

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Pengenalan

Bahagian ini akan menerangkan keputusan analisis yang telah dijalankan untuk mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan. Sebanyak 87 borang soal selidik yang lengkap diterima semula dari responden.

4.2 Bahagian A: Analisis Latar Belakang dan Organisasi Responden

4.2.1 Jantina Responden

Berdasarkan Jadual 4.1, didapati bahawa daripada keseluruhan 87 orang responden yang menjawab soalselidik ini, majoriti responden adalah terdiri daripada golongan perempuan, iaitu seramai 55 orang (63%) manakala selebihnya 32 orang responden (37%) adalah terdiri daripada responden lelaki. Di sini menunjukkan bahawa jumlah responden perempuan adalah lebih banyak daripada responden lelaki. Adalah sukar bagi pengkaji untuk mendapatkan imbangan dalam jantina responden kerana ia adalah di luar kawalan pengkaji.

Jadual 4.1 Jantina Responden

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
1	Jantina		
	1.1 Lelaki	32	36.7
	1.2 Perempuan	55	63.2
	Jumlah	87	100

4.2.2 Umur Responden

Berdasarkan Jadual 4.2, didapati bahawa seramai 51 orang responden iaitu 59% adalah berumur diantara 26 hingga 35 tahun. Golongan ini merupakan golongan majoriti dalam menjawab soalselidik ini. Manakala responden yang berumur kurang dari 18 tahun adalah 1% atau 1 orang sahaja. Seterusnya responden berumur 19 tahun hingga 25 tahun adalah seramai 7 orang atau 8%. Diikuti oleh responden berumur 36 hingga 45 tahun seramai 24 orang atau 28% dan akhir sekali responden berumur 46 hingga 55 tahun seramai 4 orang atau 5%. Dapatan kajian menunjukkan majoriti responden adalah terdiri daripada golongan pertengahan berumur antara 26 hingga 35 tahun, ini menggambarkan majoriti usahawan verada dalam golongan ini

Jadual 4.2 Umur Responden

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
2	Umur		
	2.1 Kurang daripada 18 Tahun	1	1.10
	2.2 Antara 19 hingga 25 Tahun	7	8.00
	2.3 Antara 26 hingga 35 Tahun	51	58.60
	2.4 Antara 36 hingga 45 Tahun	24	27.60
	2.5 Antara 45 hingga 55 Tahun	4	4.60
	2.6 Melebihi 55 Tahun	0	0.00
Jumlah		87	100

4.2.3 Status Perkahwinan Responden

Berdasarkan jadual 4.3, dapatan kajian mendapati bahawa majoriti responden seramai 64 (74%) orang responden sudah berkahwin 21 orang responden (24%) masih bujang dan bakinya seramai 2 orang (2%) pernah berkahwin sebelum ini semasa menjawab kaji selidik ini. Majoriti 76% responden sudah berkahwin, ini juga menunjukkan bahawa majoriti usahawan PKS sudah berkahwin

Jadual 4.3 Status Perkahwinan Responden

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
5	Status Perkahwinan		
	5.1 Bujang	21	24.10
	5.2 Sudah berkawin	64	73.60
	5.3 Janda / Duda	2	2.30
Jumlah		87	100

4.2.4 Status Pekerjaan Responden

Berdasarkan Jadual 4.4, seramai 43 orang responden sebanyak 49% daripada keseluruhan responden adalah bekerja sendiri sepenuh masa. Manakala 30 orang responden 34% adalah bekerja di sektor swasta dan menjalankan aktiviti perniagaan secara sampingan. Manakala 7 % daripada keseluruhan responden adalah pegawai kerajaan yang berniaga secara sampingan dan 7 Peratus tidak bekerja. Terdapat juga pelajar yang menjalankan perniagaan iaitu 2% atau 2 orang.

Jadual 4.4 Status Pekerjaan Responden

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
6	Pekerjaan Responden		
	6.1 Pelajar dan berniaga separuh masa	2	2.30
	6.2 Bekerja sendiri sepenuh masa	43	49.40
	6.3 Pekerja swasta dan berniaga separuh masa	30	34.50
	6.4 Pegawai kerajaan dan berniaga separuh masa	6	6.90
	6.5 Tidak bekerja	6	6.90
	Jumlah	87	100

4.2.5 Pendaftaran Syarikat (SSM)

Berdasarkan Jadual 4.5, dapatan kajian mendapati bahawa 85% responden iaitu seramai 74 orang mewakili organisasinya adalah berdaftar dengan Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) manakala selebihnya masih belum berdaftar. Dapatan kajian ini menunjukkan majoriti PKS yang menjawab kaji selidik ini menjalankan perniagaan secara sah dan berdaftar dengan SSM.

Jadual 4.5 Status Pendaftaran SSM

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
7	Pendaftaran SSM		
	7.1 Berdaftar dengan SSM	74	85.10
	7.2 Tidak / Belum berdaftar dengan SSM	13	14.90
	Jumlah	87	100

4.2.6 Sektor Perniagaan Industri

Berdasarkan Jadual 4.6, dapatan kajian mendapati bahawa 56% atau 49 industri menjalankan perniagaan dalam sektor perkhidmatan, manakala 24% atau 21 industri menjalankan perniagaan dalam Sektor Pembuatan. Seterusnya 16% atau 14 industri menjalankan urusan perdagangan atau "*Trading*" dan 2% atau 2 industri dari Sektor Pembinaan dan 1% atau 1 industri dari sektor pertanian. Majoriti responden terdiri dariada sektor perkhidmatan. Golongan ini lebih cenderung menggunakan Facebook Page jika dibandingkan dengan pengusaha lain.

Jadual 4.6 Sektor Perniagaan Industri

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
8	Sektor perniagaan industri		
	8.1 Sektor Pembinaan	2	2.30
	8.2 Sektor Pembuatan	21	24.10
	8.3 Sektor Perkhidmatan	49	56.30
	8.4 Sektor Pertanian	1	1.10
	8.5 <i>Trading</i>	14	16.10
	Jumlah	87	100

4.2.7 Jangkamasa Perniagaan

Berdasarkan Jadual 4.7 dapatan kajian mendapati bahawa 30% atau 26 responden telah menjalankan perniagaan selama lebih daripada 5 tahun manakala 25% atau 22 responden telah menjalankan perniagaan selama 2 hingga 3 tahun. 18% atau 16 responden telah menjalankan perniagaan kurang daripada 6 bulan, seterusnya 16% atau 14 responden telah menjalankan perniagaan antara 6 bulan hingga 1 tahun dan selebihnya sebanyak 8% atau 7 responden telah menjalankan aktiviti perniagaan selama 4 tahun hingga 5 tahun. Majoriti ahli Gapema telah lama menjalankan aktiviti perniagaan dengan jangka masa perniagaan melebihi 5 tahun.

