

SYNERGY OF ELM AND TPB MODELS IN INFLUENCING ALUMNI POTENTIAL BEHAVIORAL INTENTIONS TOWARDS PUBLIC UNIVERSITY SERVICE ENDOWMENTS IN MALAYSIA: A CONCEPTUAL FRAMEWORK

(Sinergi Model Elm Dan Tpb Dalam Mempengaruhi Niat Tingkah Laku Potensi Penglibatan Alumni Terhadap Wakaf Perkhidmatan Universiti Awam Di Malaysia: Satu Kerangka Konseptual)

Nurul Hasanah Tamili^{1*}, Mohd Ashrof Zaki Yaakob¹, Muhamad Hasif Yahaya¹, Siti Nor Amira Mohamad¹

1 Academy Contemporary Islamic Studies, Universiti Teknologi MARA

*Corresponding Author email: hasanahtamili@uitm.edu.my

Article History:

Received: 24 June 2024, Revised: 03 March 2025, Accepted: 15 May 2025, Published 30 June 2025

ABSTRACT

The increasing literacy problem requires serious attention to ensure access to quality education and lifelong learning opportunities can be enjoyed by all levels of society. This study aims to understand the behavioral intentions of alumni in contributing to Public Universities (UA) in Malaysia, particularly in the context of service waqf before it is implemented by UA to support quality education in the 4th sustainable development goal (SDG) among higher education institutions. This study uses a literature review approach to form a conceptual framework on the synergy of the Elaboration Likelihood Model (ELM) and the Theory of Planned Behavior (TPB) in influencing the behavioral intentions of alumni's potential involvement in service waqf. This study discusses 10 main constructs that influence the behavioral intentions of alumni's potential involvement, namely knowledge of waqf, cognitive level, rational appeal, emotional appeal, sense of belonging, value disclosure, convenience conditions, attitude, subjective norms, and perceived behavioral control. The study findings show that these factors play an important role in determining alumni's behavioral intentions. The practical implications of this study suggest that UA management in Malaysia can use the proposed alumni behavioral intention model as a guide to devise more comprehensive and sustainable strategies in attracting more alumni to contribute to their alma mater in the future. These findings contribute to deepening the understanding of the potential behavioral intention of alumni engagement in Malaysia.

Keywords: *Potential intentions of alumni involvement, possible models of elaboration, theories of planned behavior, promotion, quality education.*

This is an open access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) licence



ABSTRAK (Malay)

Masalah literasi yang semakin meningkat memerlukan perhatian serius untuk memastikan akses kepada pendidikan berkualiti dan peluang pembelajaran sepanjang hayat dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat. Kajian ini bertujuan untuk memahami niat tingkah laku alumni dalam memberi sumbangan kepada Universiti Awam (UA) di Malaysia, khususnya dalam konteks wakaf perkhidmatan sebelum ia dilaksanakan oleh UA bagi menyokong pendidikan berkualiti dalam matlamat pembangunan lestari (SDG) ke-4 di kalangan institusi pengajian tinggi. Kajian ini menggunakan pendekatan tinjauan literatur untuk membentuk kerangka konseptual mengenai sinergi Model Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Theory of Planned Behaviour (TPB) dalam mempengaruhi niat tingkah laku potensi penglibatan alumni terhadap wakaf perkhidmatan. Kajian ini membincangkan 10 konstruk utama yang mempengaruhi niat potensi penglibatan alumni, iaitu pengetahuan terhadap wakaf, tahap kognitif, daya tarikan rasional, daya tarikan emosi, perasaan kepunyaan, pengungkapan nilai, keadaan kemudahan, sikap, norma subjektif, dan tanggapan kawalan tingkah laku. Penemuan kajian menunjukkan bahawa faktor-faktor ini memainkan peranan penting dalam menentukan niat tingkah laku alumni. Implikasi praktikal kajian ini mencadangkan bahawa pengurusan UA di Malaysia boleh menggunakan model niat tingkah laku alumni yang dicadangkan sebagai panduan untuk merangka strategi yang lebih komprehensif dan berkesinambungan dalam menarik lebih ramai alumni untuk menyumbang kepada alma mater mereka pada masa hadapan. Penemuan ini memberikan sumbangan dalam memperdalam pemahaman mengenai niat tingkah laku potensi penglibatan alumni di Malaysia.

Kata Kunci: *Niat potensi penglibatan alumni, model kemungkinan penghuraian, teori tingkah laku terancang, promosi, pendidikan berkualiti.*

PENGENALAN

Alumni memainkan peranan signifikan dalam menyokong ekosistem universiti melalui pelbagai bentuk sumbangan, termasuk kewangan, perkongsian pengetahuan, dan bantuan penyediaan pelajar untuk pasaran kerja yang kompetitif. Penglibatan alumni dalam program seperti latihan industri dan perkongsian kepakaran mampu memperkukuh daya saing universiti serta memastikan graduan memenuhi kehendak industri semasa (Aziz, 2023). Namun, kajian lepas mendapati penglibatan alumni masih terhad akibat rasa tanggungjawab yang rendah terhadap alma mater serta kurangnya pemahaman tentang kaedah penyumbangan seperti dana wakaf pendidikan (Abdul Samad et al., 2022; Mohammad Firdaus Ahmad et al., 2023). Dengan jumlah alumni yang besar meliputi 3,472,588 graduan yang dihasilkan antara tahun 2014 hingga 2023 dari pelbagai latar belakang profesional (Dashboard Statistik, 2023), potensi mereka dalam menyumbang kepada pembangunan Universiti Awam (UA) Malaysia perlu dimanfaatkan sepenuhnya seperti yang disarankan oleh Menteri Pendidikan Tinggi, YB Dato' Seri Diraja Dr. Zambry Abd Kadir (Kementerian Pendidikan Tinggi, 2024).

Pembangunan UA ini perlu dilandaskan pada matlamat menghasilkan pendidikan berkualiti. Namun, cabaran dalam meningkatkan kadar literasi global dan memastikan kurikulum pendidikan relevan terus menjadi isu utama. Di Malaysia, kadar literasi menurun daripada 97% pada 2019 (Jo-Yee Yap, n.d.) kepada 94.64% pada 2024 (Pravin Periasamy, 2024), memberi kesan negatif kepada usaha mencapai Matlamat Pembangunan Lestari (SDG) 4.6, iaitu literasi penuh menjelang 2030 (Sustainable Development, n.d.). Penurunan ini dikaitkan dengan ketidakselarasan antara kurikulum pendidikan dan keperluan pelajar bagi menghadapi pasaran kerja. Menurut Dr. Anuar Ahmad, kurikulum pendidikan

di Malaysia menghadapi kesukaran dalam memastikan ia selaras dengan keperluan masa depan, sekali gus menjejaskan kebolehpasaran graduan di peringkat global (Ilah Hafiz Aziz & Siti Haliza Yusop, 2022).

Universiti disarankan merangka strategi holistik untuk meningkatkan kualiti pendidikan melalui kurikulum yang lebih dinamik dan fleksibel. Program peningkatan kemahiran (*upskilling*) dan kemahiran semula (*reskilling*) perlu diberikan penekanan untuk memastikan kakitangan akademik bersedia dengan perubahan teknologi dan kehendak pasaran kerja. Walau bagaimanapun, kajian mendapati bahawa kekangan seperti kekurangan kepakaran, sumber, dan hubungan kolaboratif yang rapat dengan industri telah menghalang universiti daripada memenuhi tuntutan globalisasi teknologi, termasuk penerapan kecerdasan buatan (AI) dan Internet Benda (IoT) (Ealangov & Abdul Malek, 2023; Shahabuddin Amerudin, 2024; Mohamad. M. A. H, 2024). Situasi ini menekankan keperluan untuk memperkukuh kerjasama antara institusi akademik dan industri bagi meningkatkan keberkesanan kurikulum pendidikan tinggi.

Konsep wakaf perkhidmatan muncul sebagai penyelesaian strategik dan inovatif yang berpotensi meningkatkan penglibatan alumni terhadap pembangunan universiti melalui jalinan kerjasama antara institusi akademik dan sektor industri. Wakaf ini membolehkan alumni menyumbang kepakaran dan tenaga profesional mereka untuk manfaat universiti, masyarakat, dan ekonomi menurut cadangan pelaksanaan wakaf perkhidmatan berdasarkan perspektif *fiqh* yang telah diketengahkan oleh kajian (Amir et al., (2024). Namun, pelaksanaannya memerlukan kajian mendalam untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan niat tingkah laku alumni dalam menyumbang kerana menurut Muhammad Ikhwan et al., (2023), wakaf perkhidmatan masih merupakan satu konsep yang baru dan masih belum diterima pakai secara meluas di Malaysia.

TINJAUAN LITERATUR

Pelaksanaan Wakaf Perkhidmatan Menurut Perspektif *Fiqh* di Universiti Awam Malaysia (UAM)

Kajian oleh Amir et al., (2024) yang bertajuk “Wakaf Perkhidmatan: Perspektif *Fiqh* dan Cadangan Pelaksanaan” menyoroti konsep wakaf perkhidmatan sebagai satu bentuk wakaf yang inovatif dan sejajar dengan keperluan semasa. Wakaf ini memberi penekanan kepada sumbangan tenaga, kepakaran, atau manfaat individu kepada institusi wakaf bagi tujuan kemaslahatan masyarakat (Hasan Muhammad Rifa’i, 2006). Dari sudut *fiqh*, pelaksanaan wakaf perkhidmatan memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap rukun-rukun wakaf, khususnya yang berkaitan dengan *mawqūf* (harta yang diwakafkan). Kajian ini turut mencadangkan pelbagai mekanisme pelaksanaan wakaf perkhidmatan dengan memastikan keabsahannya mengikut hukum Islam serta menilai keberkesananannya dalam pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat.

Salah satu pendekatan yang boleh diambil ialah pelaksanaan wakaf tunai melalui penglibatan tenaga pakar (Amir et al., 2024). Menurut pandangan jumhur fuqaha, pewakaf boleh mewakafkan hasil upahnya sebagai sumbangan kepada institusi wakaf. Dalam hal ini, upah tenaga kerja yang diterima menjadi harta yang sah untuk diwakafkan, selaras dengan rukun wakaf yang mensyaratkan kejelasan hak milik pewakaf terhadap harta tersebut (Al-Šāwī, 1952). Pendekatan ini bukan sahaja memenuhi syarat *fiqh*, malah dapat meningkatkan dana wakaf untuk pembangunan sektor kesihatan, pendidikan, dan lain-lain.

Selain itu, kaedah wakaf manfaat menurut mazhab Maliki boleh dimanfaatkan dalam konteks kerja sukarela. Dalam mekanisme ini, tenaga pakar seperti doktor, pensyarah, atau jurutera menyumbangkan kepakaran mereka secara percuma kepada masyarakat. Walaupun tidak melibatkan pemberian harta fizikal, wakaf manfaat ini tetap sah dan bertepatan dengan tujuan wakaf untuk memberi

manfaat yang berterusan kepada pihak *mawqūf ‘alayh* (penerima manfaat wakaf). Kaedah ini sangat sesuai untuk diterapkan dalam institusi yang memerlukan khidmat profesional, terutama ketika berdepan situasi darurat seperti pandemik *Corona Virus Disease* (COVID-19) (Ab Rahman et al., 2020).

Cadangan seterusnya ialah penggunaan dana tabung wakaf tunai bagi membayar upah tenaga kerja. Menurut mazhab Maliki, wakaf harta tidak kekal, seperti makanan atau perkhidmatan, adalah sah (Al-Dusuqi, 1431H). Dana tabung ini boleh digunakan untuk menampung gaji atau elaun kepada tenaga kerja yang berkhidmat dalam institusi wakaf. Pendekatan ini memastikan tenaga pakar tetap diberi ganjaran setimpal, sekali gus menggalakkan lebih ramai individu menyumbang kepada institusi wakaf.

Dalam aspek pentadbiran, pihak pengurusan wakaf boleh memperkenalkan skim pemotongan cukai sebagai insentif kepada tenaga kerja yang menyumbang kepada wakaf perkhidmatan (Amir, et al., 2024). Contohnya, gaji yang diperuntukkan dalam slot wakaf perkhidmatan boleh direkodkan sebagai sumbangan wakaf, dan resit rasmi dikeluarkan untuk mendapat pengecualian cukai pendapatan. Langkah ini bukan sahaja menarik minat lebih ramai tenaga profesional, malah menyumbang kepada penambahbaikan sistem wakaf secara keseluruhan.

Penglibatan sektor korporat juga dapat memperkasa wakaf perkhidmatan melalui program kerja sukarela (Amir et al., 2024). Dengan menyediakan ganjaran seperti markah prestasi atau peluang kenaikan pangkat, pekerja digalakkan menyumbang kepakaran mereka secara percuma kepada masyarakat. Program seperti pemeriksaan kesihatan, kelas tuisyen, atau pengajaran al-Quran boleh dianjurkan secara berkala untuk memberi impak positif kepada komuniti setempat.

Dari sudut pembangunan masyarakat, wakaf perkhidmatan mampu memenuhi keperluan sektor-sektor penting seperti kesihatan dan pendidikan. Misalnya, doktor yang bertugas di hospital wakaf dapat memberikan perkhidmatan percuma kepada golongan *asnaf*, manakala pensyarah di universiti wakaf menyumbang kepada peningkatan tahap pendidikan masyarakat tanpa bebanan kewangan (Hannezyah Bariah Baharin, 2019). Semua ini selaras dengan matlamat wakaf sebagai ibadah yang membawa manfaat berterusan kepada umat.

Pelaksanaan wakaf perkhidmatan memerlukan perancangan yang teliti serta penglibatan pelbagai pihak termasuk individu, institusi wakaf, dan kerajaan (Amir et al., 2024). Dengan mengadaptasi pendekatan *fiqh* yang relevan dan inovasi dalam pengurusan, wakaf perkhidmatan boleh menjadi medium efektif untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Ia bukan sahaja memenuhi tuntutan syariat, tetapi juga memperkuat institusi wakaf sebagai platform kebajikan yang berdaya saing.

Pelaksanaan wakaf perkhidmatan yang dicadangkan oleh Amir et al. (2024) boleh dijadikan sebagai sebahagian daripada wakaf pendidikan di Universiti Awam (UA) dengan mengadaptasi *takyif fiqhi* (pelaksanaan *fiqh*) yang mengiktiraf pembayaran upah tenaga kerja mengikut kadar kebiasaan, di mana pewakaf mewakafkan upah tersebut kepada dana wakaf pendidikan. Dalam pendekatan ini, tenaga kerja pakar dari sektor industri yang melibatkan masyarakat awam khususnya alumni seperti doktor perubatan, arkitek, jurutera, pegawai bank dan sebagainya boleh menyumbang kepakaran mereka melalui sesi bimbingan, ceramah, atau latihan kepada pelajar UA. Sebagai contoh, pakar dalam bidang teknologi maklumat boleh mengadakan bengkel atau kursus tambahan kepada pelajar, di mana bayaran yang diterima oleh mereka akan diserahkan kepada tabung wakaf pendidikan. Dana yang dikumpulkan melalui wakaf ini boleh digunakan untuk membiayai inisiatif pendidikan seperti pembelian peralatan pembelajaran, atau pembangunan infrastruktur akademik. Pendekatan ini bukan sahaja memenuhi keperluan rukun wakaf tetapi juga memastikan elemen kekal manfaat kepada penerima, selaras dengan pandangan jumurh ulama. Pendekatan ini memastikan kesinambungan elemen kebajikan dalam wakaf dengan menyumbang kepada pembangunan pendidikan secara langsung.

Cadangan ini turut meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap pengurusan wakaf kerana ia memastikan aliran manfaat yang konsisten kepada *mawqūf ‘alayh*. Dengan memanfaatkan tenaga kerja

pakar, institusi wakaf dapat memastikan kesinambungan kualiti pendidikan, sementara pewakaf pula memperoleh ganjaran pahala berterusan. Selain itu, mekanisme ini dapat menggalakkan lebih ramai individu profesional menyumbang kepada pembangunan pendidikan secara berkekalan tanpa menjejaskan pendapatan peribadi mereka. Pendekatan ini juga mengukuhkan keistimewaan wakaf sebagai ibadah yang unik, berbeza daripada zakat dan sedekah, serta meningkatkan keberkesanan wakaf dalam membangunkan masyarakat secara holistik.

Penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan dapat memperkukuh jaringan antara institusi akademik dan sektor industri, sekaligus memberikan manfaat berganda kepada pelajar dan institusi akademik. Alumni bukan sahaja dapat menyumbang pengetahuan dan kemahiran, tetapi juga memastikan kelangsungan dana wakaf yang boleh digunakan untuk membiayai program pendidikan lain seperti pembangunan infrastruktur UA. Dengan melibatkan alumni, wakaf ini juga berfungsi sebagai platform untuk meningkatkan kesedaran mengenai kepentingan wakaf dalam pendidikan tinggi, seterusnya membina kepercayaan masyarakat terhadap institusi wakaf. Di samping itu, alumni yang menyertai program ini berpeluang memperoleh ganjaran pahala berterusan, menjadikannya satu bentuk kebajikan yang memberi manfaat kepada masyarakat dan meningkatkan integrasi nilai Islam dalam sektor pendidikan.

Teori Tingkah Laku Terancang [*Theory of Planned Behaviour* (TPB)]

Teori Tingkah Laku Terancang (TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen, (1991) merupakan salah satu teori dalam psikologi sosial yang sering digunakan untuk memahami niat tingkah laku individu dalam pelbagai konteks, termasuk sumbangan wakaf. Menurut TPB, tingkah laku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, iaitu sikap terhadap tingkah laku, norma subjektif, dan kawalan tingkah laku yang dirasakan (PBC). Dalam konteks wakaf, sikap terhadap sumbangan wakaf boleh dipengaruhi oleh persepsi individu tentang manfaat sumbangan mereka kepada masyarakat (Hassan et al., 2021). Sebagai contoh, seseorang yang percaya bahawa wakaf dapat menyumbang kepada pembangunan pendidikan mungkin mempunyai sikap positif yang mendorong niat mereka untuk berwakaf. Norma subjektif pula merujuk kepada pengaruh sosial seperti galakan daripada keluarga atau rakan untuk terlibat dalam wakaf (Lydiawaty Hassan Busry, 2021; Nurul Rahmania & Hartomi Maulana, 2023). Selain itu, PBC mencerminkan kepercayaan individu terhadap kemampuan mereka untuk melaksanakan tingkah laku tersebut, seperti ketersediaan sumber kewangan atau pengetahuan tentang prosedur wakaf (Izra Berakon, 2022).

Seiring dengan perkembangan kajian dalam bidang ini, ramai penyelidik telah mengembangkan TPB dengan menambah konstruk atau teori lain bagi menghasilkan model yang lebih komprehensif dan relevan dalam menjelaskan niat tingkah laku. Salah satu pendekatan adalah dengan menggabungkan TPB dengan teori-teori baru seperti *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Muhamad Hasif Yahaya, 2019), *Pleasure, Arousal, and Dominance* (PAD) model (Khairul Nazlin Kamaruzaman, 2022), *Elaboration Likelihood Model* (ELM) (Pei Liu et al., 2022), *Technology Acceptance Model* (TAM) (Izra Berakon, 2022) dan lain-lain untuk membentuk Perluasan Teori Tingkah Laku Terancang [*Extended Theory of Planned Behavior* (ETPB)]. Dalam ETPB, beberapa konstruk tambahan seperti pengetahuan, agama, kepercayaan dan konstruk lain boleh dimasukkan untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan tingkah laku individu. Pendekatan ini dilihat lebih berkesan dalam menangani dinamika tingkah laku yang kompleks, terutama dalam konteks yang melibatkan faktor-faktor psikologi dan sosial yang lebih luas, sekaligus dapat membantu merancang intervensi yang lebih tepat dan berkesan untuk mengubah tingkah laku individu.

Kajian literatur terdahulu telah mengenal pasti pelbagai teori dan konstruk yang mempengaruhi niat tingkah laku. Antara konstruk yang telah dikaji termasuk *trust*, *familiarity*, dan *perceived efficacy* (Marina Kassim et al., 2023), *knowledge*, *attitude*, dan *religiosity* (Nisful Laila et al., 2023), *knowledge*, *attitudes*, *religious commitment*, *subjective norms*, dan *ICT technology* (Abdullah Achmad Zawawi et

al., 2023), serta *religious compliance, involvement of waqf organizations, utilization of media technology tools, elements of education, attitudes, subjective norms*, dan *behavioral control employed* (Nurul Rahmania & Hartomi Maulana, 2023) turut menjadi perhatian. Berdasarkan penyatuan konstruk dalam Teori Tingkah Laku Terancang (TPB), kajian ini memilih 10 konstruk utama yang dapat mempengaruhi niat potensi penglibatan alumni, iaitu pengetahuan terhadap wakaf, tahap kognitif, daya tarikan rasional, daya tarikan emosi, perasaan kepunyaan, pengungkapan nilai, keadaan kemudahan, sikap, norma subjektif, dan tanggapan kawalan tingkah laku. Tujuh konstruk iaitu pengetahuan terhadap wakaf, tahap kognitif, daya tarikan rasional, daya tarikan emosi, perasaan kepunyaan, pengungkapan nilai, dan keadaan kemudahan ini akan menggunakan Model Kemungkinan Penghuraian (ELM), manakala tiga konstruk lagi iaitu sikap, norma subjektif, dan tanggapan kawalan tingkah laku merupakan konstruk dari Teori Tingkah Laku Terancang (TPB).

Niat dan Tingkah Laku Alumni

Sebelum wakaf perkhidmatan dilaksanakan di UA Malaysia, analisis mendalam terhadap niat dan tingkah laku perlu dijalankan bagi merangka strategi untuk memastikan keberkesanan dan kejayaan pelaksanaannya. Ajzen (2005) menyatakan bahawa niat menunjukkan tahap kesediaan seseorang untuk berusaha melibatkan diri dalam sesuatu tingkah laku. Niat tingkah laku alumni merupakan elemen penting dalam menentukan potensi sumbangan dan penglibatan mereka terhadap pelaksanaan wakaf perkhidmatan. Oleh itu, kajian ini memberi tumpuan kepada penerokaan teori-teori serta konstruk-konstruk yang relevan untuk membina kerangka konseptual yang mantap.

Dalam konteks ini, beberapa penyelidik telah menyatakan bahawa niat tingkah laku merupakan penentu utama kepada tingkah laku sebenar individu. Sebagai contoh, Nurul Rahmania dan Hartomi Maulana (2023) menyatakan dalam kajiannya bahawa, faktor paling signifikan dalam menentukan sumbangan wakaf tunai adalah niat masyarakat awam, di mana niat ini perlu dianalisis dari sudut bagaimana tahap literasi wakaf dapat mempengaruhinya. Kajian mengenai niat dan tingkah laku telah menjadi fokus utama dalam penyelidikan pelbagai bentuk wakaf (Nisful Laila et al., 2023; Abdullah Achmad Zawawi et al., 2023; Marina Kassim et al., 2023) namun, terdapat keperluan untuk kajian lanjut bagi memperluaskan pemahaman bagi wakaf perkhidmatan.

Model Kemungkinan Penghuraian [*Elaboration Likelihood Model (ELM)*]

Model Kemungkinan Penghuraian (ELM) telah dibangunkan oleh Petty dan Cacioppo (1986) untuk menjelaskan proses persuasi dan perubahan sikap yang relevan dengan pelbagai sumber, kandungan mesej, audiens, serta medium komunikasi. Secara asasnya, model ini menerangkan proses kognitif yang berlaku apabila individu terdedah kepada maklumat. Petty dan Briñol (2015) mendefinisikan penghuraian sebagai “sejauh mana individu berfikir secara mendalam atau secara ringkas tentang mesej yang diterima.” Oleh itu, ELM sering digunakan untuk memahami proses pengiklanan mesej dalam konteks penghuraian (Schumann et al., 2011).

ELM telah diuji secara meluas dalam pelbagai disiplin ilmu, termasuk sains sukan (Park et al., 2016), komunikasi (Rimer & Kreuter, 2006), dan kesihatan awam (Dorsey et al., 1999). Model ini diiktiraf sebagai salah satu teori paling banyak dirujuk dalam literatur pengiklanan (Kitchen et al., 2014) dan dianggap sebagai sumbangan teori yang signifikan dalam disiplin tersebut (Beard, 2016). Walaupun telah melalui pelbagai replikasi, pengujian, pengembangan, dan pengubahsuaian, ELM perlu terus diuji untuk memastikan kebolehpercayaannya sepanjang masa (Teng et al., 2015). Pengujian dalam konteks yang berbeza adalah penting untuk memperluaskan pengetahuan sedia ada serta mengisi jurang dalam literatur.

Salah satu jurang pengetahuan yang ketara adalah kekurangan kajian berkaitan ELM dalam konteks wakaf, khususnya wakaf perkhidmatan. Kajian oleh Munerah Haron et al. (2016) mencadangkan agar usaha promosi dipertingkatkan untuk meningkatkan kutipan wakaf tunai. Sementara itu, kajian Rabitah Harun et al. (2016) mendapati bahawa tahap kesedaran mengenai amalan

wakaf dalam kalangan pelajar universiti masih rendah disebabkan kekurangan maklumat. Kajian oleh Adewale Abideen Adeyemi et al., (2016) pula menunjukkan bahawa tahap kesedaran masyarakat Islam di Malaysia terhadap wakaf tunai masih rendah, dengan faktor budaya sosial, kekurangan promosi, dan kurangnya pemahaman menjadi penyumbang utama. Kajian Sigit Hartoko (2022) pula mengesyorkan agar kerajaan Indonesia, dan pemimpin agama menyertakan bahan berkaitan wakaf dalam pendidikan dan program sosialisasi, selain mempromosikan wakaf melalui pelbagai media. Kajian-kajian ini menunjukkan bahawa ELM merupakan kerangka penting dalam memahami dan meningkatkan kesedaran serta penerapan wakaf. Justeru, kajian ini bertujuan untuk menyumbang kepada literatur dengan meneroka ELM dari sudut konstruk promosi dalam konteks wakaf perkhidmatan yang sesuai dijadikan sebahagian daripada wakaf pendidikan di Universiti Awam (UA).

Dalam ELM, terdapat dua mekanisme utama yang mempengaruhi individu, iaitu melalui laluan pusat (*central route*) atau laluan periferal (*peripheral route*). Kajian ini bertujuan untuk melihat bagaimana perubahan niat potensi penglibatan alumni berdasarkan kemungkinan pemprosesan mesej melalui salah satu daripada kedua-dua laluan tersebut: pertama, konstruk pengetahuan terhadap wakaf, tahap kognitif, dan daya tarikan rasional melalui laluan pusat; dan kedua, konstruk daya tarikan emosi, perasaan kepunyaan, pengungkapan nilai, dan keadaan kemudahan melalui laluan periferal.

Kajian Konstruk dan Hipotesis

Kajian ini meneliti 10 konstruk utama sebagai pemboleh ubah bebas yang bertindak sebagai penentu kepada niat potensi penglibatan alumni, manakala konstruk niat potensi penglibatan alumni sebagai pemboleh ubah bersandar pada mulanya, kemudian bertindak menjadi pemboleh ubah bebas kepada tingkah laku potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia. Tiga lagi konstruk daripada pemboleh ubah bebas iaitu peranan media dan altruisme yang boleh mempengaruhi sikap, serta pengaruh agama yang boleh mempengaruhi norma subjektif. Manakala, pemboleh ubah bersandar yang utama dalam kajian ini merujuk kepada tingkah laku potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan Universiti Awam (UA) di Malaysia.

Hubungan di antara Pengetahuan Terhadap Wakaf dan Niat Alumni

Kajian-kajian lepas menunjukkan bahawa tahap pengetahuan individu mengenai konsep wakaf memainkan peranan penting dalam membentuk niat mereka untuk terlibat dalam amalan wakaf. Menurut kajian oleh Razali Jusoh & Hamidah Mat (2024), pengetahuan yang mendalam tentang wakaf, termasuk pemahaman terhadap prinsip-prinsipnya dan manfaatnya, dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk menyumbang melalui wakaf. Dalam konteks alumni universiti, pengetahuan yang baik mengenai wakaf dapat mendorong mereka untuk menyumbang kembali kepada institusi pendidikan mereka, sama ada dalam bentuk kewangan, perkhidmatan, atau sumber lain. Hal ini disokong oleh kajian yang menunjukkan bahawa alumni yang memiliki pemahaman yang baik tentang wakaf lebih cenderung untuk terlibat dalam program-program wakaf yang dianjurkan oleh universiti (Razali Jusoh, & Hamidah Mat, 2024). Kajian Khairul Jannah Samsudin (2020) & Mohammad Firdaus Ahmad et al., (2023) menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang positif di antara pengetahuan tentang wakaf di kalangan alumni dan niat untuk menyumbang.

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan terhadap wakaf dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.

Hubungan di antara Tahap Kognitif dan Niat Alumni

Tahap kognitif merujuk kepada keadaan atau proses di mana pemikiran individu membentuk atau menghasilkan semula pengetahuan (Amicelle et al., 2012). Dalam erti kata lain, kognitif ialah satu proses pemikiran seperti persepsi, penaklukan dan penilaian (Yang, 2015). Tahap kognitif merangkumi pengetahuan, pemahaman, dan kesedaran individu terhadap sesuatu konsep, memainkan peranan penting dalam membentuk niat seseorang untuk bertindak. Dalam konteks alumni universiti, tahap kognitif yang mendalam mengenai konsep wakaf dapat mempengaruhi niat mereka untuk menyumbang kepada institusi pendidikan. Kajian Sun et al., (2025) mendapati bahawa terdapat hubungan positif yang

signifikan antara tahap kognitif dan niat pelajar untuk menyertai pembelajaran bilik darjah kedua, yang merangkumi aktiviti kokurikulum seperti khidmat sukarelawan.

***H2:** Terdapat hubungan yang signifikan antara tahap kognitif dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.*

Hubungan di antara Daya Tarikan Rasional dan Niat Alumni

Berdasarkan Model Kemungkinan Penghuraian (ELM), penyelarasan antara daya tarikan emosi dan daya tarikan rasional dengan kecenderungan afektif dan kognitif individu yang sibuk telah dikenal pasti sebagai pendekatan yang berkesan dalam usaha mempengaruhi tingkah laku (Cohen, 2018; Petty et al., 2000). