

Perp. Sultanah Zanariah, UTM



30000010166291

10439859

SISTEM PEMASARAN PRODUK HALAL

NOR LIANA BT MOHD NOOR

**Laporan Projek Sarjana ini dikemukakan
sebagai memenuhi sebahagian dari syarat penganugerahan Ijazah
Sarjana Sains (Keusahawanan-Teknologi Maklumat)**

**Fakulti Sains Komputer Dan Sistem Maklumat
Universiti Teknologi Malaysia**

APRIL 2008

ABSTRAK

Sistem Pemasarah Produk Halal (*Halalemall*) merupakan satu alternatif kepada pengguna sistem yang berasaskan web. Sistem ini dibangunkan sebagai satu platform menghubungkan pengguna dengan pembekal produk makanan halal. Sistem ini membantu pengguna untuk membuat carian terhadap produk makanan yang diperlukan dengan jaminan kualiti dan status kehalalan produk yang tidak perlu diragui. Selain itu sistem ini membantu pembekal dalam mengendalikan perniagaan dan pemasaran produk makanan halal berkonsepkan e-dagang. Sistem ini menyediakan fungsi kitaran yang lengkap dalam proses perniagaan bermula dari pengiklanan, pemasaran, pembelian, penjualan, pembayaran, dan penghantaran. Dengan fungsi pemantauan terhadap status halal produk, akan menjamin produk yang dipasarkan adalah terjamin status halalnya. Menerusi platform ini, pengusaha atau pembekal dapat meningkatkan pasaran dengan hanya yuran yang berpatutan. Dalam masa yang sama portal juga sebagai tapak pengiklanan kepada pengusaha untuk mengiklankan produk mereka. Melalui aplikasi sistem ini, aktiviti pengiklanan khususnya dapat mencapai kumpulan sasaran yang luas dan kaedah pengiklanan akan menjadi lebih efisien.

ABSTRACT

Smart Halal Marketing System (*Halalemall*) is one of the alternatives for the user web base. The main reason of developing the system is provide the one platform for connection between the customer and halal food suppliers. This system can help the customer to searching for the good quality product and guarantee for the halal certification status. Besides that, the system also provides a business operation into an electronic format. The system provide a complete process in the business starting process for advertising, marketing, selling, payment and shipping process until the product deliver for the customer. With function of halal certification inspection, we are ensuring that product in this portal truly halal. With the effective system the supplier can increases the profit with the lower cost. Besides that, the platform also provides the advertising function for the supplier to advertise their product at the main page. With this system, the commercializing estate can target a huge market and the technique of marketing and promoting can be more efficient

KANDUNGAN

BAB	PERKARA	HALAMAN
	JUDUL	i
	PERAKUAN PELAJAR	ii
	DEDIKASI	iii
	PENGHARGAAN	iv
	ABSTRAK	v
	ABSTRACT	vi
	KANDUNGAN	vii
	SENARAI JADUAL	xii
	SENARAI RAJAH	xiv
	SENARAI SINGKATAN	xv
	SENARAI LAMPIRAN	xvi
I	Pengenalan	
	1.1 Pengenalan Projek	1
	1.2 Latar belakang Masalah	2
	1.3 Pernyataan Masalah	5
	1.4 Pengenalan Projek	6
	1.5 Matlamat Projek	7
	1.6 Objektif Projek	7
	1.7 Skop Projek	8
	1.8 Jangkaan Hasil Projek	8
	1.9 Kepentingan	9
	1.10 Ringkasan	10

II

KAJIAN LITERATUR

2.1	Pengenalan	11
2.2	Konsep Pemasaran	12
2.2.1	Jenis Pemasaran	13
2.2.1.1	Jualan Langsung(<i>Direct Selling</i>)	13
2.2.1.2	Pemasaran Terus(<i>Direct Marketing</i>)	13
2.2.1.3	Penjualan Automatik (<i>Automatic Vending</i>)	14
2.2.1.4	Pembelian Perkhidmatan	14
2.3	Analisa Konsep Pemasaran Secara Terus	14
2.3.1	Kelebihan Pemasaran Secara Terus	15
2.4	Perkembangan <i>Online Shopping</i> di Asia	15
2.5	Perkembangan E-Dagang Di Malaysia	16
2.5.1	Kelebihan E-Dagang	18
2.5.2	Tahap Penggunaan Internet Dunia	18
2.6	Perkembangan Industri Makanan Halal	21
2.6.1	Perkembangan Industri Makanan Halal Di Malaysia	22
2.6.2	Tren Pasaran Akan Datang	23
2.7	Pembangunan Laman Web	25
2.7.1	<i>Hypertext Preprocessor (PHP)</i>	25
2.7.1.1	Kelebihan <i>Hypertext Preprocessor (PHP)</i>	26
2.7.2	Joomla!	27
2.7.2.1	Kelebihan Joomla!	27
2.7.3	VirtueMart	28
2.8	Kaedah <i>Unified Modelling Language (UML)</i>	29
2.9	Kajian Sistem Semasa	29