Jadual 4.7 Jangkamasa Perniagaan

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
10	Jangkamasa Perniagaan		
	10.1 Kurang daripada 6 bulan	16	18.40
	10.2 6 bulan hingga 1 tahun	14	16,10
	10.3 2 tahun hingga 3 tahun	22	25.30
	10.4 4 tahun hingga 5 tahun	7	8.00
	10.5 Melebihi 5 tahun	28	32.20
	Jumlah	87	100

4.2.8 Bilangan Pekerja

Berdasarkan Jadual 4.8, dapatan kajian mendapati bahawa 76% organisasi mempunyai pekerja kurang daripada 5 orang, 13% mempunyai pekerja antara 6 hingga 20 orang pekerja dan selebihnya sebanyak 11% mempunyai pekerja melebihi 150 orang pekerja Majoriti ahli Gapema mempunyai pekerja kurang daripada 5 orang. Ini menunjukkan bahawa majoriti Ahli persatuan adalah pengusaha kecil berdasarkan bilangan pekerja dengan merujuk kepada tafsiran PKS berdasarkan definisi SME Corp.

Jadual 4.8 Bilangan Pekerja

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
11	Bilangan pekerja PKS		
	11.1 Kurang daripada 5 orang	66	75.90
	11.2 Antara 6 hingga 20 orang	11	12.60
	11.3 Antara 21 hingga 50 orang	0	0
	11.4 Antara 51 hingga 150 orang	0	0
	11.5 Melebihi 150 orang	10	11.50
	Jumlah	87	100

4.3 Bahagian B: Tahap Penggunaan *Facebook Page*

4.3.1 Penggunaan *Facebook Page*

Berdasarkan Jadual 4.9, dapatan kajian menunjukkan bahawa 66% atau seramai 57 orang responden telah menggunakan *Facebook Page* dalam menjalankan perniagaan mereka, manakala selebihnya 34% atau 30 orang responden masih belum menggunakan *Facebook Page*. Majoriti responden adalah pengguna *Facebook Page*.

Jadual 4.9 Penggunaan *Facebook Page*

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
12	Menggunakan <i>Facebook Page</i>		
	12.1 Pengguna <i>Facebook Page</i>	57	65.50
	12.2 Belum Menggunakan <i>Facebook Page</i>	30	34.50
	Jumlah	87	100

4.3.2 Jangkamasa Menggunakan Facebook Page

Berdasarkan Jadual 4.10 dapatan analisis kajian menunjukkan bahawa, daripada 57 orang responden yang menggunakan *Facebook Page* dalam sebagai medium pemasaran 33 % atau 19 orang responden baru menggunakan *Facebook Page* dalam jangkamasa kurang daripada 6 bulan. Manakala 3.50 % atau 2 orang responden telah menggunakan *Facebook Page* lebih daripada 5 tahun. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa peningkatan dalam penggunaan *Facebook Page* dalam tempoh masa 5 Tahun adalah amat ketara. 3.5% kepada 7% kemuadian meningkat kepada 23.% dan terbaru 66%. Penggunaan *Facebook Page* semakin diterima dikalangan usahawan PKS

Jadual 4.10 Jangkamasa Penggunaan Facebook Page

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
13	Jangka masa penggunaan <i>Facebook Page</i>		
	13.1 Kurang daripada 6 bulan	19	33.30
	13.2 Antara 6 bulan hingga 1 tahun	19	33.30
	13.3 Antara 2 tahun hingga 3 tahun	13	22.80
	13.4 Antara 4 tahun hingga 5 tahun	4	7.00
	13.5 Melebihi melebihi 5 tahun	2	3.50
	Jumlah	57	100

4.3.3 Bilangan “Like” Facebook Page

Berdasarkan Jadual 4.11, dapatan kajian menunjukkan bahawa 45.60 % responden mempunyai bilangan *like* kurang daripada 100 *Likes*, 28.10 % mempunyai bilangan likes antara 100 hingga 500 *likes* dan selebihnya 26.30 % mempunyai bilangan likes melebihi 1000 *Likes*. Dapatan ini menunjukkan majoriti penggunaan *Facebook Page* masih mempunyai bilangan *like* yang rendah. Selari dengan dapatan analisis 4.3.2 dimana majoriti responden baru menggunakan *Facebook Page*.

Jadual 4.11 Bilangan “Like” Facebook Page

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
14	Bilangan Like Facebook Page		
	14.1 Kurang daripada 100 likes	26	45.60
	14.2 Antara 100 hingga 500 likes	16	28.10
	14.3 Antara 500 hingga 1000 likes	0	
	14.4 Melebihi 1000 likes	15	26.30
	Jumlah	57	100

4.3.4 Jumlah Masa Penggunaan Facebook Page

Berdasarkan Jadual 4.12, analisis kajian menunjukkan bahawa 42 % responden menggunakan *Facebook Page* kurang daripada 5 jam seminggu, 38% responden menggunakan *Facebook Page* antara 6 hingga 10 jam seminggu, 2% responden menggunakan *Facebook Page* antara 10 hingga 15 jam seminggu dan selebihnya menggunakan lebih daripada 15 jam seminggu. Masa penggunaan Facebook Page dikalangan majoriti responden adalah kurang daripada 5 jam seminggu.

Jadual 4.12 Jumlah Masa Penggunaan Facebook Page

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
15	Jangkamasa Penggunaan <i>Facebook Page</i>		
	15.1 Kurang daripada 5 jam seminggu	24	42.10
	15.2 Antara 6 hingga 10 jam seminggu	22	38.60
	15.3 Antara 10 hingga 15 jam	1	1.80
	15.4 Melebihi 15 jam seminggu	10	17.50
	Jumlah	57	100

4.3.5 Kekerapan Mengepos Di *Facebook Page*

Berdasarkan Rajah dan Jadual 4.13, dapatan kajian menunjukkan majoriti responden mengepos informasi di *Facebook Page* sebanyak 1 kali sehari. Manakala 7% responden menepos sebanyak 5 kali sehari. 19.30% responden menggunakan *Facebook Page* sekali sebulan.

