

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN  
FACEBOOK PAGE DIKALANGAN USAHAWAN  
PERUSAHAAN KECIL DAN SEDERHANA

MOHD RAMZAN BIN JOHARI

UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

## UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

### DECLARATION OF THESIS / UNDERGRADUATE PROJECT PAPER AND COPYRIGHT

Author's full name : **MOHD RAMZAN BIN JOHARI**  
 Date of birth : **850618-01-6479**  
 Title : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN  
 "FACEBOOK PAGE" DIKALANGAN USAHAWAN  
 PERUSAHAAN KECIL DAN SEDERHANA**

Academic Session : **2016 / 2017**

I declare that this thesis is classified as :

**CONFIDENTIAL**

(Contains confidential information under the Official Secret Act 1972)\*

**RESTRICTED**

(Contains restricted information as specified by the organization where research was done)\*

**OPEN ACCESS**

I agree that my thesis to be published as online open access (full text)

I acknowledged that Universiti Teknologi Malaysia reserves the right as follows:

1. The thesis is the property of Universiti Teknologi Malaysia.
2. The Library of Universiti Teknologi Malaysia has the right to make copies for the purpose of research only.
3. The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.

Certified by :

**SIGNATURE**

**850618-01-6479  
(NEW IC NO./PASSPORT NO.)**

Date : 15 MAY 2017

**SIGNATURE OF SUPERVISOR**

**DR. UMAR HAIYAT ABDUL KOHAR  
NAME OF SUPERVISOR**

Date : 15 MAY 2017

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

“Saya akui bahawa saya telah membaca karya ini dan pada pandangan saya karya ini adalah memadai dari segi skop dan kualiti untuk tujuan penganugerahan Ijazah Sarjana Muda Pengurusan (Teknologi)”

Tanda Tangan : .....

Nama Penyelia : DR. UMAR HAIYAT ABDUL KOHAR

Tarikh : 15 MAY 2017 .....

**BAHAGIAN A – Pengesahan Kerjasama\***

Adalah disahkan bahawa projek penyelidikan tesis ini telah dilaksanakan melalui kerjasama antara \_\_\_\_\_ dengan \_\_\_\_\_

Disahkan oleh:

Tandatangan : ..... Tarikh : .....

Nama : .....

Jawatan : .....

(Cop rasmi)

*\* Jika penyediaan tesis/projek melibatkan kerjasama.*

**BAHAGIAN B – Untuk Kegunaan Pejabat Sekolah Pengajian Siswazah**

Tesis ini telah diperiksa dan diakui oleh:

Nama dan Alamat Pemeriksa Luar : .....

.....  
.....  
.....

Nama dan Alamat Pemeriksa Dalam : .....

.....  
.....  
.....

Nama Penyelia Lain (jika ada) : .....

.....  
.....  
.....

Disahkan oleh Timbalan Pendaftar di SPS :

Tandatangan : ..... Tarikh : .....

.....  
Nama : .....

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN  
”*FACEBOOK PAGE*” DIKALANGAN USAHAWAN  
PERUSAHAAN KECIL DAN SEDERHANA

MOHD RAMZAN BIN JOHARI

Laporan Projek Sarjana Muda ini Dikemukakan Sebagai  
Memenuhi Sebahagian Daripada Syarat Penganugerahan  
Ijazah Sarjana Muda Pengurusan Teknologi

Fakulti Pengurusan  
Universiti Teknologi Malaysia

MEI, 2017

“Saya mengaku bahawa projek khas ini (**Tajuk: Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Facebook Page Di Kalangan Usahawan Perusahaan Kecil Dan Sederhana**) adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan-nukilan dan ringkasan yang tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya”.

Tandatangan : .....

Nama Penulis : MOHD RAMZAN BIN JOHARI

No. K/P : 850618-01-6479

No. Matrik : SX120504HADS01

Tarikh : 15 MAY 2017

*Khas Buat :*

*Isteriku Nazarina Binti Abd Rashid*

*Anak Anak Papa, Eva Surihani, Ezra Sufi, Ericca Safiya*

*Mak, Abah, Ayah Mak Ha*

*Dan Adik-Adik*

*Terima kasih atas segala pengorbanan dan doa kalian*

*Semoga keluarga kita disirami kebahagiaan dan ketenangan yang abadi*

*Serta*

*Teman-teman seperjuangan,*

*Faizie, Syaaban, Khairul, Shidie, Iruwan*

*"Ruyung Telah Kita Pecahkan, Tiba Masa Menikmati Sagu Sagunya"*

*Buat Dr. Umar Haiyat bin Abdul Kohor,*

*Terima kasih atas tunjuk ajar dan bimbingan*

*Tidak terkecuali semua Pensyarah yang mengajar saya walaupun nama anda tidak dinyatakan di sini*

*Terima Kasih*

## PENGHARGAAN

Alhamdulillah, bersyukur saya ke hadrat Allah S.W.T diatas rahmat dan kurniaNya serta izinNya, maka saya dapat menyelesaikan projek ini dalam masa yang ditetapkan.

Setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih saya tujukan kepada penyelia Projek Sarjana Muda saya iaitu Dr. Umar Haiyat Bin Abdul Kohar diatas segala tunjuk ajar, nasihat dan pandangan yang bernas serta menanamkan semangat saya untuk terus menyempurnakan projek ini.

Terima kasih yang tak terhingga kepada pihak Gabungan Persatuan Penjaja dan Peniaga Melayu Malaysia (GAPEMA) dan Suruhanjaya Syarikat Malaysia memberi peluang saya untuk menjalankan kajian di dalam program yang dianjurkan dan kepada semua yang telah menjadi responden dalam kajian saya dengan memberi segala kerjasama yang baik sepanjang tempoh penulisan projek ini.

Tidak lupa kepada rakan seperjuangan diatas segala kerjasama dan tunjuk ajar yang diberikan. Segala jasa baik dan pengorbanan kalian semua tetap dikenang selamanya.

## ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Facebook Page di kalangan usahawan perusahaan kecil dan sederhana. Selain itu kajian ini juga mengkaji jangkaan atau kesan prestasi berkaitan kewangan dan jangkaan atau kesan prestasi bukan kewangan. Kajian ini berdasarkan model dan teori sediaada untuk mengkaji pengaruh keserasian, kos efektif, interaktiviti dan kebolehaan *Facebook Page* dan jangkaan kesan ke atas prestasi organisasi. Ujian statistik telah dijalankan ke atas data yang telah dikumpulkan melalui edaran borang kaji selidik ke atas 87 responden dan di analisis dengan menggunakan SPSS untuk mengkaji hubungan dan hipotesis-hipotesis kajian. Dapatan kajian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara faktor penggunaan dan kegunaan dengan jangkaan atau kesan prestasi organisasi. Batasan kajian ini adalah tertakluk kepada responden yang terlibat dengan program yang dianjurkan sahaja. Ia juga tertakluk kepada matlamat objektif dan persoalan kajian dan tidak menggambarkan pandangan responden di tempat lain. Hasil kajian ini akan membantu PKS untuk memantapkan sistem pemasaran dan menyediakan diri dengan ilmu pengetahuan yang mencukupi bagi menggunakan *Facebook Page*.

## ABSTRACT

This study aims to identify factors that affecting the use of Facebook Page among entrepreneurs of small and medium enterprises (SMEs). In addition, this study also examined the expectations or effects of financial performance and non-financial performance. This study is a combination of various models and theories to study the influence of compatibility, cost-effective, interactivity and trust on Facebook Page and the expected impact on organizational performance. Statistical test were conducted using SPSS software involving data of 87 respondents through questionnaires to study the relationship and hypotheses. The findings show a significant relationship between the use and usefulness to the impact of the organization's performance. Limitations of this study are subject to the respondents which involved in a program organized. It is also subject to the goals, objectives and research question of this study and do not reflect on other respondents views elsewhere. The results of this study will help SMEs to enhance of the marketing system and provide themselves with sufficient knowledge of using the Facebook Page.

## KANDUNGAN

<b>BAB</b>	<b>PERKARA</b>	<b>MUKA SURAT</b>
	<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>v</b>
	<b>PENGAKUAN PENULIS</b>	<b>vi</b>
	<b>DEDIKASI</b>	<b>vii</b>
	<b>HALAMAN PENGHARGAAN</b>	<b>viii</b>
	<b>ABSTRAK</b>	<b>ix</b>
	<b>ABSTRACT</b>	<b>x</b>
	<b>HALAMAN KANDUNGAN</b>	<b>xi</b>
	<b>HALAMAN SENARAI JADUAL</b>	<b>xvi</b>
	<b>HALAMAN SENARAI RAJAH</b>	<b>xviii</b>
	<b>SENARAI SINGKATAN</b>	<b>xix</b>
	<b>SENARAI LAMPIRAN</b>	<b>xx</b>
 <b>BAB I</b>	 <b>PENDAHULUAN</b>	
	1.1 Pengenalan	1
	1.1.1 Media Sosial	1
	1.1.2 Facebook	3
	1.1.3 Pembelian Atas Talian	5
	1.1.4 Penggunaan Facebook Page	6
	1.2 Pernyataan Masalah	8
	1.3 Persoalan Kajian	9
	1.4 Objektif Kajian	10
	1.5 Kepentingan Kajian	10
	1.5.1 Kepentingan Kepada Organisasi	11
	1.5.2 Kepentingan Ilmiah	11

