

PENGHASILAN SISTEM PEMASARAN PROGRAM PENDIDIKAN
BERTERUSAN (e-Pemasaran) BERASASKAN WEB BAGI UNIT
PENDIDIKAN BERTERUSAN KUiTTHO : KAJIAN
KEBOLEHGUNAAN DI KUiTTHO

ANIS SAFINAZ BINTI RAMLI

Tesis ini dikemukakan

Sebagai memenuhi syarat penganugerahan

Sarjana Pendidikan Teknik dan Vokasional

Jabatan Pendidikan Teknik dan Vokasional

Fakulti Teknologi Kejuruteraan

Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn

*Teristimewa buat Papa dan Mummy yang dikasihii....
Haji Ramli Ab. Rahman dan Hajah Adnin Zakaria
“terima kasih atas segala pengorbanan kalian”*

*Teristimewa buat suami tercinta..
Azrul Nizam Abdul Aziz
“kaulah segalanya”*

*Teristimewa buat yang tersayang....
Anis Safura & Zamros Yuzadi
Anas Salihin & Nazira
Anis Salwa
Anis Safwan
“terima kasih atas sokongan kalian”*

*Buat teman-teman tersayang....
Munirah Ahmad Zaki
Intan Shazila Samsudin
Muhammad Helmi Abu Bakar
“terima kasih atas segalanya dan kenangan bersama tetap
segar diingatan”*

*Buat teman seperjuangan....
“terima kasih di atas segalanya dan semoga ukhuwahi
yang terjalin antara kita berkekalan hendaknya”*

PENGHARGAAN

Dengan Nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Mengasihani. Selawat dan salam ke atas Junjungan Besar Nabi Muhammad S.A.W.

Ucapan setinggi-tinggi penghargaan saya tujukan kepada penyelia projek Dr. Noraini binti Kaprawi di atas segala tunjuk ajar, bimbingan dan komitmen yang berterusan dan tidak berbelah bahagi. Tanpa bimbingan beliau, tidak mungkin projek ini akan berjaya.

Ucapan terima kasih yang tidak terhingga juga buat kakitangan pengurusan di Pusat Penyelidikan, Perundingan dan Pendidikan Berterusan KUiTTTHO, kakitangan PTM, pensyarah-pensyarah yang ditemubual dan sudi menjadi responden, dan pihak yang terlibat membantu dalam merealisasikan dan menjayakan projek ini. Segala kerjasama kalian akan dikenang dan diucapkan jutaan terima kasih.

Seterusnya penghormatan juga kepada keluarga, rakan-rakan seperjuangan dan sesiapa sahaja yang terlibat secara langsung dan tidak langsung di atas dorongan, teguran, tunjuk ajar dan nasihat di dalam menyiapkan kajian ini.

Semoga projek ini dapat memberi sumbangan dan manfaat kepada semua, InsyaAllah.

ABSTRAK

Pemasaran elektronik (e-pemasaran) merupakan cara yang paling berkesan untuk mempromosi jenama, servis dan produk. Oleh yang demikian, kajian ini dijalankan bertujuan untuk membangunkan Sistem Pemasaran Program Pendidikan Berterusan (e-Pemasaran) Berasaskan Web bagi Unit Pendidikan Berterusan (UPB) Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn (KUiTTHO). Sistem ini dibangunkan dengan menggunakan perisian Macromedia Dreamweaver MX sebagai platform utama dan Microsoft Access sebagai pangkalan data. Kajian ini adalah berbentuk tinjauan dan pengkaji menilainya dari aspek kualitatif dan kuantitatif. Kajian ini adalah bertujuan untuk menilai tahap kebolehgunaan Sistem e-Pemasaran yang telah dibangunkan dari aspek antaramuka, mesra pengguna, menu yang terdapat dalam sistem dan potensi sistem terhadap pemasaran. Seramai 40 orang responden diambil dari set populasi kajian yang terdiri daripada pihak yang terlibat dengan pengurusan (publisiti dan promosi) UPB KUiTTHO dan juga pelanggan UPB KUiTTHO. Untuk kajian ini, instrumen yang digunakan adalah soal selidik dan juga temubual. Data-data yang diperolehi telah dianalisis dengan menggunakan *Statistical Packages for Social Sciences Version 11.0* (SPSS) yang melibatkan skor min dan ujian *Mann-Whitney U*. Dapatan kajian ini juga mendapati bahawa mesra pengguna, penggunaan menu dan potensi terhadap pemasaran berada di tahap tinggi sementara antaramuka berada di tahap sederhana. Walau bagaimanapun, kebolehgunaan sistem adalah pada tahap yang tinggi. Dapatan kajian juga mendapati tidak terdapat perbezaan antara persepsi pihak pengurusan UPB dan pelanggan UPB terhadap kebolehgunaan sistem. Dengan ini dapat disimpulkan bahawa sistem boleh digunakan oleh semua pihak dan seterusnya dapat membantu pihak pengurusan UPB dalam mempromosikan program yang ditawarkan. Pengkaji mencadangkan agar Sistem e-Pemasaran ini dapat dimantapkan dari aspek antaramuka dan aspek-aspek lain bagi mengatasi kelemahan sistem yang telah dibangunkan.

