2021, October 3). UTHM terima 2484 pelajar baharu program sarjana muda. UTHM. <https://news.uthm.edu.my/ms/2021/10/uthm-terima-2484-pelajar-baharuprogram-sarjana-muda/>
- Bhd, S. N. S. (2021, April 19). Masih ramai menjadi mangsa penipuan pembelian e-Dagang. *Suara Swk.* <https://suarasarawak.my/2022/04/masih-ramai-menjadi-mangsa-penipuan-pembelian-e-dagang/>
- Bond, T. G., & Fox, C. M. (2007). Applying the rasch model: Fundamental measurement in the human sciences: Second edition. In *Applying the Rasch Model: Fundamental Measurement in the Human Sciences: Second Edition*. Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9781410614575>
- Covid-, T. S. P., Aznaim, N., Latib, A., & Izham, S. S. (2021). Isu dan Cabaran Pembelian Barang Fizikal atas The Issues and Challenges of Users Online Applications During Covid-19 Pandemic.

- Dai, M., Liu, Q., & Serfes, K. (2014). Is the Effect of Competition on Price Dispersion Nonmonotonic? Evidence from the U.S. Airline Industry. *Review of Economics and Statistics*, 96(1), 161–170.
- Dr. Rahmah Mokhtar. (2020). *Kebiasaan Baharu : Peluang dan Ruang bagi Perniagaan Atas Talian*. Universiti Malaysia Pahang. <http://news.ump.edu.my/experts/kebiasaan-baharu-peluang-dan-ruang-bagi-perniagaan-atas-talian>
- 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.
- Farhana Ainaa. (2020). *Instrumen Kajian*. Universiti Teknologi Malaysia (UTM).
- FOMCA. (2021). Celik hak pengguna, waspada jual beli tidak adil. Gabungan Persatuan-Persatuan Pengguna Malaysia Federation Of Malaysian Consumers Associations. <https://www.fomca.org.my/v1/index.php/fomca-di-pentas-media/fomca-di-pentas-media-2021-21/1461-celik-hak-pengguna-waspada-jual-beli-tidak-adil>
- Gefen, D. (2000). E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725-737.
- Givan, B., Wirawan, R., Andriawan, D., & Aisyah, N. (n.d.). Effect of Ease And Trustworthiness To Use E-Commerce for Purchasing Goods Online. 277–282. Ketika, I., Produk, M., & Dalam, S. (2016). No Title. 11(1), 32–44.
- Gogtay, N. J., & Thatte, U. M. (2017). Principles of correlation analysis. *Journal of Association of Physicians of India*, 65(MARCH), 78–81.
- Hsu, S.-H. (2012). Factors Influencing on Online Shopping Attitude and Intention of Mongolian Consumers. *The Journal of International Management Studies*, 7(2), 167–176.
- Ilham, M., Hasanuddin, U., Azul, M., & Salleh, M. (2015). Isu Privasi Dan Keselamatan Dalam Kalangan Pengguna Aplikasi Media Sosial (Privacy and Security Issues among Users of Social Media. January.
- Kayworth, T., & Whitten, D. (2010). Effective Information Security Requires a Balance of Social and Technology Factors. *Mis Quarterly Executive*, 9(3), 163–175.
- Ketika, I., Produk, M., & Dalam, S. (2016). Privasi Dan Keselamatan Maklumat Dalam Kalanganpenggunainstagram Ketika Membeli Produk Secara Dalamtalian. 11(1), 32–44.
- Krejcie, R. v, & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size For Research Activities. *Educational And Psychological Measurement*, 30, 607– 610. <https://blogs.worldbank.org/eastasiapacific/reopening-malaysias-economy-newnormal>
- Kumar, A., Gupta, S. K., Rai, A. K., & Sinha, S. (2013). Social Networking Sites and Their Security Issues. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(1), 2250–3153.
- Madrigal, D., & McClain, B. (2012, September 3). Strengths and weaknesses of quantitative and qualitative research. Diperolehi dari <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/09/strengths-andweaknessesofquantitative-and-qualitative-research.php>.
- Masoud, E. Y. (2013). The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*, 5(6), 76–88.