Jadual 4.13 Kekerapan Mengepos Di *Facebook Page*

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
16	Kekerapan mengepos di <i>Facebook Page</i>		
	16.1 1 kali sebulan	11	19.30
	16.2 1 kali seminggu	12	21.10
	16.3 1 kali sehari	19	33.30
	16.4 2 hingga 5 kali sehari	11	19.30
	16.5 Melebihi 5 kali sehari	4	7.00
	Jumlah	57	100

4.3.6 Masa Respon di Facebook Page

Berdasarkan Jadual 4.14, dapatan kajian menunjukkan 49% responden memerlukan masa untuk memberi maklumbalas di *Facebook Page* adalah kurang daripada 30 minit. Hanya 1 responden mengambil masa lebih daripada 12 jam untuk memberi maklum balas. Dapatan ini menunjukkan bahawa usahan PKS dapat memberi maklum balas dengan cepat dengan menggunakan *Facebook Page*. Masa yang diambil kurang daripada 30 minit untuk memberi respon kepada pelanggan.

Jadual 4.14 Masa Respon di Facebook Page

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
17	Masa respon di Facebook Page		
	17.1 Kurang 30 minit	28	49.10
	17.2 Antara 30 minit hingga 1 jam	19	33.30
	17.3 Antara 1 jam hingga 6 jam	5	8.80
	17.4 Antara 6 jam hingga 12 jam	4	7.00
	17.5 Melebihi 12 jam	1	1.80
	Jumlah	57	100

4.3.7 Perbelanjaan Untuk Menggunakan Facebook

Berdasarkan Jadual 4.15, majoriti responden mengeluarkan kos kurang daripada RM 100 sebulan bagi membolehkan mereka mendapat akses internet. Manakala 2 % mengeluarkan perbelanjaan lebih RM 500 Sebulan. Perbezaan ini berkemungkinan disebabkan oleh perbezaan pakej langganan atau perbezaan darisegi pembekal servis yang digunakan. Faktor ini tidak dapat dielakkan disebabkan terdapat banyak pembekal-pembekal servis internet di Malaysia yang menawarkan pakej-pakej yang berbeza. Hasil kajian menunjukkan majority responden mengeluarkan perbelanjaan kurang daripada RM 100 sebulan untuk menggunakan *Facebook Page*

Jadual 4.15 Perbelanjaan Untuk Menggunakan Facebook Page

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
18	Perbelanjaan Untuk Menggunakan Facebook Page		
	18.1 Kurang daripada RM 100	36	63.20
	18.2 Antara RM 100 hingga RM 299	19	33.30
	18.3 Antara RM 300 hingga RM 499	1	1.80
	18.4 Melebihi RM 500	1	1.80
	Jumlah	57	100

4.3.8 Perbelanjaan Untuk Pemasaran di Facebook Page

Berdasarkan Jadual 4.16, dapatan kajian majoriti responden yang menggunakan Facebook Page mengeluarkan perbelajaan sebanyak kurang daripada RM 100 sebulan bagi untuk tujuan pemasaran. Hanya seorang sahaja responden mengeluarkan perbelanjaan sebanyak antara RM 500 hingga RM 999 sebulan untuk tujuan yang sama. Dapatan ini berbeza berkemungkinan kerana faktor strategi pemasaran yang digunakan oleh setiap responden adalah berbeza. Walaubagaimanapun majoriti responden tidak berbelanja besar untuk tujuan pemasaran dengan menggunakan *Facebook Page*.

Jadual 4.16 Perbelanjaan Untuk Pemasaran di Facebook Page

Bil	Kategori	Ujian Deskriptif	
		Kekerapan	%
19	Perbelanjaan Untuk Marketing di <i>Facebook Page</i>		
	19.1 Kurang daripada RM 100	42	73.70
	19.2 Antara RM 100 hingga RM 299	12	21.10
	19.3 Antara RM 300 hingga RM 499	2	3.50
	19.4 Antara RM 500 Hingga RM 999	1	1.80
	19.5 Melebihi RM 1000	0	0
	Jumlah	57	100

4.4 Bahagian C: Analisis Kegunaan Facebook

4.4.1 Kebolehlihatan dan Penjenamaan

Berdasarkan Jadual 4.17, secara keseluruhan dengan nilai min 4.2 responden setuju menyatakan bahawa Kegunaan Facebook Page adalah untuk tujuan kebolehlihatan dan penjenamaan. Manakala faktor yang paling penting baginya adalah faktor Promosi Produk dengan nilai min 4.4. Responden lebih cenderung menggunakan Facebook Page sebagai medium untuk memasarkan produk atau servis jika dibandingkan dengan faktor-faktor lain. Walaubagaimanapun, tidak bermakna faktor-faktor yang lain tidak pekerana perbezaan min adalah sangat sedikit.

4.4.2 Hubungan Pelanggan

Berdasarkan Jadual 4.18, secara keseluruhan dengan nilai min 4.4, responden bersetuju mengatakan bahawa Faktor kegunaan Facebook Page adalah untuk Tujuan Hubungan Pelanggan. Manakala mencari pelanggan menjadi faktor utama dengan nilai min 4.509 serta nilai sisihan piawai 0.601. *Facebook Page* digunakan sebagai platform untuk menjalinkan hubungan baik dengan pelanggan.