ABSTRACT

Electronic marketing (e-marketing) is the most effective marketing tools to promote brands, services and products. Furthermore, e-marketing helps user to get information from all over the world. Therefore, this research was carried out with a system called *Sistem Pemasaran Program Pendidikan Berterusan (e-Pemasaran) Berasaskan Web bagi Unit Pendidikan Berterusan (UPB) Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn (KUiTTHO)*. *E-Pemasaran* is developed by using a few softwares such as Macromedia Dreamweaver MX as a main platform and Microsoft Access for database. The method used in this study is a survey method, while the design for this study are qualitative and quantitative methods. The main purpose of this research was to evaluate the usability of the system in the aspect of interface, user –friendly, menu and system potential towards marketing. 40 respondents of the population from UPB's administrators and client have been chosen for this research. . The instruments used in this study were questionnaires and interview. The data collected were analyzed by using Statistical Packages for Social Sciences Version 11.0 (SPSS), which were represented using mean scores and Mann-Whitney U test. The findings showed that user friendliness, menu and potential system towards marketing were rated at a high level, while the interface is rated at a medium level. However, the level of usability of the system was rated at the high level. The hypothesis testing using Mann-Whitney U test indicated that there were no statistical significant different between UPB's administrators and UPB's client perceptions towards the usability of the system. We can conclude that, the system is suitable for all users and also could help UPB's administrators towards promoting the courses offered. Several suggestions have been made to enhance this system in the aspects of interface and also other aspects in developing a better system.

KANDUNGAN

BAB	PERKARA	MUKA SURAT
	HALAMAN JUDUL	i
	HALAMAN PENGAKUAN	ii
	HALAMAN DEDIKASI	iii
	HALAMAN PENGHARGAAN	iv
	ABSTRAK	v
	ABSTRACT	vi
	SENARAI KANDUNGAN	vii
	SENARAI JADUAL	xiv
	SENARAI RAJAH	xv
	SENARAI SINGKATAN	xvi
	SENARAI LAMPIRAN	xvii



BAB	PERKARA	MUKA SURAT
	2.3.1 Konsep Asas Pemasaran	24
	2.3.2 Falsafah Pengurusan Pemasaran	26
	2.3.3 Strategi Pemasaran	28
2.4	Pemasaran Secara <i>Online</i>	31
	2.4.1 Kebaikan dan Kelemahan Pemasaran Secara <i>Online</i>	33
	2.4.2 Pengendalian Pemasaran Secara <i>Online</i>	35
	2.4.3 <i>World Wide Web</i>	36
	2.4.4 Perancangan dan Pembinaan Laman Web	37
	2.4.5 Ciri-ciri Laman Web	38
2.5	Kebolegunaan Sistem e-Pemasaran UPB	39
2.6	Antaramuka	40
2.7	Mesra Pengguna	41
2.8	Sorotan Kajian Lepas	42
2.9	Kesimpulan	44

III METODOLOGI KAJIAN

3.1	Pendahuluan	45
3.2	Rekabentuk Kajian	45
3.3	Lokasi Kajian	46
3.4	Populasi dan Sampel Kajian	46

BAB	PERKARA	MUKA SURAT
	3.5 Kaedah Pengumpulan Data	48
	3.6 Instrumen Kajian	48
	3.6.1 Borang Soal Selidik	50
	3.6.2 Temubual	52
	3.7 Kajian Rintis	52
	3.8 Kaedah Analisis Data	55
	3.8.1 Purata Skor	56
	3.9 Andaian Kajian	56
	3.10 Tatacara Kajian	57
	3.11 Kesimpulan	58
IV	REKA BENTUK DAN PENILAIAN PRODUK	
	4.1 Pendahuluan	59
	4.2 Latar Belakang Produk	59
	4.3 Reka Bentuk Senibina Sistem	60
	4.3.1 Model Konsepsi	61
	4.3.2 Carta Alir	62
	4.3.3 Model Hierarki dan Penerangan Menu	67
	4.3.4 Pembangunan Papan Cerita	70
	4.4 Spesifikasi Keperluan Sistem	70
	4.4.1 Persekitaran Pengoperasian Yang Diperlukan Untuk Membangunkan Sistem	71



