

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi berlaku dengan pantas pada hari ini. Ia secara langsung mempengaruhi cara kehidupan kita. Ini termasuklah dalam urusan pemasaran dan pembelian produk atau perkhidmatan. Kajian ini dilakukan adalah bertujuan untuk meninjau penerimaan pengguna di Universiti Utara Malaysia terhadap pembelian melalui Internet. Sepertimana yang diketahui, Internet adalah merupakan saluran terbaru dalam memasarkan produk dan servis kepada pengguna. Ia adalah hasil daripada ledakan perkembangan komunikasi teknologi maklumat pada hari ini. Ulasan karya penerimaan pembelian melalui Internet adalah berdasarkan buku-buku, majalah dan juga kajian-kajian yang lepas. Jenis persampelan yang digunakan bagi kajian ini adalah persampelan mudah di mana ia melibatkan seramai 186 orang kakitangan Universiti Utara Malaysia. Penganalisan data yang dilakukan adalah seperti analisa deskriptif. Produk yang berpotensi untuk dipasarkan melalui Internet ialah tiket kapal terbang dan perkhidmatan penempahan pelancongan. Selain itu, produk yang berbentuk ilmiah seperti buku, majalah dan jurnal telah mendapat sambutan dikalangan pengguna di Universiti Utara Malaysia. Namun begitu, keputusan yang diperolehi menunjukkan tahap penerimaannya dikalangan pengguna di Universiti Utara Malaysia masih di tahap yang rendah.