1.6 Skop Kajian	12
1.7 Batasan Kajian	12
1.8 Definisi Operasi	13
1.8.1 Pembolehkan Bersandar	13
1.8.2 Pembolehkan Tidak Bersandar	13
<b>BAB II</b>	
<b>KAJIAN LITERATUR</b>	
2.1 Pengenalan	14
2.2 Penggunaan Facebook Page Dikalangan Usahawan	
Industri Kecil Sederhana (PKS)	14
2.2.1 Definisi PKS	15
2.2.2 Facebook Business dan Pemasaran	19
2.2.2.1 Facebook Page	20
2.2.2.2 Facebook dan Komunikasi berkesan	22
2.2.2.3 Kepentingan Facebook Like, Share	
Dan Komen	24
2.2.2.4 Penerimaan Media Sosial Di Kalangan PKS	25
2.3 Faktor Faktor Mempengaruhi Penggunaan Facebook Page	26
2.3.1 Faktor Penggunaan	26
2.3.1.1 Keserasian (Compitibility)	27
2.3.1.2 Keberkesanan Kos (Cost Effectiveness)	28
2.3.1.3 Kebolehcaayaan	29
2.3.1.4 Interaktif	31
2.3.2 Faktor Kegunaan	32
2.3.2.1 Kebolehlihatan (Visibility) dan	
Penjenamaan (Branding)	32
2.3.2.2 Hubungan Pelanggan	35
2.3.2.3 Informasi	36
2.3.3 Jangkaan Kesan Prestasi	37
2.3.3.1 Jangkaan Atau Kesan Prestasi Berkaitan	
Kewangan	38

2.3.3.2 Jangkaan Atau Kesan Prestasi Bukan Kewangan	40
2.4 Teori Dan Model	41
2.4.1 Kerangka Teoritik	42
2.5 Hipotesis Kajian	43
<b>BAB III METODOLOGI KAJIAN</b>	<b>44</b>
3.1 Pengenalan	44
3.2 Rekabentuk Kajian	44
3.3 Kaedah Pengumpulan data	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	45
3.4 Persampelan Kajian	46
3.5 Instrumen Kajian	47
3.6 Kaedah Penganalisan Data	49
<b>BAB IV ANALISIS DATA</b>	<b>52</b>
4.1 Pengenalan	52
4.2 Bahagian A: Latar Belakang dan Organisasi Responden	53
4.2.1 Jantina Responden	53
4.2.2 Umur Responden	54
4.2.3 Status Perkahwinan Responden	55
4.2.4 Status Pekerjaan Responen	56
4.2.5 Pendaftaran Syarikat (SSM)	57
4.2.6 Sektor Perniagaan Industri	58
4.2.7 Jangkamasa Perniagaan	59
4.2.8 Bilangan Pekerja	60
4.3 Bahagian B: Tahap Penggunaan Facebook Page	61
4.3.1 Penggunaan Facebook Page	61
4.3.2 Jangkamasa Menggunakan Facebook Page	62
4.3.3 Bilangan Like Facebook Page	63

4.3.4 Jumlah Masa Penggunaan Facebook Page	64
4.3.5 Kekerapan Mengepos Di Facebook Page	65
4.3.6 Masa Respon di Facebook Page	66
4.3.7 Perbelanjaan Untuk Menggunakan Facebook	67
4.3.8 Perbelanjaan Untuk Pemasaran Di Facebook	68
4.4 Bahagian C: Kegunaan Facebook	69
4.4.1 Visibility dan Penjenamaan	69
4.4.2 Hubungan Pelanggan	69
4.4.3 Informasi	72
4.5 Bahagian D: Penggunaan Facebook Page	73
4.5.1 Kebolehpercayaan	73
4.5.2 Interaktiviti	75
4.5.3 Keserasian	76
4.5.4 Keberkesanan Kos	77
4.6 Bahagian E: Jangkaan Prestasi Berkaitan Kewangan	78
4.7 Bahagian F: Jangkaan Prestasi Bukan Kewangan	79
4.7.1 Pengurangan Kos	79
4.7.2 Khidmat Pelanggan	80
4.7.3 Penjenamaan Dan Kompetitif	81
4.7.4 Pengurusan Maklumat	82
4.8 Bahagian G: Analisis Hipotesis Kajian	83
4.8.1 Hubungan Antara Faktor-Faktor Penggunaan Dan Faktor Faktor Kegunaan Facebook Page	83
4.8.2 Hubungan Antara Faktor-Faktor Kegunaan Dengan Kesan Prestasi Kewangan	86
4.8.3 Hubungan Antara Faktor-Faktor Kegunaan Dengan Kesan Prestasi Bukan Kewangan	88
4.9 Bahagian H: Ujian Regresi	90
4.9.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kesan Prestasi Kewangan	90
4.9.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kesan Prestasi Bukan Kewangan	93