PT TA UTHM

PERPUSTAKAAN TUN AMINAH

BAB	PERKARA	MUKA SURAT
	4.4.1.1 Pelayan Web	71
	4.4.1.2 Pembangun Web	71
	4.4.2 Persekitaran Yang Diperlukan Untuk Melarikan Sistem	72
4.5	Metodologi	73
	4.5.1 Fasa 1 : Penyelidikan dan Kajian Awal	75
	4.5.1.1 Sumber Keperluan Projek	75
	4.5.2 Fasa 2 : Analisis	76
	4.5.3 Fasa 3 : Rekabentuk	77
	4.5.4 Fasa 4 : Pembangunan	77
	4.5.5 Fasa 5 : Dokumentasi dan Pengujian	78
4.6	Kesimpulan	78
V	ANALISIS DATA	
5.1	Pengenalan	79
5.2	Latar Belakang Responden	80
	5.2.1 Latar Belakang Responden Temubual	82
5.3	Proses Menganalisis Data	83
	5.3.1 Soal Selidik	83
	5.3.2 Temu bual	84
5.4	Dapatan Kajian	85
	5.4.1 Persoalan Kajian 1	85
	5.4.2 Persoalan Kajian 2	87



BAB	PERKARA	MUKA SURAT
	5.4.3	Persoalan Kajian 3 88
	5.4.4	Persoalan Kajian 4 92
	5.4.5	Persoalan Kajian 5 93
5.5	Ulasan dan Komen	95
5.6	Kesimpulan	97
VI	PERBINCANGAN, RUMUSAN DAN CADANGAN	
6.1	Pengenalan	98
6.2	Perbincangan dan Kesimpulan	99
6.2.1	Latar Belakang Responden	99
6.2.2	Antaramuka Sistem e-Pemasaran	100
6.2.3	Mesra Pengguna Sistem e-Pemasaran	102
6.2.4	Menu Yang Terdapat Dalam Sistem e-Pemasaran	103
6.2.5	Potensi Sistem e-Pemasaran Dalam Membantu Pihak Pengurusan Bagi Mempromosikan Pihak UPB	105
6.2.6	Perbezaan Di antara Persepsi Pihak Pengurusan UPB dan Pelanggan UPB Terhadap Kebolegunaan Sistem e- Pemasaran	107
6.3	Cadangan	108
6.3.1	Cadangan Kepada UPB KUiTTHO	108
6.3.2	Cadangan Untuk Kajian Selanjutnya	109



BAB	PERKARA	MUKA SURAT
6.4	Rumusan	110
6.5	Penutup	113
	BIBLIOGRAFI	114
	LAMPIRAN	121



PTTA UTHM
PERPUSTAKAAN TUNKU TUN AMINAH

SENARAI JADUAL

NO. JADUAL	TAJUK	MUKA SURAT
3.1	Nilai Kebolehpercayaan Bagi Indikator Kebolehgunaan e-Pemasaran	54
3.2	Kaedah Penganalisaan Data Berdasarkan Kepada Persoalan Kajian	55
5.1	Latarbelakang Responden	81
5.2	Latarbelakang Responden Berkenaan e-Pemasaran	82
5.3	Julat Tahap Kebolehgunaan Sistem e-Pemasaran	84
5.4	Skor Min Tahap Kebolehgunaan e-Pemasaran Dari Aspek Antaramuka	86
5.5	Skor Min Tahap Kebolehgunaan e-Pemasaran Dari Aspek Mesra Pengguna	87
5.6	Skor Min Tahap Kebolehgunaan e-Pemasaran Dari Aspek Penggunaan Menu Dalam Sistem e-Pemasaran	89
5.7	Skor Min Tahap Kebolehgunaan e-Pemasaran Dari Aspek Potensi Sistem e-Pemasaran Dalam Publisiti dan Pemasaran	92
5.8	Perbezaan Persepsi Antara Pelanggan UPB KUiTTHO dan Pihak Pengurusan UPB Terhadap Kebolehgunaan e-Pemasaran	94

SENARAI RAJAH

NO. RAJAH	TAJUK	MUKA SURAT
1.1	Kerangka Kajian	10
2.1	Konsep Asas Pemasaran	24
2.2	Perbezaan Antara Konsep Jualan dan Konsep Pemasaran	27
2.3	Langkah-langkah Dalam Menyediakan Perancangan Pemasaran	30
4.1	Model Konsepsi	63
4.2	Carta Alir Dasar	64
4.3	Model Hierarki	69
4.4	Model Air Terjun	74



PTTA UTHM
PERPUSTAKAAN TUNKU TUN AMINAH

SENARAI SINGKATAN

e-Pemasaran	Sistem Pemasaran Program Pendidikan Berterusan
FAQ	<i>Frequently Asked Question</i>
IR1Q1	<i>Interview Responden 1, Question 1</i>
KUiTTHO	Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn
PTM	Pusat Teknologi Maklumat
PTV	Pendidikan Teknik & Vokasional
S	Soalan
SMS	<i>Short Message Services</i>
SPSS	<i>Statistical Packages for Social Sciences</i>
UPB	Unit Pendidikan Berterusan
www	<i>World Wide Web</i>