Jadual 4.17 Kebolehlihatan dan Penjenamaan

Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan
	1	2	3	4	5				
25	Kebolehlihatan dan Penjenamaan								
	Promosi Produk								
			4	28	25	57	4.368	0.616	
			7	49.1	43.9	100			
26	Pendedahan Jenama						4.298	0.626	
			5	30	33	57			
			8.8	52.6	38.6	100			
27	Penyelidikan Pasaran						4.070	0.776	
		2	9	29	17	57			
		3.5	15.8	50.9	29.8	100			
28	Referal / E-WOM						3.964	0.905	
	1	3	9	28	16	57			
	1.8	5.3	15.8	49.1	28.1	100			
							4.175	0.618	Setuju

Jadual 4.18 Hubungan Pelanggan

Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan
	1	2	3	4	5				
29	Hubungan Pelanggan								
	Hubungan baik pelanggan								
			3	24	31	57	4.509	0.571	
			3.5	42.1	54.4	100			
30	Komunikasi		1	28	28	57	4.474	0.538	
			1.8	49.1	49.1	100			
31	Khidmat Pelanggan		5	27	25	57	4.351	0.641	
			8.8	47.4	43.9	100			
32	Maklumat balas Produk dan servis		1	33	23	57	4.386	0.526	
			1.8	57.9	40.4	100			
33	Pertingkat Produk dan service		4	32	21	57	4.298	0.597	
			7	56.1	36.8	100			
34	Mencari Pelanggan		3	22	32	57	4.509	0.601	
			5.3	38.6	56.1	100			
							4.421	0.497	Setuju
							@ 4.4		

4.4.3 Informasi

Berdasarkan Jadual 4.19, secara keseluruhan dengan nilai min 4.1 responden setuju menyatakan bahawa Faktor Kegunaan Facebook Page adalah mencari maklumat. Mencari maklumat baru menjadi faktor utama dengan nilai min 4.281

Jadual 4.19 Mencari Maklumat

Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan	
	1	2	3	4	5					
Mencari Maklumat										
35	Maklumat Baru	1	2	2	27	25	57	4.281	0.840	
		1.8	3.5	3.5	47.4	43.9	100			
36	Maklumat Pesaing	3	4	10	20	20	57	3.877	1.135	
		5.3	7	17.5	35.1	35.1	100			
32	Maklumat Pelanggan	2	1	5	28	21	57	4.140	0.915	
		3.5	1.8	8.8	49.1	36.8	100			
								4.100	0.792	Setuju
								@ 4.1		

4.5 Bahagian D: Analisis faktor faktor Penggunaan Facebook Page

4.5.1 Kebolehpercayaan

Berdasarkan jadual 4.20, secara keseluruhan dengan nilai min 4.0serta nilai sisihan piawai 0.593, responden bersetuju mengatakan Kebolehpercayaan merupakan Faktor Penggunaan Facebook Page. Keupaayan Facebook menyediakan langkah langkah yang mencukupi untuk melindungi maklumat yang disiarkan menjadi penyumbang utama dengan nilai min 4.0 serta nilai sisihan piawai 0.677.

Jadual 4.20 Kebolehpercayaan

Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan
	1	2	3	4	5				
Kebolehpercayaan									
38	Melindungi Maklumat		11	31	15	57	4.070	0.677	
			19.3	54.4	26.3	100			
39	Persekitaran kukuh dan selamat	1 1.8	9 15.8	33 57.9	14 24.6	57 100	4.035	0.755	
40	Undang undang dan teknologi yang cukup		16 28.1	28 49.1	13 22.8	57 100	3.947	0.717	
41	Maklumat boleh dipercayai	1 1.8	12 21.1	34 59.6	10 17.5	57 100	3.930	0.677	
42	Pengatahuan dipercayai	1 1.8	15 26.3	32 56.1	9 15.8	57 100	3.860	0.693	
							3.968	0.593	Setuju
							@ 4.0		

4.5.2 Interaktiviti

Berdasarkan Jadual 4.21, secara keseluruhan dengan nilai min 4.1 serta nilai sisihan piawai 0.621, reponden setuju mengatakan bahawa Interaktiviti merupakan Faktor Penggunaan Facebook Page. Facebook Page menyediakan ciri-ciri interaktif untuk membolehkan organisasi berkomunikasi dengan pelanggan menjadi ciri utama dengan nilai min 4.1 serta sisihan piawai 0.611

Jadual 4.21 Interaktiviti

Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan
	1	2	3	4	5				
43	Mudah komunikasi pelanggan			7	35	15	4.140	0.611	
44	Interaktif yang cukup			16	24	17	4.018	0.767	
45	Mudah Menjawab			28.1	42.1	29.8			
		1		11	31	14	4.0175	0.720	
		1.8		19.3	54.4	24.6			
							4.059	0.621	Setuju
							@ 4.1		

4.5.3 Keserasian

Berdasarkan Jadual 4.22, secara keseluruhan dengan nilai min 4.2 serta nilai sisihan piawai 0.512, responden setuju menyatakan bahawa keserasian merupakan Faktor Penggunaan Facebook Page. Penggunaan *Facebook Page* selaras dengan strategi syarikat menjadi faktor utama keserasian dengan nilai min 4.2 serta nilai sisihan piawai 0.635.

Jadual 4.22 Keserasian

Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan		
	1	2	3	4	5						
46	Keserasian										
	Infrastruktur IT					7	36	14	57	4.123	0.560
						12.3	63.2	24.6	100		
47	Kepercayaan dan nilai					5	40	12	57	4.123	0.537
						8.8	70.2	21.1	100		
48	Strategi					6	31	20	57	4.246	0.635
						10.5	54.4	35.1	100		
										4.164	0.512
										@ 4.2	Setuju

4.5.4 Keberkesanan Kos

Berdasarkan Jadual 4.23, secara keseluruhan dengan nialai min 4.1 serta nialai sisihan piawai 0.563, responden bersetuju nyatakan bahawa keberkesanan kos merupakan Faktor Penggunaan *Facebook Page*. Penggunaan Facebook Page dapat menjimatkan kos (masa dan usaha dalam pemasaran, penjenamaan dan khidmat pelanggan menjadi faktor utama keberkesanan kos dengan nilai min 4.246 serta nilai sisihan piawai 0.606.

Jadual 4.23 Keberkesanan Kos

Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan
	1	2	3	4	5				
49	Keberkesanan Kos								
	Kos efektif					57	3.860	0.743	
						100			
50	Mengelak kos dan masa terbuang					57	4.105	0.673	
						100			
51	Menjimatkan Kos					57	4.246	0.606	
						100			
							4.070	0.563	Setuju
							@ 4.1		

4.6 Bahagian E: Kesan Prestasi Berkaitan Kewangan

Berdasarkan Jadual 4.24, secara keseluruhan dengan nilai min 2 serta nilai sisihan piawai 1.037, kesan penggunaan Facebook Page terhadap prestasi berkaitan kewangan meningkat sebanyak 11 hingga 15 %. Peingkatan transaksi urusniaga menjadi Kesan peniingkatan prestasi utama dengan nilai min 2.014 serta nilai sisihan piawai 1.172.