2.9.1	www.halal2all.com	30
2.9.2	www.halalsquare.com	32
2.9.3	www.allhalal.net	33
2.10	Ringkasan	35

III METODOLOGI

3.1	Pengenalan	36
3.2	Metodologi Projek	37
3.2.1	Metodologi Prototaip Evolusi	38
3.2.2	Metodologi Spiral	40
3.3	Metodologi Prototaip	41
3.3.1	Metodologi Prototaip Evolusi	38
3.3.2	Fasa-fasa Metodologi Prototaip Prototaip Evolusi	39
	3.2.2.1 Fasa Perancangan	40
	3.2.3.2 Fasa Analisa Sistem	40
	3.2.3.3 Fasa Rekabentuk Sistem	41
	3.2.3.4 Fasa Pembangunan Prototaip	42
	3.2.3.5 Fasa Pengujian dan Penilaian prototaip	42
3.3	Keperluan Perkakasan dan Perisian	43
3.3.1	Keperluan Perkakasan	43
	3.3.1.1 Spesifikasi Perkakasan	43
	3.3.1.2 Justifikasi pemilihan Perkakasan	44
3.3.2	Keperluan Perisian	45
	3.5.2.1 Spesifikasi Perisian	46
	3.5.2.2 Justifikasi Pemilihan Perisian	46

3.6	Parancangan Kerja	49
3.7	Ringkasan	56

IV ANALISA DAN REKABENTUK

4.1	Pengenalan	51
4.2	Rekebentuk Sistem	51
4.2.1	Senibina Sistem	52
4.2.1.1	Pandangan Pelanggan	53
4.2.1.2	Pandangan Pengeluar/ Pembekal	54
4.2.1.3	Pandangan Pentadbir Sistem	55
4.3	Rekebentuk Proses	56
4.3.1	Cartalir <i>Sistem Pemasaran produk Halal</i>	56
4.3.2	Rajah Kes Guna(<i>Use Case</i>)	57
4.3.3	Penerangan Rajah Kes Guna(<i>Use Case</i>)	57
4.3.4	Rajah Jujukan(<i>Sequence Diagram</i>)	57
4.4	Rekebentuk Pangkalan Data	57
4.4.1	Rajah Kelas	58
4.5	Rekebentuk Modul Sistem	58
4.6	Rekabentuk Antaramuka	58
4.7	Ringkasan	69

V RANCANGAN PERNIAGAAN

5.1	Ringkasan Eksekutif	60
5.2	Pengenalan Syarikat	61
5.2.1	Latar Belakang Syarikat	61
5.2.2	Maklumat Syarikat	62

5.2.3	Pengurusan Syarikat	62
5.2.4	Pengalaman Pengurusan Syarikat	63
5.2.5	Sumber Sokongan Profesional dan Penasihat	64
5.3	Produk	64
5.3.1	Model Perniagaan	66
5.3.2	Kelebihan Produk	67
5.4	Komponen Produk	68
5.5	Perbandingan Sistem Pemasaran Produk Halal	70
5.6	Status Pembangunan	70
5.7	Peningkatan Produk Di Masa Akan Datang	71
5.8	Analisa Industri Makanan Di Malaysia	71
5.8.1	Analisa Industri Makanan Halal Di Malaysia	72
5.9	Analisis Konsep Online Shopping Mall	73
5.9.1	Kelebihan Konsep Online Shopping Mall	73
5.10	Perkembangan <i>Online Shopping</i> Di Asia	74
5.10.1	Media Pemasaran Popular	75
5.11	Analisa Tren Pemasaran Produk Makanan Secara Atas Talian	76
5.12	Perkembangan E-Dagang di Malaysia	78
5.12.1	Kelebihan Konsep E-dagang	79
5.12.2	Tahap Penggunaan Internet	80
5.13	Analisa Pasaran	83
5.13.1	Segmentasi Pasaran	85
5.13.2	Kumpulan Sasaran	87
5.13.3	Haluan/Tren Pasaran	88
5.13.4	Potensi Perniagaan	89
5.13.5	Faktor Kejayaan Kritikal	90
5.14	Pesaing	92