SENARAI LAMPIRAN

LAMPIRAN	TAJUK	MUKA SURAT
LAMPIRAN A	Borang Soal Selidik	121
LAMPIRAN B	Kajian Rintis	127
LAMPIRAN C	Analisis Data	139
LAMPIRAN D	Analisis Data Ujian <i>Mann-Whitney U</i>	151
LAMPIRAN E	Laporan Temubual	152



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Bab I membincangkan mengenai pembangunan sumber manusia dan pendidikan berterusan secara umumnya. Seterusnya, bab ini akan membincangkan mengenai latar belakang masalah, pernyataan masalah, objektif kajian, persoalan kajian, hipotesis kajian, kerangka kajian, kepentingan kajian, skop kajian, batasan kajian dan akhir sekali ialah definisi pengoperasian.

Y.A.B. Datuk Seri Dr. Mahathir bin Mohamad, Perdana Menteri Malaysia semasa memperkenalkan Wawasan 2020 di Persidangan Majlis Perdagangan Malaysia pada 28hb. Februari, 1991 telah mencetuskan hasrat untuk meningkatkan status negara Malaysia daripada sebuah negara yang sedang membangun kepada sebuah negara perindustrian yang maju sepenuhnya menjelang tahun 2020. Matlamat menjadikan Malaysia sebuah negara maju menjelang tahun 2020 boleh dilaksanakan melalui pembangunan sumber manusia yang lengkap, seimbang dan bersepadu serta melibatkan semua golongan di negara ini.

Pengurusan dan pembangunan sumber manusia merupakan antara isu penting dan diberi keutamaan dalam belanjawan 2002 dan Rancangan Malaysia ke-8. Oleh kerana alaf baru ini telah meletakkan ekonomi pengetahuan (K-ekonomi) sebagai rangsangan baru persaingan dalam ekonomi global, maka hampir kesemua negara di dunia telah dan sedang berusaha dalam perancangan pembangunannya untuk melahirkan tenaga kerja yang cekap, proaktif dan inovatif. Hal ini amat penting memandangkan pekerja berpengetahuan (*k-worker*) merupakan teras kepada pembangunan k-ekonomi.

Konsep *K-worker* telah diperkenalkan oleh Peter Druckers pada tahun 1959 berikutan perubahan yang telah berlaku dalam corak kerja berikutan proses globalisasi dan revolusi maklumat (Peter Drucker, 1981). Menurut beliau lagi, *k-worker* merupakan individu yang melaksanakan tugasnya dengan membangunkan dan menjalankan tugasnya dengan menggunakan pengetahuan.

Menurut Brown, B.L (1999), *k-worker* adalah pekerja yang sentiasa meningkatkan peranan kepimpinannya dalam bidang teknologi yang diperlukan oleh abad yang akan datang. *K-worker* juga merujuk kepada sesiapa sahaja yang dapat berfikir, melakukan tindakan berpandukan kepada idea dan membuat keputusan.

Manakala menurut J. Phang (2001), *k-worker* didefinisikan sebagai tenaga kerja yang mempunyai kemahiran menggunakan literasi komputer dan berkebolehan untuk menggunakan perlatan-peralatan teknologi maklumat bagi memudahkan kerjanya dan seterusnya memendekkan proses kerja tradisional.

Semua pasaran kerja pada masa kini memerlukan *k-worker* untuk membolehkan mereka menghadapi cabaran dalam globalisasi. Dalam konteks Malaysia, pelbagai usaha dan tindakan telah dijalankan sama ada pada peringkat kerajaan, swasta mahupun badan bukan kerajaan (NGO). Kerajaan di bawah Kementerian Sumber Manusia dan Jabatan Tenaga Rakyat telah mengambil beberapa langkah proaktif bagi memastikan hasrat ini tercapai. Manakala pihak swasta dengan kerjasama kerajaan serta NGO turut sama menggembeng tenaga dan usaha ke arah melahirkan sumber manusia yang dapat membangunkan bukan sahaja ekonomi, malah politik dan sosial.

Oleh itu, bidang pendidikan juga tidak ketinggalan dalam usaha melahirkan pekerja yang berpengetahuan (*k-worker*) sekaligus mencapai misi Kementerian Pendidikan Malaysia iaitu "*mewujudkan sistem pendidikan bertaraf dunia bagi merealisasikan potensi sepenuhnya setiap individu di samping memenuhi aspirasi masyarakat Malaysia*".

Sehubungan dengan itu, kerajaan telah memperkenalkan dan menjadikan konsep pembelajaran sepanjang hayat (PSH) atau *lifelong learning* sebagai agenda dalam pengurusan sumber manusia Jabatan Perkhidmatan Awam (JPA). *Lifelong learning* bukanlah merupakan satu konsep yang baru dalam sistem pendidikan negara. Namun begitu, ekoran dari perubahan persekitaran baru di mana ekonomi berasaskan pengetahuan atau *k-ekonomi* menjadi keutamaan, di mana konsep *lifelong learning* telah diberikan penekanan dalam pembangunan negara.