- Mohd Fauzi Harun, Mohd Yusof Bin Zulkefli, & Mulyati Binti Mat Alim. (2018). Are There Any Virtue , Justice and Care on Religion Exploitation in Advertising ? *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*, Special Issue, 170–182
- Norhisham, S. (2018, March 15). Teknik Pengurusan Data Dalam Penyelidikan Kuantitatif Dan Kualitatif. *Pascasiswazah*. <https://www.pascasiswazah.com/teknik-pengurusan-data-dalam-penyelidikankuantitatif-dan-kualitatif/>
- Nur, R. A. R. (2018). The Rise and Fall of Caveat Emptor in Malaysian Sale of Goods Contract. *Journal of Law & Governance*, 1(1), 1–14.
- Oteshova, A. K., Niyazbayeva, A. A., Prodanova, N. A., Sabirova, R. K., & Zayed, N. M. (2021). the Effect of Teamwork on Employee Productivity. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(Special Issue 5), 1–8.
- Peribadi, D. (2020). Pengenalan kepada Perlindungan Data Peribadi di Malaysia. *Pesuruhjaya Penyemak Undang-undang Malaysia*. (2006). *Undang-undang Malaysia: Akta Pelindungan Pengguna 1999 (Akta 599)*.
- Razali, Y. (2016). Hak pengguna beli di internet dilindungi. BH, New Straits Times Press (M) Bhd. A Part of Media Prima Group. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2016/03/138191/hak-pengguna-beli-diinternet-dilindungi>
- Sahar, H. R., Mahbob, M. H., & Mahmud, W. A. W. (2021). Pengaruh Faktor Penentu Tingkah Laku Penerimaan E-Dagang Dalam Kalangan Usahawan Perusahaan Kecil Dan Sederhana, E-BANGI, 18(5), 195–211. <http://journalarticle.ukm.my/17743/1/49495160750-1-SM.pdf>
- Rohmad, S. H. B. (2015). *Garis Panduan Dan Etika E-Dagang Bagi Produk Fizikal Menurut Perspektif Syariah* Siti Haniah Binti Rohmad (RAHMAD) Universiti Teknologi Malaysia Core View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk provided by Universiti Teknologi Malaysia Institut.

- Sideridis, G., Saddaawi, A., & Al-Harbi, K. (2018). Internal Consistency Reliability in Measurement: Aggregate and Multilevel Approaches. *Journal of Modern Applied Statistical Methods*, 17(1), 1–30. <https://doi.org/10.22237/jmasm/1530027194>
- Sinnadurai, V. (2003). Law of Contract. *Malayan Law Journal Sdn Bhd*. https://ms.wikipedia.org/wiki/Kontrak_di_Malaysia#Rujukan
- Song, J., Jones, D., & Gudigantala, N. (2007). The effects of incorporating compensatory choice strategies in Web-based consumer decision support systems. *Decision Support Systems*, 43(2), 359– 374.
- Subramaniam, N. (n.d.). Perkembangan Perdagangan Elektronik di Malaysia.
- Taherdoost, H. (2021). Data Collection Methods and Tools for Research ; A Step-by-Step Guide to Choose Data Collection Technique for Academic and Business Research Projects Hamed Taherdoost To cite this version : HAL Id : hal-03741847 Data Collection Methods and Tools for Resea. *International Journal of Academic Research in Management*, 10(1), 10–38.
- Tengku, Y. M., Ratul, S., Tengku, M., & Mohd, Z. (2022). Media Sosial Scam Di Laman Sosial Media. 29–34.
- Undang, U.-, Fathi, M., & Yusof, B. I. N. (2020). Kontrak. 1–71. <https://people.utm.my/fathi/files/2020/04/LIB-4-Undang-undang-Kontrak.pdf>
- Yazid, Z., Aniza, C. H. E., Wel, C. H. E., & Omar, N. O. R. A. (2016). Persepsi Mahasiswa Terhadap Urusan Pembelian Atas Talian (University Student ' s Perspective on Online Transaction). 19(2), 17–25.
- Yazdanifard, R., & Elkhabir, M. (2011). Mobile Commerce and Related Mobile Security Issues. *Proceedings of International Conference*, 9, 198–201.
- Zaleha Yazid, Che Aniza Che Wel, & Nor Asiah Omar. (2016). Persepsi mahasiswa terhadap urusan pembelian atas talian. *Jurnal Personalia Pelajar*, 19(2), 17–25.
- Zhang, J., Wang, Y., Zhao, Y., & Cai, X. (2018). Applications of inferential statistical methods in library and information science. *Data and Information Management*, 2(2), 103–120. <https://doi.org/10.2478/dim2018-0007>
- Zulfamy Mat Udi, & Mohamad Fazli Sabri. (2016). Keباikan, kelemahan Dan isu semasa E-dagang. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 65–79.