5.14.1	Analisa Pesaing	92
5.14.1.1	www.halal2all.com	92
5.14.1.2	www.halalsquare.com	93
5.14.1.3	www.allhalal.net	94
5.15	Pelan Pemasaran dan Strategi Jualan	95
5.15.1	Strategi Pemasaran	95
5.16	Peluang Dan Risiko	101
5.16.1	Analisa SWOT	101
5.17	Rancangan Pelaksanaan Dan Sumber Manusia	102
5.18	Rancangan Kewangan	103
5.19	Model Pendapatan	104
5.20	Ringkasan	105
VI	PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN	
6.1	Pencapaian	106
6.2	Cabaran Dan Kekangan	106
6.2.1	Cabaran	107
6.2.2	Kekangan	108
6.3	Aspirasi	108
6.4	Ringkasan	109
	RUJUKAN	110
	LAMPIRAN	111

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pengenalan Projek

Perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi di negara ini telah menyumbangkan kepada kemajuan dalam dunia perniagaan. Internet sebagai platform kepada entiti-entiti perniagaan untuk berhubung dan menjalankan perniagaan tanpa halangan dan kos. Perniagaan secara atas talian merupakan strategi yang sangat bijak untuk sesuatu syarikat melangkah jauh. Konsep e-dagang yang mula diperkenalkan telah berjaya membantu pengusaha dalam usaha memaksimumkan keuntungan dan membantu syarikat ke pasaran antarabangsa. Dengan adanya rangkaian internet yang dihubungkan ke seluruh dunia akan meningkatkan penjualan dan memudahkan pengguna untuk mendapatkan sesuatu maklumat, barangan dan perkhidmatan dengan mudah dan cepat. Konsep perniagaan secara e-dagang ini juga merupakan suatu peluang yang amat besar yang seharusnya dikuasai oleh syarikat.

Berdasarkan Pelan Rancangan ke Sembilan, kerajaan memperuntukan sebanyak RM100 milion dalam usaha memajukan industri ini. Oleh itu syarikat-syarikat pengeluar tempatan khususnya dalam industri pemakanan mempunyai peluang yang amat besar untuk meningkatkan lagi produktiviti dan bertindak sebagai pembekal kepada barangan halal ke pasaran antarabangsa. Potensi industri makanan halal ini amat besar di mana 1.8 bilion penduduk dunia adalah beragama Islam dan 66% adalah dikalangan penduduk

Selain dari itu, JAKIM sebagai badan yang diiktiraf oleh Negara OIC untuk menguruskan permohonan persijilan. Sijil halal yang dikeluarkan oleh JAKIM adalah yang terbaik berbanding negara lain. Dengan pengiktirafan yang diberikan memberi impak yang sangat besar kepada negara untuk terus memajukan industri halal ini.

Dalam usaha untuk memajukan Industri ini, syarikat pengeluaran makanan halal merupakan tulang belakang yang akan menjadikan negara ini sebagai pembekal yang utama kepada makanan halal. Walau bagaimanapun syarikat pengeluaran ini memerlukan satu platform dan sistem yang strategik yang akan memudahkan mereka untuk memasarkan produk. Oleh itu *Halalemall* merupakan antara alternatif kepada pembekal untuk memasarkan dan menguruskan perniagaan produk mereka secara efektif dan menggantikan sistem pengurusan manual kepada pengurusan secara atas talian disamping memaksimumkan keuntungan.

1.1 Latarbelakang Masalah

Seperti mana yang diketahui permintaan terhadap makanan halal meningkat berikutan tren masyarakat kini yang pentingkan kualiti dan kebersihan dalam sumber makanan mereka. Berdasarkan Pelan Rancangan Malaysia ke Sembilan, produk makanan halal mempunyai potensi yang amat tinggi di mana dianggarkan pasaran sebanyak RM 1,330 bilion hingga ke RM1,520 bilion setiap tahun berdasarkan 1.8 bilion populasi masyarakat islam seluruh dunia.(Rancangan Malaysia ke Sembilan)

Berdasarkan laporan ini menunjukkan pengusaha dan pembekal makanan di negara ini masih lagi mempunyai kelemahan dari segi strategi dalam memasarkan produk mereka. Kaedah pemasaran yang baik memainkan peranan yang amat penting bagi memastikan produk yang dikeluarkan mendapat sambutan oleh pelanggan.