Pada hari ini, kita dapat lihat universiti-universiti tempatan telah memperkenalkan konsep *lifelong learning* seperti UM, USM, UKM, UTM. UiTM, UNITAR dan KUiTTHO. Konsep ini telah diperkenalkan dengan menawarkan pelbagai jenis program latihan kepada tenaga kerja dan masyarakat untuk

meningkatkan pengetahuan dan kemahiran dalam melahirkan pekerja berpengetahuan (k-worker).

Sehubungan dengan itu, universiti-universiti tempatan yang menawarkan pendidikan berterusan yang berkonsepkan *lifelong learning* perlu mengambil inisiatif untuk memperkenalkan konsep ini secara meluas kepada semua masyarakat dan sekaligus mempromosikan program yang ditawarkan. Ini adalah bertujuan bagi mendedahkan masyarakat kepada pendidikan berterusan dari aspek ICT (teknologi, maklumat dan komunikasi). Pelbagai kaedah boleh diambil untuk tujuan promosi iaitu seperti *brochure*, pamflet, *banner* dan juga melalui web yang dikenali sebagai e-pemasaran.

1.2 Latar Belakang Masalah

Pemasaran secara *online* (e-pemasaran) merupakan kaedah pemasaran yang paling terkini (Zahari, *et.al.*, 2002). E-pemasaran berkembang pesat dengan hadirnya Internet dalam kehidupan manusia. Menurut Norsalbiah (2001), pemasaran terus melalui medium elektronik adalah hasil daripada ledakan dan pertumbuhan yang pesat dalam teknologi maklumat dan komunikasi (ICT).

Hasil ledakan teknologi tersebut telah mewujudkan cara-cara baru yang menarik untuk pemasar mempelajari dan menjejaki pelanggan, mencipta keluaran dan perkhidmatan yang direkabentuk bagi memenuhi keperluan pelanggan, mengagih keluaran yang lebih efisien dan efektif serta berkomunikasi dengan

pelanggan sama ada dalam kumpulan besar atau perseorangan (Kotler & Amstrong, 2000).

E-pemasaran merupakan kaedah pemasaran yang paling efektif dalam era ICT ini kerana ianya dapat mengurangkan kos dan dapat diakses oleh pengguna tanpa had dan sempadan. Selain itu, e-pemasaran juga membolehkan maklumat disebarkan dengan cepat dan mudah. Keadaan ini amat jelas memperlihatkan pengaruh dan kesan yang amat ketara terhadap aktiviti-aktiviti pemasaran tradisional. Komponen yang penting dalam perniagaan atau pemasaran melalui medium elektronik ini ialah e-mel dan pengiklanan promosi dalam laman web di internet (CARM, 2000).

Sehubungan dengan itu, pengkaji telah melihat e-pemasaran sebagai satu kaedah yang dapat membantu pihak pengurusan Unit Pendidikan Berterusan (UPB) KUiTTHO dalam melahirkan *k-worker*. Bagi tujuan tersebut, pengkaji telah mengadakan sesi temubual bersama tiga orang kakitangan UPB KUiTTHO bagi mengenalpasti masalah dan kekangan yang dihadapi oleh pihak pengurusan UPB. Kakitangan yang terlibat dalam sesi temubual tersebut ialah Dr. Noraini Kaprawi selaku Timbalan Pengarah UPB, Encik Mohd Noor Fauzi Abdul Hamid selaku Pegawai Tadbir dan Cik Nurulasyikin Mohd Shah yang bertugas sebagai Pembantu Tadbir (Kesetiausahaan). Hasil daripada temubual yang dijalankan, pengkaji dapat mengenalpasti masalah yang dihadapi oleh pihak pengurusan.



1.3 Pernyataan Masalah

Berdasarkan sesi temubual yang dijalankan, pengkaji mendapati pihak pengurusan UPB menghadapi kekangan dalam aspek pemasaran dan promosi. UPB yang baru ditubuhkan di KUiTTHO juga menghadapi masalah kekangan kakitangan dalam pengurusannya dan sekaligus merencatkan proses pemasaran.

UPB telah menyediakan pelbagai program latihan kepada tenaga kerja khususnya dan masyarakat umumnya dalam usaha melahirkan *k-worker*. Namun, disebabkan kurangnya promosi, pihak pengurusan menghadapi masalah dalam mendapatkan pelanggan berdaftar bagi setiap program latihan yang dijalankan. Ini menyebabkan pihak pengurusan terpaksa membatalkan atau menangguhkan program-program tersebut.