Jadual 4.24 Kesan Prestasi Berkaitan Kewangan

Pernyataan	Peningkatan %				N	Min	SP	Peningkatan
	5-10	11-15	16-20	>20				
Kesan Prestasi Berkaitan Kewangan								
52 Transaksi Urusniaga	27	13	6	11	57	2.018	1.172	
	47.4	22.8	10.5	19.3	100			
53 Jumlah Urusniaga	27	12	9	9	57	2.000	1.134	
	47.4	21.1	15.8	15.8	100			
54 Pertanyaan Jualan	27	13	8	9	57	1.983	1.126	
	47.4	22.8	14	15.8	100			
55 Bilangan Pelanggan	26	15	9	7	57	1.947	1.059	
	45.6	26.3	15.8	12.3	100			
						1.987	1.037	Peningkatan 11 hingga 15 %
						@ 2		

4.7 Bahagian F:Kesan Perestasi Bukan Kewangan

4.7.1 Pengurangan Kos

Berdasarkan Jadual 4.25, secara keseluruhan dengan nilai min 4 serta nialai sisihan piawai 0.717 responden setuju menyatakan bahawa Pengurangan Kos merupakan Kesan Prestasi Bukan Kewangan hasil penggunaan Facebook Page. Mengurangkan kos perkhidmatan pelanggan dan sokongan merupakan faktor utama pengurangan kos dengan nilai min 3.965 dan nialai sisihan piawai 0.801

Jadual 4.25 Pengurangan Kos

Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan
	1	2	3	4	5				
56	Pengurangan Kos								
	Komunikasi Pelanggan					57	3.912	0.830	
		1	19	21	16	57			
		1.8	33.3	36.8	28.1	100			
57	Iklan dan Promosi					57	3.930	0.821	
	1		15	27	14	57			
	1.8		26.3	47.4	24.6	100			
58	Khidmad Pelanggan					57	3.965	0.801	
	1	1	10	32	13	57	3.965	0.801	
	1.8	1.8	17.5	56.1	22.8	100	3.936	0.717	Setuju
							@ 4		

4.7.2 Khidmat Pelanggan

Berdasarkan Jadual 4.26, secara keseluruhan dengan nilai min 4.2 serta nilai sisihan piawai 0.562, responden setuju menyatakan bahawa Khidmat Pelanggan merupakan kesan prestasi bukan kewangan hasil penggunaan Facebook Page. Menambah kesetiaan pelanggan dan mengekalkan mereka merupakan faktor utama khidmat pelanggan dengan nilai min 4.228 serta nilai sisihan piawai 0.655.

Jadual 4.26 Khidmat Pelanggan

	Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan
		1	2	3	4	5				
59	Khidmat Pelanggan Hubungan Pelanggan			6	32	19	57	4.228	0.627	
60	Kesetiaan dan Kekal			7	30	20	57	4.228	0.655	
61	Memperbaiki			6	33	18	57	4.211	0.619	
				10.5	57.9	31.6	100	4.222 @ 4.2	0.562	Setuju

4.7.3 Penjenamaan dan Kompetatif

Berdasarkan Jadual 4.27 , secara keseluruhan dengan nilai min 4.3 serta nialai sisihan piawai 0.566, responden setuju menyatakan bahawa Penjenamaa dan kompetatif merupakan kesan prestasi bukan kewangan hasil penggunaan Facebook Page.menambah baik imej organisasi merupakan faktor penjenamaan dan kompetatif utama dengan nilai min 4.333 dan nialai sisihan piawai 0.607.

Jadual 4.27 Penjenamaan dan Kompetatif

	Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan
		1	2	3	4	5				
	Penjenamaan dan Kompetatif									
62	Penjenamaan			5	31	21	57	4.281	0.620	
				8.8	54.4	36.8	100			
63	Imej			4	30	23	57	4.333	0.607	
				7	52.6	40.4	100			
64	kompetatif			4	30	23	57	4.228	0.627	
				7	52.6	40.4	100			
								4.281	0.566	Setuju
								@ 4.3		

4.7.4 Pengurusan Maklumat

Berdasarkan Jadual 4.28, secara keseluruhan dengan nilai min 4.1 serta nilai sisihan piawai 0.703, responden setuju menyatakan bahawa pengurusan maklumat merupakan kesan prestatasi bukan kewangan hasil penggunaan Facebook Page. Membolehkan akses yang lebih mudah untuk mendapatkan maklumat pasaran menjadi faktor utama dengan nilai min 4.174 serta nilai sisihan piawai 0.759.

Jadual 4.28 Pengurusan Maklumat

	Pernyataan	Skala					N	Min	SP	Penerimaan
		1	2	3	4	5				
65	Pengurusan Maklumat Maklumat Pelanggan		1	8	28	20	57	4.175	0.735	
			1.8	14	49.1	35.1	100			
66	Maklumat Pesaing	3		10	27	17	57	3.965	0.981	
		5.3		17.5	47.4	29.8	100			
67	Maklumat Pasaran	1		6	31	19	57	4.175	0.759	
		1.8		10.5	54.4	33.3	100			
68	Penghantaran	1		4	36	16	57	4.158	0.702	
		1.8		7	63.2	28.1	100			
								4.118 @ 4.1	0.703	Setuju