Selain itu masyarakat kini masih sukar untuk mendapatkan makanan atau bahan mentah yang halal. Ini kerana masih terdapat keraguan terhadap logo halal yang dipamerkan pada produk. Ada diantara logo yang dipaparkan tidak sama dengan logo yang dikeluarkan oleh JAKIM. Ini sememangnya menimbulkan keraguan kepada pengguna untuk menggunakannya.

Selain itu pemantauan terhadap status halal pada produk yang dipasarkan tidak dititikberatkan oleh pembekal. Pemantauan ini amat penting bagi memastikan produk yang di pasarkan mempunyai status halal yang sah dan dengan menggunakan kaedah yang mudah.

Selain itu Industri Kecil Dan Sederhana(IKS) di Negara ini kebanyakannya masih lagi mempunyai kelemahan dalam pengurusan perniagaan menggunakan teknologi maklumat dan komunikasi. Perniagaan yang berteraskan e-dagang menjadi tren kepada pemasaran produk kini. IKS seharusnya menguasai bidang ini untuk memastikan syarikat terus ke hadapan dan bersaing ke pasaran global. Oleh itu syarikat IKS ini memerlukan satu platform dan sistem yang mudah untuk membantu mereka dalam usaha mengurus dan memasarkan produk mereka serta bersaing ke pasaran global.

Dalam memasarkan produk kepada pelanggan melibatkan banyak proses yang perlu diuruskan sehingga produk yang dibeli dihantar kepada pelanggan dengan selamat. Proses-proses yang terlibat ini perlu dilakukan dengan cepat untuk memastikan perkhidmatan yang diberikan memuaskan hati pelanggan dan tidak timbulnya permasalahan. Ini penting bagi menarik pelanggan untuk terus melanggan dan mewujudkan kepercayaan kepada mereka. Dengan menggunakan kaedah pengurusan secara manual akan membebankan pengusaha terutamanya melibatkan pasaran yang besar dan proses yang banyak dalam satu masa. Antara permasalahan lain yang di hadapi dalam sistem semasa antaranya:

Pengusaha masih lagi menggunakan kaedah manual dalam pengurusan di mana ketiadaan sistem yang efektif dalam pengurusan permintaan daripada pelanggan dan pengurusan penghantaran. Sebagai contoh sekiranya terjadinya kesalahan dan kehilangan laporan permintaan(*order*) daripada pelanggan akan mewujudkan ketidakpuashati daripada pelanggan dan mungkin perkhidmatan akan di tamatkan. Ini memberi reputasi yang amat buruk kepada pengusaha. Selain daripada itu di sebabkan permasalahan itu juga akan menyebabkan kelewatan dalam penghantaran kepada pelanggan. Oleh itu kaedah pengurusan pembelian ini juga amat penting kepada IKS dalam usaha mewujudkan hubungan yang baik diantara pelanggan dengan pengusaha.

Selain itu, tiada capaian secara atas talian di antara pengguna dan pembekal. Pengguna tidak dapat mengetahui proses yang dilakukan pembekal dan status barangan yang dibeli. Untuk mendapatkan kepastian pengguna perlu membuat panggilan ke pembekal secara terus. Ini akan menyusahkan pengguna. Selain itu sekiranya berlakunya kelewatan dari segi penghantaran pengguna tidak akan dimaklumkan. Ini memberi keraguan pelanggan.

Dalam pengurusan penjualan secara manual, rekod tidak dikemaskini dari masa ke semasa. Ini menyebabkan maklumat yang dihantar kepada pelanggan adakalanya salah dan bukan maklumat yang terkini. Ini akan memberi impak yang kurang baik kepada organisasi. Oleh itu kekurangan dan kelemahan kepada sistem sedia ada tidak akan membawa kepada pertumbuhan dari segi penjualan dan keuntungan kepada syarikat.

1.2 Penyata Masalah

Dalam proses membangunkan sistem ini banyak persoalan yang perlu dipertimbangkan untuk memastikan sistem yang akan dibangunkan ini benar-benar dapat membantu pengusaha dalam menguruskan pemasaran produk mereka dengan kaedah yang efektif dan membantu pengguna mendapatkan produk makanan halal dengan mudah. Persoalan utama yang timbul dalam proses pembangunan sistem ini adalah:

“Bagaimanakan Sistem Pemasaran Produk Halal yang akan dibangunkan ini dapat memenuhi keperluan pemasaran syarikat-syarikat pengeluaran makanan halal makanan dan memberikan hasil yang terbaik berbanding sistem sedia ada dalam proses pengurusan perniagaan secara lebih efektif?”.

Bagi memenuhi persoalan utama sistem ini, beberapa persoalan sampingan yang dikenalpasti yang perlu dititik beratkan bagi mengatasi masalah yang timbul. Antara persoalan yang dititikberatkan adalah:

- a) Bagaimanakan *Halalemall* ini akan memudahkan pembekal untuk memasarkan produk mereka ke pasaran global.
- b) Bagaimanakan sistem ini dapat membantu pembekal dalam menguruskan permintaan pelanggan dengan kaedah yang sistematik.
- c) Bagaimanakan sistem ini membantu pengguna untuk mendapatkan produk makanan halal yang terjamin.
- d) Bagaimanakah sistem ini dapat membantu pembekal dalam usaha memenuhi keperluan pelanggan.

1.3 Pengenalan Projek

Halalemall merupakan portal pemasaran yang menggunakan konsep e-dagang dalam usaha memasarkan produk makanan halal dengan berkesan. Seperti yang diketahui, pasaran produk makanan halal ini mempunyai potensi yang tinggi dengan jumlah populasi Islam di seluruh dunia seramai 1.8 bilion penduduk. (Rancangan Malaysia ke Sembilan, 2006)

Sistem Pemasaran Produk Halal (*Halalemall*) merupakan sistem pemasaran secara atas talian bagi produk makanan halal. Sistem ini akan membantu pengusaha atau pembekal bagi memasarkan produk mereka dengan berkesan. Sistem ini merangkumi semua proses-proses yang terlibat dalam pemasaran bermula dari penerimaan tempahan sehingga produk sampai ke pelanggan. Dengan menggunakan kaedah yang efektif akan mempercepatkan proses kerja, sistematik dan menjanjikan kepuasan kepada pelanggan. Selain itu sistem ini turut membantu pihak JAKIM dalam usaha memantau persijilan halal pengusaha agar sentiasa *alert* terhadap status halal produk mereka. Ini kerana sistem ini akan memberi alert kepada pengusaha sekiranya terdapat produk yang akan tamat tempoh persijilan. Ini sebagai peringatan kepada pengusaha untuk memperbaharui sijil halal. Ini penting bagi memastikan produk yang di pasarkan terjamin dari status halalnya. Dengan jaminan ini akan menarik kesetiaan pelanggan untuk terus menggunakan portal ini sebagai sumber utama untuk mendapatkan produk makanan halal.

1.4 Matlamat Projek

Membangunkan sebuah portal pemasaran produk makanan halal yang menyediakan perkhidmatan penjualan, pembelian pemasaran dan pengiklanan produk makanan halal dan pemasaran yang efektif dalam usaha membantu memaksimumkan keuntungan di samping menyediakan persekitaran pembelian produk makanan halal secara atas talian dengan pengurusan pemasaran yang sistematik.

1.5 Objektif projek

- i. Membangunkan sebuah portal yang menyediakan perkhidmatan pemasaran bagi produk makanan halal dengan yuran keahlian yang rendah.
- ii. Membangunkan sistem pemasaran yang merangkumi semua proses pemasaran bermula daripada penerimaan tempahan, pemprosesan tempahan sehingga produk sampai kepada pelanggan dengan menggunakan kaedah yang efektif dan mesra pengguna.
- iii. Membantu memudahkan pengguna untuk mendapatkan produk makanan halal yang terjamin status halalnya.
- iv. Membantu pengusaha membuat penganalisan terhadap penjualan dan permintaan pelanggan serta penjaanaan laporan prestasi jualan syarikat.

1.6 Skop Projek

Skop projek yang dikenal pasti bagi membangunkan portal pemasaran ini adalah seperti berikut:

- i. Sistem ini mempunyai tiga peringkat pengguna yang terdiri daripada pengguna makanan halal, pengusaha atau pembekal makanan halal dan pentadbir sistem.
- ii. Portal ini fokus kepada penjualan produk makanan halal yang mempunyai status persijilan halal JAKIM dan badan-badan persijilan yang diiktiraf oleh JAKIM sahaja.
- iii. Sistem ini akan merangkumi semua aktiviti pemasaran yang biasa dilakukan bermula dari peringkat pengiklanan, pembelian, penjualan, penghantaran dan penjana laporan.
- iv. Pembangunan sistem akan dibangunkan menggunakan teknologi *CMS (Content Management System)* yang ada dipasaran.

1.7 Jangkaan Hasil Projek

Hasil yang dijangkakan dalam proses pembangunan projek ini adalah membangunkan prototaip portal pemasaran bagi produk makanan halal yang akan memudahkan pengguna untuk mendapatkan makanan halal di samping menyediakan sistem pemasaran yang efektif kepada pengusaha dalam menguruskan perniagaan secara atas talian.

Dengan menggunakan teknologi sistem maklumat dan komunikasi yang berkesan akan mempercepatkan proses pengurusan kerja dan menjanjikan kepuasan kepada pelanggan.

Selain itu produk yang dipasarkan adalah terjamin status halalnya kerana setiap produk yang dipasarkan mestilah mendapat kelulusan persijilan daripada JAKIM atau badan yang diiktiraf oleh JAKIM.

1.8 Kepentingan

Sistem Pemasaran Produk Halal (*Halalemall*) mempunyai kepentingannya yang tersendiri yang akan dimanfaatkan kepada pengusaha dan pengguna. Antara kepentingan yang dikenalpasti adalah :

- i. Menyediakan direktori bagi produk produk makanan halal.
- ii. Memudahkan pengguna untuk membuat carian produk
- iii. Status halal produk yang dipasarkan adalah terjamin kerana produk yang di pasarkan ini mendapat persijilan dari badan yang hanya diiktiraf oleh JAKIM sahaja.
- iv. Pengguna sendiri dapat memantau status barangan yang dibeli sehingga produk sampai. Ini menjamin kepuasan pengguna.
- v. Sistem ini akan mempercepatkan proses gerak kerja pengurusan pemasaran, pembayaran dan proses penghantaran.
- vi. Penganalisan terhadap penjualan produk boleh di analisa dari masa ke semasa dan ini sebagai kaedah yang tepat untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan produk mereka untuk diperbaiki di masa akan datang.

1.9 Ringkasan

Sebelum sistem ini dibangun, pengenalpastian masalah hendaklah dilakukan. Pengenalpastian masalah-masalah dilakukan bagi mengetahui apakah masalah yang perlu diselesaikan dan apakah penyelesaian yang akan dilaksanakan dalam sistem yang akan dibangun nanti. Setelah masalah dikenalpasti, objektif pembangunan sistem ini ditentukan. Ini adalah bagi memastikan sistem yang akan dibangun nanti mempunyai matlamat dan objektif yang jelas. Sistem yang dibangun diharapkan akan dapat memberi manfaat pengeluar makanan halal dalam menguruskan pemasaran berkonsepkan e-dagang ini dengan berkesan. Skop sistem yang akan dibangun juga ditentukan bagi memastikan pembangunan sistem mengikut spesifikasi-spesifikasi yang diperlukan dan tidak terpesong daripada objektif dan matlamat yang ditetapkan. Kesimpulannya, bab ini adalah untuk membuat penganalisaan masalah secara terperinci dengan mengenalpasti objektif, matlamat, dan skop sistem yang telah dibangun ini

RUJUKAN

1. Michael Walker, Robert Cox, Neal Anders, *Instant PHP 4*. Barkeley, California: Wiley Publishing, Inc. 2001.
2. Plilip Kotler, Kevin Lane Keller, Swee Hoo Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan, *Marketing Management an Asian perspective*, Singapore, Prentice Hall, 2006
3. Alvin C. Burns, Ronald F. Bush, *Marketing Research*. Third Editions. New Jersey: Prentice Hall. 2000.
4. Barbara G. Cox, William Koelzer, *Internet Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.2003.
5. Gary P. Schneider, *Electronic Commerce*. Sixth Annual Edition. Canada: Thomson Course Technology. 2006.
6. Mohd. Johari Bin Mohd. Mohyin. *Sistem Perancang Kewangan Islam:SPEKIS*. M.Sc. Report. Universiti Teknologi Malaysia; 2006
7. Malaysian Communications and Multimedia Commission MCMC ,2006. [online] Available. http://www.mcmc.gov.my/mcmc/facts_figures/stats/index.asp. Julai 17, 2006.
8. Nielsen Media Research (last modified September 6, 2006). [online] Available
9. Online Shopping (last modified Julai 17, 2006).[online] Aavailable. <http://www.emarketer.com..> Julai 17, 2006
10. Suhaimi Ibrahim, *Kejuruteraan Perisian*, McGraw-Hill, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, 1999