UPB seharusnya mempunyai perancangan strategik untuk menguruskan publisiti dan promosi terhadap setiap program latihan yang ditawarkan. Ini adalah penting bagi memastikan setiap program latihan berjaya dijalankan pada masa yang telah ditetapkan bagi mendapatkan keuntungan dan dapat mengatasi modal. Pengurusan UPB boleh dimantapkan lagi melalui perancangan yang strategik dan melalui pemasaran secara *online*.

Menyedari tentang keperluan dan kepentingan pemasaran pendidikan berterusan, pengkaji merasakan satu sistem e-pemasaran perlu dibina untuk menangani kekangan yang dihadapi. Sehubungan dengan itu, pengkaji akan membangunkan sebuah sistem yang dapat membantu UPB bagi tujuan tersebut yang dinamakan “Sistem Pemasaran Program Pendidikan Berterusan (e-Pemasaran) Berasaskan Web”. Seterusnya kajian ini dijalankan adalah bagi mengenalpasti tahap kebolehgunaan Sistem e-Pemasaran dari aspek antaramuka, mesra pengguna, menu yang digunakan dan potensi sistem terhadap pemasaran.

Pengkaji berharap agar sistem yang dibangunkan dapat membantu pihak yang terlibat dalam pengurusan UPB (publisiti dan promosi) dalam menyampaikan maklumat terkini, menarik lebih ramai pelanggan serta dapat mempromosikan UPB dan sekaligus Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn.

1.4 Objektif Kajian

Berikut adalah objektif utama bagi kajian ini:

- i. Membangunkan Sistem Pemasaran Program Pendidikan Berterusan (e-Pemasaran) Berasaskan Web bagi Unit Pendidikan Berterusan (UPB) KUiTTHO dalam membantu mempromosikan program kursus yang ditawarkan.
- ii. Menilai tahap kebolegunaan Sistem e-Pemasaran yang telah dibangunkan.
- iii. Meninjau sama ada terdapat perbezaan yang signifikan di antara persepsi pelanggan UPB KUiTTHO dan pihak yang terlibat dalam pengurusan publisiti dan promosi UPB KUiTTHO terhadap kebolegunaan e-Pemasaran.



1.5 Persoalan Kajian

Berdasarkan kepada objektif kajian yang telah dinyatakan, maka persoalan kajian adalah seperti berikut:

- i. Sejauh manakah rekabentuk antaramuka Sistem e-Pemasaran yang dibangunkan ini menarik?
- ii. Sejauh manakah mesra penggunaanya Sistem e-Pemasaran yang dibangunkan ini?
- iii. Sejauh manakah menu yang terdapat dalam Sistem e-Pemasaran dapat membantu pengguna mendapatkan maklumat?
- iv. Sejauh manakah potensi Sistem e-Pemasaran dalam membantu pihak yang terlibat dalam mempromosikan UPB?
- v. Adakah terdapat perbezaan yang signifikan di antara persepsi pelanggan UPB dan pihak yang terlibat dengan pengurusan UPB terhadap kebolehgunaan Sistem e-Pemasaran?

1.6 Hipotesis Kajian

Berdasarkan kepada persoalan kajian ke lima, satu hipotesis kajian telah terhasil:

H_0 : Tidak terdapat perbezaan yang signifikan di antara persepsi pelanggan UPB KUiTTHO dan persepsi pihak yang terlibat dengan pengurusan (publisiti dan promosi) UPB KUiTTHO terhadap kebolehgunaan Sistem e-Pemasaran.

BIBLIOGRAFI

Abdullah Mohd. Zain & Md. Jan Nordin. 2000. *Perkongsian Maklumat*. Petaling Jaya: Prentice Hall.

Anis Safinaz Ramli. 2002. *Laman Web "Maafkan Kami The Return"*. Universiti Kebangsaan Malaysia.

Azlina Uzir. 1999. *10 Panduan Membina Laman Web*. Majalah PC, Vol. 33. m.s 10

Azlina Uzir. 2002. *Ciri-ciri Laman Web yang Mudah Dicapai*. Majalah PC, Vol.66 m.s 44

Azlina Uzir. 2002. *Perancangan dan Pembinaan Sebuah Tapak Web*. Majalah PC, Vol.66 m.s 46.

Azrina Ahmad. 2002. *Pembangunan dan Penilaian Modul Pembelajaran Kadar Kendiri: Pembangunan Kemahiran Dalam Penyelidikan*. Kajian Kes Sarjana Kolej Universiti Tun Hussein Onn.

Baharuddin Aris, Nora Affandy Yahaya, Jamaluddin Hj Harun dan Zaidatun Tasir. 2000. *Siri Modul Pembelajaran Teknologi Pendidikan Dari Yang Tradisi Kepada Yang Terkini...* Skudai, Johor: Jabatan Multimedia Pendidikan, Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia.

Baharuddin Aris, Rio Sumarni Shariffudin & Manimegalai Subramaniam. 2002. *Rekabentuk Perisian Multimedia*. Skudai: Penerbit UTM.

Balqis Mohd Shariff. 2003. *Pembangunan dan Penilaian Web Pemasaran Pendidikan Berterusan KUiTTHO (WPPBK)*. Kajian Kes Sarjana. Kolej Universiti Tun Hussein Onn.

Brown, B.L.1999. *Knowledge Workers*. Retrieved on: 23 June 2003.
Retrieved by: <http://ericacve.org/docgen.asp>

CARM. 2000. *E-Dagang Di Malaysia: Saranan Polisi dan Strategi*.
"http://members.tripod.com/~cheabdrani/dagang.html.

Chen Mei Ching .2002. *Investigating The Use Of The E-mail In The Teaching And Learning Of A Technical Subject Among Polytechnic Ungku Omar Students*.
Kajian Kes Sarjana. Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn.

Crumlish, C 1996. *The ABCs of the Internet*. Singapore: Tech Publication.

David Hillman. 1998. *Multimedia: Technology & Applications*. New York: Delmar Publishers

Earnpin, Lee. 2002. *Development Proposal & Investment KUiTTHO*. Research Management System. KUiTTHO.

Fluckiger. 1995. *Understanding network multimedia: Application and technology*.
Hertfordshire: Prentice Hall.

Geisert P.G., & Futrell, M.K. 1995. *Teachers, Computers and Curriculum: Microcomputers In The Classroom*. Second Edition. USA: Ally & Bacon Company.

Grauer, R.T. & Mark, G. 1997. *Exploring The Internet*. New Jersey: Prentice Hall.

Haji Zainal Abidin Safarwan. 1995. *Kamus Besar Bahasa Melayu Utusan*. Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributor Sdn Bhd.

- Hofstetter, F.T. 1995. *Multimedia Literacy*. New York: McGraw-Hill.
- Hussein Hj. Ahmad. 1993. *Pendidikan dan Masyarakat*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ibrahim Saad.1990. *Perubahan Pendidikan di Malaysia-Satu Cabaran*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Jamalludin Harun & Zaidatun Tasir. 2000. *Pengenalan Kepada Multimedia*. Kuala Lumpur: Venton Publishing.
- J. Phang. 2001. *Characteristic Of The K-worker*. Retrieved on: 2 July 2003. Retrieved by: <http://www.Star-jobs.com/article/story.asp>
- Jim Sterne. 2001. *World Wide Web Marketing: Integrating The Web Into Your Marketing Strategy*. Canada: John Wiley & Sons Inc.
- Jonassen, D.H., Peck, K.L & Wilson, B.G. 1999. *Learning With Technology*. USA: Merrill Prentice Hall.
- Karsono Ahmad Dasuki. 1993. *Konsep dan Sistem Pendidikan Jarak Jauh*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kerka, S. 1994. *Life and Work In A Technological Society*. ERIC Digest No. 147. ED 368892.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2000. *Prinsip Pemasaran*. (Penterjemah: Norjaya Mohd Yasin dan Ahmad Azmi Mohd Ariffin). Edisi Kelapan. Selangor: Dewan Bahasa dan Pustaka. M.s 1401
- Landell. K. 1997. *Management by Menu*. London: Willey & Sons Inc.
- Lau, Too Kya dan Zainuddin Awang (2001). *Statistik Asas UiTM*. Selangor :Fajar Bakti Sdn Bhd.



- McCarthy, E.J. 1975. *Basic Marketing*, Homewood, Illinois, Richard D. Irwin.
- McDonald, W.J. 1998. *Direct Marketing: An Integrated Approach*. Singapore: McGraw-Hill Companies. Inc.
- Mohd Majid Konting. 1990. *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohd Majid Konting. 2000. *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohd Najib Abdul Ghafar .1999. *Penyelidikan Pendidikan*. UTM, Skudai.
- Mohd Noh Ahmad .2002. *Penggunaan Teknologi Kerangka Web (Web Template) Dalam Pembinaan Laman Web Kelas Maya (E-Classroom): Satu Kajian Terhadap Terhadap Pensyarah Kolej Universiti Tun Hussein Onn. Satu Kajian Kes Sarjana*. Kolej Universiti Tun Hussein Onn.
- Musa Abu Samah. 2003. *Pembangunan Sistem Pendaftaran Kursus Pendidikan Berterusan Secara Online (e-sppb)*. Kajian Kes Sarjana. Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn.
- Nazlein Mohd Nawawi. 2002. *Keberkesanan Pengajaran dan Pembelajaran di Makmal: Satu Tinjauan di Politeknik Kota Bharu*. Kajian Kes Sarjana. Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn.
- Nik Rahmah Nik Yaacob, Ghazali Jaafar & Zaharah Bakar. 1992. *Asas Pemasaran*. Shah Alam: Fajar Bakti.
- Norazrina Abd Shukor. 2003. *Pembangunan Dan Penilaian Modul Pengajaran Kendiri Berasaskan web Untuk Subjek Pola Pakaian (Jurusan Fesyen) di Politeknik*. Kajian Kes Sarjana. Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn.



- Norazura bt Rali. 2003. *Hubungan Pelaksanaan Kurikulum Dengan Kompetensi Graduan Kejuruteraan Awam Lepas KUiTTHO*. Kajian Kes Sarjana. Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn.
- Norhayati Abdul Mukti. 1999. *Perisian Pengarangan*. Petaling Jaya: Prentice Hall
- Norman Longworth. 1999. *Making Lifelong Learning Work: Learning Cities for a Learning Century*. London: Kogan Page Limited.
- Norsalbiah Saad. 2001. *Pengetahuan Pelajar Pemasaran Terhadap Penggunaan Pemasaran Terus Melalui Medium Elektronik (E- Dagang)*. Kajian Kes Sarjana. Kolej Univesiti tun Hussein Onn.
- Norsuriani Nazrudin. 200. *Penglibatan Pelajar Dalam Kegiatan Dalam Kegiatan Kurikulum Sukaneka: Satu Tinjauan di ITTHO*. Kajian Kes Sarjana. Institut Teknologi Tun Hussein Onn.
- Norton, P., Wilbury, K.M. 1998. *Teaching With Technology*. USA: Harcourt Brace College Publishers.
- Parker S.P. et al. 1986. *McGraw-Hill Dictionary of Computer*. New York: McGraw-Hill.
- Peter F. Drucker. 1981. *Toward The Next Economics*. Willian Heinemann Limited. London.
- Pressmen R S (1997). *Software Engineering: A Practitioner's Approach*. New York: The McGraw-Hill Companies Inc.
- Quyul Zeta Bte Ishak .2002. *Penggunaan Blackboard5 Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Blackboard5 Dalam Proses Pengajaran dan Pembelajaran Di kalangan Pelajar Sarjana Semester 3, Sarjana Pendidikan Teknik dan Vokasional, KUiTTHO: Satu Kajian Kes*. Kajian Kes Sarjana. Kolej Universiti Teknologi Tun Hussein Onn.

- Raymond A. Neo dan Lain-lain. 2002. *Pengurusan Sumber Manusia Memperolehi Kelebihan Bersaing* (Terjemahan). Kuala Lumpur: McGraw-Hill Companies Malaysia Sdn Bhd.
- Sekaran, Uma. 1992. *Research Methods For Bussines: A Skill Building Approach*. New York: Joh Wiley & Sons, Inc.
- Simon Collin. 2000. *E-Marketing*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Solihin Osman [n.d] *TH 2713 Seni Lukis dan Grafik* (nota kuliah TH 2713: tidak diterbitkan).
- Suhaimi Ibrahim, Wan Mohd Nasir Wan Kadir, Paridah Samsuri, Rozlina Mohemed dan Mohd Yazid Idris.1999. *Kejuruteraan Perisian*. Skudai: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Sulaiman Ngah Ghazali. 1996. *Analisis Data Dalam Penyelidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Tengku Siti Mariam Tengku Wook [n.d]. 2001. *TH 2743 Animasi dan Teknologi Grafik*. (nota kuliah TH 2743: Tidak diterbitkan).
- Thomas, M.J.W. *A Theoretical Framework and Model For Achieving Enhanced Learning Through Information Use In Higher Education*". Diakses pada 20 June 2002) dalam <http://www2.auckland.aenz/cpd/HERDSA/HTML/TchLearn/THOMAS.HTM>
- Villamil-Casanova, J. & Molina, L. 1997. *Multimedia: An Introduction*. Indiana: Que E & T.
- Wiersman, William .1995. *Research Method in Education: An Introduction*. United States: Allyn & Bacon.

Wiseman, D.C. 1999. *Research Strategies for Education*. United States: ITP

Wyatt A.L. 1990. *Computer Professional's Dictionary*. New York: Osborne McGraw-Hill.

ZahariMohamad, Nor Pujawati Md. Said, Abdul Rahim Othman, Sany Sanuri Mod Mokhtar & Noor Hasmini Abd. Ghani. 2002. *PM 30100 Pemasaran*. UNITEM: Univision Press Sdn Bhd.

Zaidatun Tasir & Mohd Salleh Abu. 2003. *Analisis Data Berkomputer SPSS 11.5 (for Windows)*. Kuala Lumpur: Venton Publishing.

Zainal Abidin Mohd. Said. 1988. *Pengurusan Pemasaran*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Zainal Abidin Safarwan. 1995. *Kamus Besar Bahasa Melayu*. Kuala Lumpur: Utusan Publication Sdn Bhd.

Zikmund & D'Amico. 1989. *Marketing*. Brisbane: John Wiley & Sons.



PTTA UTHM
PERPUSTAKAAN TUNKU TUN AMINAH