4.8 Bahagian G: Analisi Hipotesis Kajian

4.8.1 Hubungan Antara Faktor-Faktor Penggunaan dan Faktor-Faktor Kegunaan Facebook Page

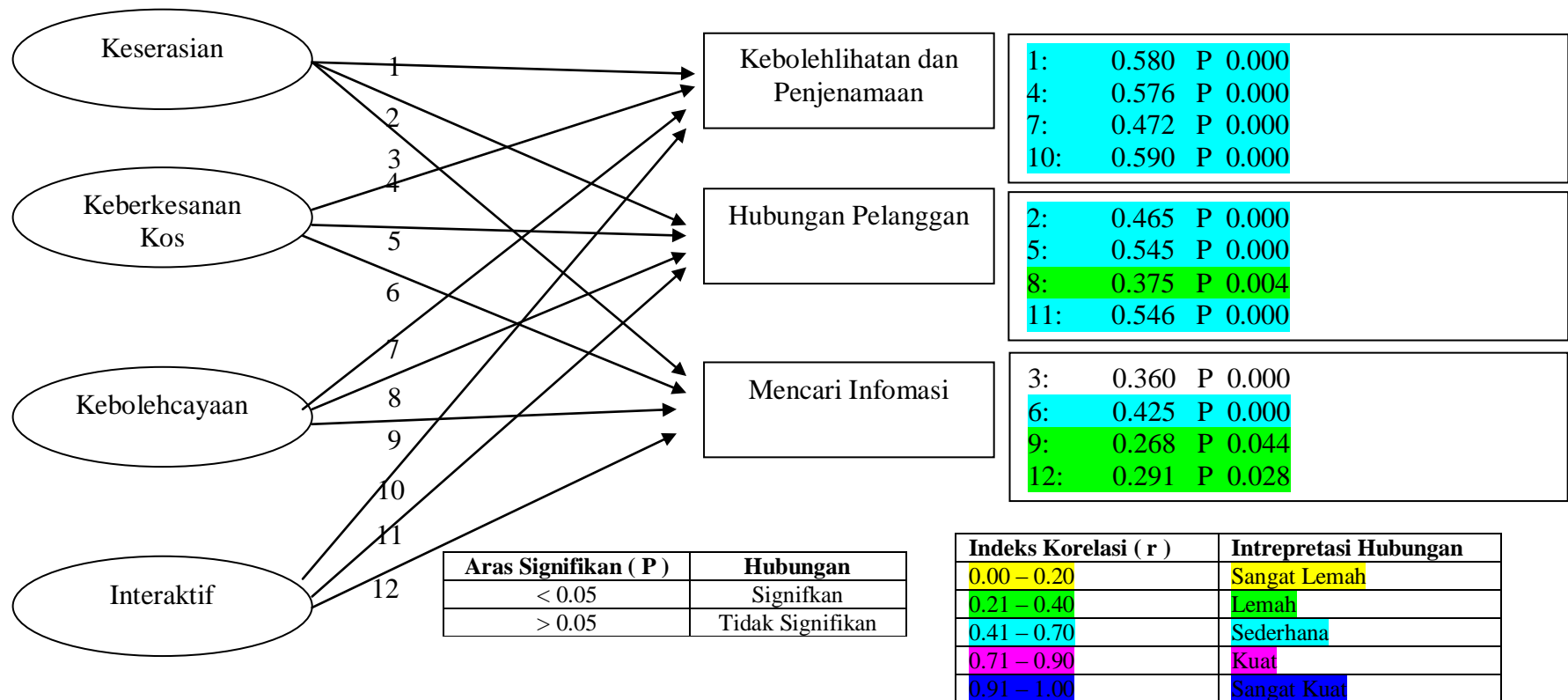
Ujian korelasi telah dijalankan bagi menjawab semua hipotesis yang telah dibuat di awal kajian seperti yang terdapat di dalam Rajah 4.1. Hipotesis pertama kajian ialah keserasian mempengaruhi faktor-faktor kegunaan *Facebook Page* secara positif. Berdasarkan ujian korelasi yang telah dijalankan, secara keseluruhan kesumua hubungan antara faktor keserasian dengan faktor faktor kegunaan iaitu kebolehlihatan, penjenamaan, dan mencari informasi adalah hubungan yang signifikan dan berkolerasi secara positif. Kekuatan hubungan antara faktor keserasian dengan Faktor Koblehlihatan dan Penjenamaan adalah sederhana. Kekuatan hubungan antara Keserasian dan hubungan pelanggan adalah sederhana dan kekuatan hubungan antara faktor keserasian dengan faktor mencari informasi adalah lemah.

Hipotesis kedua kajian ialah keberkesanan kos mempengaruhi faktor-faktor kegunaan Facebook Page secara positif. Hasil ujian kolerasi yang telah dijalankan, semua faktor mempunyai hubungan yang signifikan dan berkolerasi secara positif, kekuatan hubungan antara faktor pula adalah sederhana.

Hipotesis yang ketiga ialah kebolehcayaan mempengaruhi faktor faktor kegunaan Facebook Page secara positif, Hasil ujian kolerasi yang telah dijalankan, semua faktor mempunyai hubungan yang signifikan dan berkolerasi secara positif, tetapi empunyai kekuatan hubungan yang berbeza iaitu hubungan antara faktor kebolehcayaan dengan faktor kebolehlihatan dan penjenamaan adalah sederhana manakala hubungan kebolehcayaan dengan hubungan pelanggan dengan mencari informasi adalah rendah.

Hipotesis yang ke empat ialah interaktif mempengaruhi faktor-faktor kegunaan Facebook Page secara positif. semua faktor mempunyai hubungan yang signifikan dan berkorelasi secara positif, tetapi mempunyai kekuatan hubungan yang berbeda yaitu hubungan antara faktor interaktif dengan faktor kebolehlihatan dan hubungan pelanggan adalah sederhana, dan hubungan antara interaktif dengan faktor mencari informasi adalah lemah

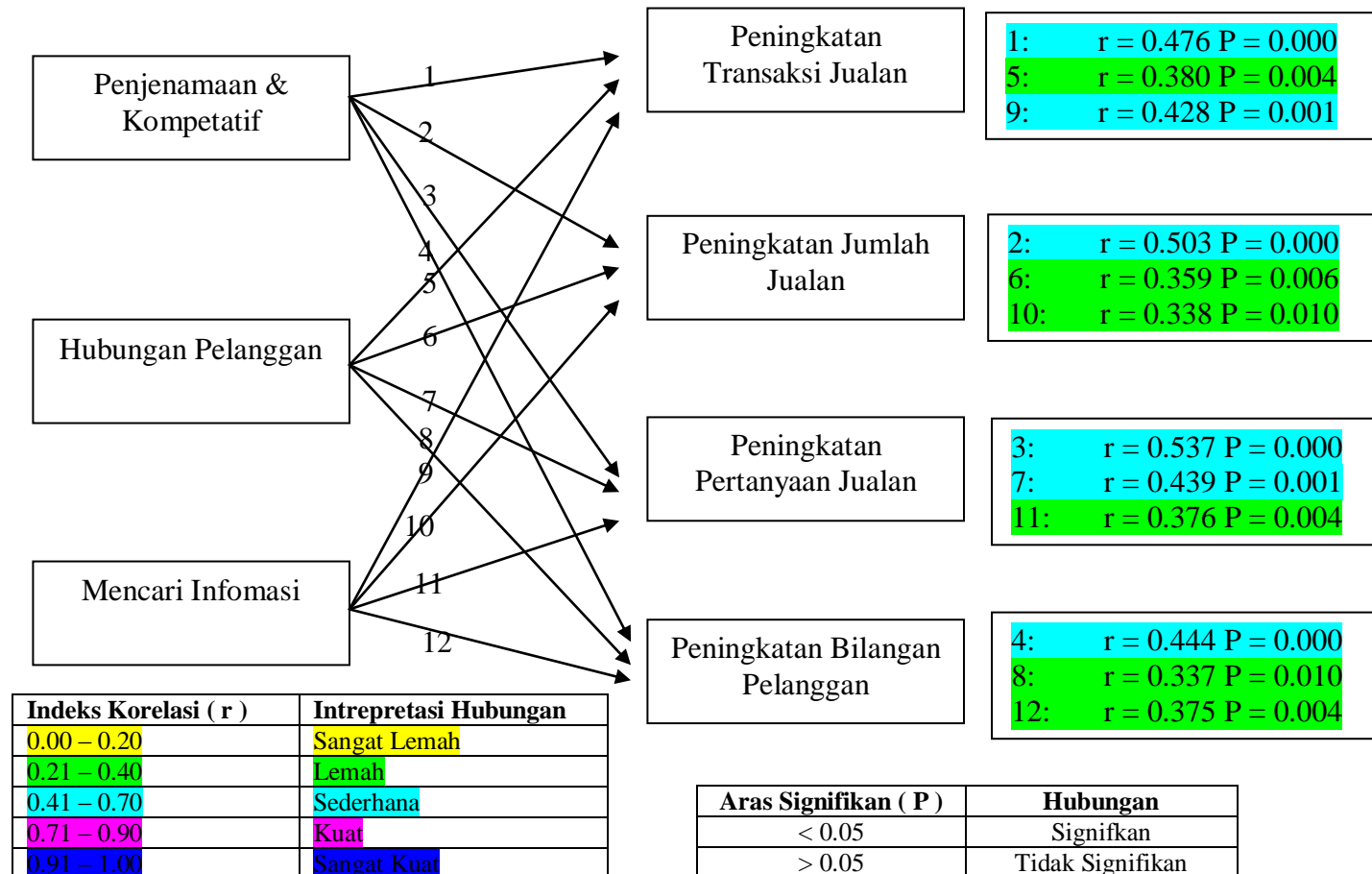
Rajah 4.1 Hubungan Faktor-Faktor Penggunaan Dengan Faktor-Faktor Kegunaan



4.8.2 Hubungan Antara Faktor-Faktor Kegunaan Dengan Kesan Prestasi Kewangan

Ujian hipotesis ke-lima kajian ialah faktor-faktor kegunaan Facebook Page mempengaruhi jangkaan ke atas prestasi kewangan secara positif. Keputusan ujian kolerasi adalah seperti Rajah 4.2. kesemua faktor mempunyai hubungan yang signifikan dan berkolerasi secara positif tetapi mempunyai kekuatan hubungan yang berbeza-beza antara lemah dan sederhana.

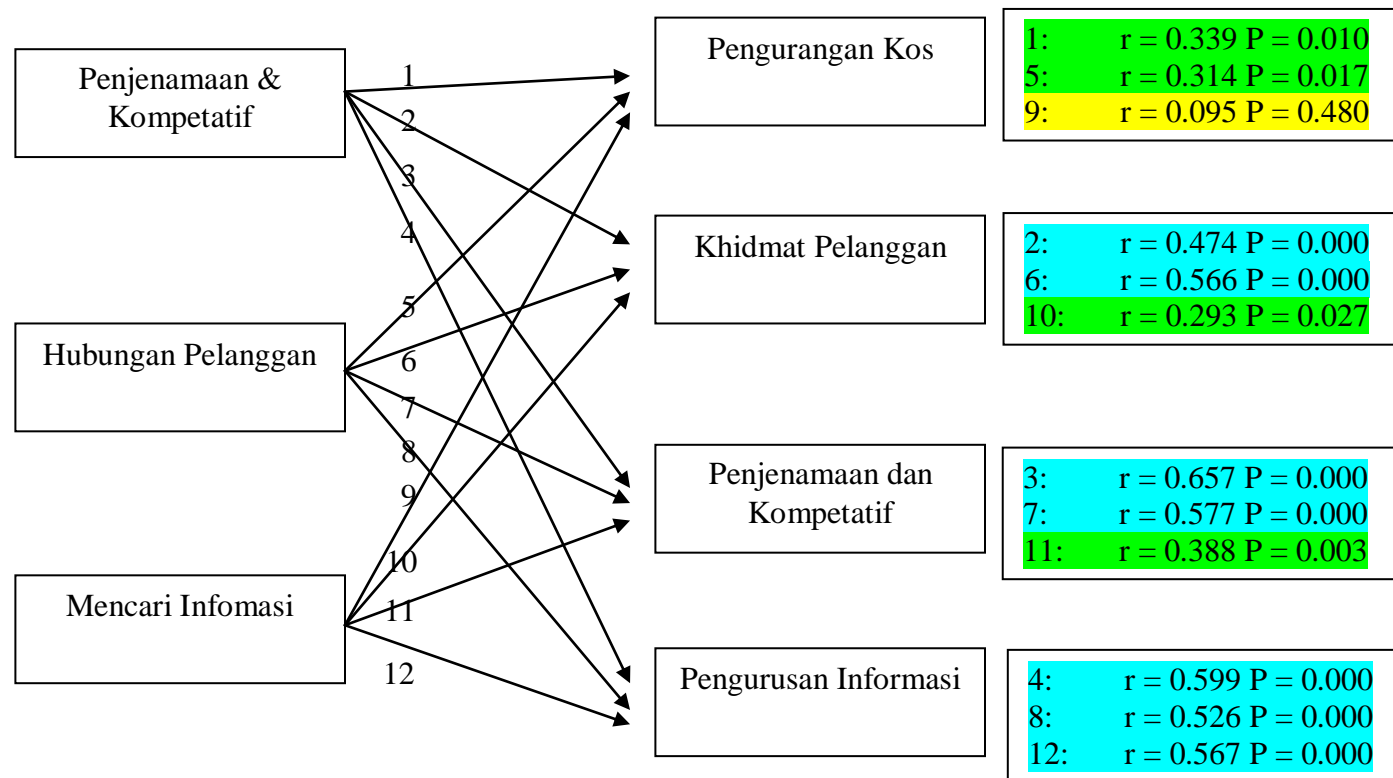
Rajah 4.2 Hubungan Antara Faktor-Faktor Kegunaan Dengan Kesan Prestasi Kewangan



4.8.3 Hubungan Antara Faktor-Faktor Kegunaan dengan Kesan Prestasi Bukan Kewangan

Ujian hipotesis ke-enam kajian ialah faktor-faktor kegunaan *Facebook Page* mempengaruhi kesan prestasi bukan kewangan secara positif. Keputusan ujian kolerasi adalah seperti Rajah 4.3. Kesemua faktor mempunyai hubungan yang signifikan dan berkolerasi secara positif tetapi mempunyai kekuatan hubungan yang berbeza-beza antara sangat lemah, lemah dan sederhana. Hubungan faktor kegunaan mencari informasi dengan kesan bukan kewangan pengurusan informasi merupakan kesan yang mempunyai hubungan yang paling kuat jika dibandingkan dengan hubungan faktor-faktor lain. Manakala hubungan faktor kegunaan mencari informasi dengan kesan kegunaan bukan kewangan pengurangan kos mempunyai hubungan yang paling lemah jika dibandingkan dengan faktor-faktor lain.

Rajah 4.3 Hubungan Antara Faktor-Faktor Kegunaan Dengan Kesan Prestasi Bukan Kewangan



Indeks Korelasi (r)	Intrepretasi Hubungan	Aras Signifikan (P)	Hubungan
0.00 – 0.20	Sangat Lemah	< 0.05	Signifikan
0.21 – 0.40	Lemah	> 0.05	Tidak Signifikan
0.41 – 0.70	Sederhana		
0.71 – 0.90	Kuat		
0.91 – 1.00	Sangat Kuat		

4.9.1 Bahagian H: Ujian Regresi

4.9.1.1 Faktor yang mempengaruhi kesan prestasi kewangan

Jadual 4.29: Model Regresi Prestasi Kewangan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.616 ^a	0.379	0.368	0.82485
2	0.658^b	0.433	0.389	0.81102

- a. Predictors: (Constant), Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos
- b. Predictors: (Constant), Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos, Purata Min Kegunaan Mencari Informasi, Purata Min Kegunaan Hubungan Pelanggan, Purata Min Kegunaan Penjenamaan dan Kompetatif

Jadual 4.30: Koeffisyen Prestasi Kewangan

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.638	0.805		-3.278	0.002
	Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos	1.136	0.196	0.616	5.799	0.000
2	(Constant)	-3.099	1.026		-3.020	0.004
	Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos	0.875	0.244	0.474	3.584	0.001
	Purata Min Kegunaan Hubungan Pelanggan	-0.179	0.331	-0.086	-0.541	0.591
	Purata Min Kegunaan Mencari Informasi	0.143	0.192	0.109	0.743	0.461
	Purata Min Kegunaan Penjenamaan dan Kompetatif	0.415	0.268	0.247	1.550	0.127

a. Dependent Variable: Purata Min Kesan Berkaitan Kewangan

$$Y_1 = - (3.099) + 0.875 (X_1) - 0.179 (X_2) + 0.143 (X_3) + 0.415 (X_4)$$

Y_1 = Kesan Prestasi Berkaitan Kewangan

X_1 = Purata Min Faktor Penggunaan Keberkesanan Kos

X_2 = Purata Min Faktor Kegunaan Hubungan Pelanggan

X_3 = Purata Min Faktor Kegunaan Mencari Informasi

X_4 = Purata Min Faktor Kegunaan Penjenamaan dan Kompetatif

4.9.1.2 Faktor yang mempengaruhi kesan prestasi bukan kewangan

Jadual 4.29: Model Regresi Prestasi Bukan Kewangan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.647 ^a	0.418	0.407	0.42047
2	0.712 ^b	0.507	0.489	0.39045
3	0.744^c	0.553	0.509	0.38262

- a. Predictors: (Constant), Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos
- b. Predictors: (Constant), Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos, Purata Min Penggunaan Interaktif
- c. Predictors: (Constant), Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos, Purata Min Penggunaan Interaktif, Purata Min Kegunaan Mencari Informasi, Purata Min Kegunaan Hubungan Pelanggan, Purata Min Kegunaan Penjenamaan dan Kompetatif

Jadual 4.31: Koeffisyen Prestasi Bukan Kewangan

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1.566	0.410		3.816	0.000
	Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos	0.628	0.100	0.647	6.286	0.000
2	(Constant)	1.114	0.408		2.732	0.008
	Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos	0.413	0.116	0.425	3.572	0.001
	Purata Min Penggunaan Interaktif	0.327	0.105	0.372	3.127	0.003
3	(Constant)	0.614	0.485		1.265	0.212
	Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos	0.304	0.123	0.313	2.467	0.017
	Purata Min Penggunaan Interaktif	0.224	0.117	0.254	1.919	0.061
	Purata Min Kegunaan Hubungan Pelanggan	0.158	0.162	0.144	0.979	0.332
	Purata Min Kegunaan Mencari Informasi	-0.0001	0.094	0.000	0.000	1.000
	Purata Min Kegunaan Penjenamaan dan Kompetatif	0.159	0.134	0.179	1.187	0.241

a. Dependent Variable: Purata Min Kesan Bukan Kewangan

$$Y_2 = 0.614 + 0.304 (X_1) + 0.224 (X_2) + 0.158 (X_3) - (0.0001) (X_4) + 0.159 (X_5)$$

Y_2 = Kesan Prestasi Bukan Kewangan

X_1 = Purata Min Penggunaan Keberkesanan Kos

X_2 = Purata Min Penggunaan Interaktif

X_3 = Purata Min Kegunaan Hubungan Pelanggan

X_4 = Purata Min Kegunaan Mencari Informasi

X_5 = Purata Min Kegunaan Penjenamaan dan Kompetatif