<b>BAB V</b>	<b>PERBINCANGAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN</b>	
5.1	Pengenalan	96
5.2	Dapatan kajian	97
5.3	Perbincangan	97
5.3.1	Faktor-Faktor Penggunaan	98
5.3.2	Faktor-Faktor Kegunaan	99
5.3.3	Kesan Prestasi Kewangan	99
5.3.4	Kesan Prestasi Bukan Kewangan	100
5.3.5	Hubungan Antara Faktor-Faktor Penggunaan, Faktor-Faktor Kegunaan dan Kesan	101
5.4	Kesimpulan	101
5.5	Cadangan Kajian	102
5.4.1	Cadangan kepada PKS	102
5.4.2	Cadangan kepada GAPEMA	103
5.4.2	Cadangan kepada Pengkaji akan Datang	103
<b>RUJUKAN</b>		<b>104</b>
<b>LAMPIRAN A</b>		<b>111</b>

## SENARAI JADUAL

NO. JADUAL	TAJUK	MUKA SURAT
1.1	Takrifan Media Sosial	2
1.2	Peralatan Perbelanjaan Atas Talian	6
2.1	Definisi PKS Berdasarkan Pendapatan Tahunan	16
2.2	Definisi PKS Berdasarkan Bilangan Pekerja	16
2.3	Bilangan PKS Mengikut Sektor	17
2.4	Bilangan PKS Mengikut Negeri	18
2.5	Program Bimbingan Facebook Page	22
2.6	Konstruk Faktor Berkaitan Kewangan	39
2.7	Konstruk Faktor Tidak Berkaitann Kewangan	41
2.8	Hipotesis Kajian	43
3.1	Instrumen Kajian	47
3.2	Ujian Kebolehpercayaan	48
3.3	Skala Likert Item Positif	50
3.4	Pekali Kolerasi	51
3.5	Kaedah Analisi Objektif	51
4.1	Jantina Responden	53
4.2	Umur Responden	54
4.3	Status Perkahwinan Responden	55
4.4	Status Pekerjaan Responden	56
4.5	Pendaftaran Syarikat (SSM)	57
4.6	Sektor Perniagaan Industri	58
4.7	Jangkamasa Perniagaan	59
4.8	Bilangan Pekerja	60
4.9	Penggunaan <i>Facebook Page</i>	61

4.10	Jangkamasa Penggunaan Facebook Page	62
4.11	Bilangan Like Facebook Page	63
4.12	Jumlah Masa Penggunaan Facebook Page	64
4.13	Kekerapan Mengepos di Facebook Page	65
4.14	Masa Respon di Facebook Page	66
4.15	Perbelanjaan Untuk Menggunakan Facebook Page	67
4.16	Perbelanjaan Untuk Marketing di Facebook Page	68
4.17	Visibility dan Penjenamaan	70
4.18	Hubungan Pelanggan	71
4.19	Mencari Maklumat	72
4.20	Kebolehpercayaan	74
4.21	Interaktiviti	75
4.22	Keserasian	76
4.23	Keberkesanan Kos	77
4.24	Kesan Prestasi Berkaitan Kewangan	78
4.25	Pengurangan Kos	79
4.26	Khidmat Pelanggan	80
4.27	Penjenamaan dan Kompetatif	81
4.28	Pengurusan Maklumat	82
4.29	Model Regrasi Prestasi Kewangan	90
4.30	Koeffisyen Prestasi Kewangan	91
4.31	Model Regrasi Prestasi Bukan Kewangan	94
4.32	Koeffisyen Prestasi Bukan Kewangan	95

**SENARAI RAJAH**

<b>NO. RAJAH</b>	<b>TAJUK</b>	<b>MUKA SURAT</b>
2.1	Konsep Facebook Marketing	19
2.2	Model Kajian Sulaiman Et Al (2015)	42
4.1	Hubungan Faktor-Faktor Penggunaan Dengan Faktor-Faktor Kegunaan	85
4.2	Hubungan Antara Faktor-Faktor Kegunaan Dengan Kesan Prestasi Kewangan	87
4.3	Hubungan Antara Faktor-Faktor Kegunaan Dengan Kesan Prestasi Bukan Kewangan	89

**SENARAI SINGKATAN**

- GAPEMA** - Gabungan Persatuan Penjaja dan Peniaga Melayu Malaysia  
**SSM** - Suruhanjaya Syarikat Malaysia  
**PKS** - Perusahaan Kecil dan Sederhana  
**SPSS** - Statistical Package for Social Science

**SENARAI LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN</b>	<b>TAJUK</b>	<b>MUKA SURAT</b>
A	Borang Soal Selidik	111 - 122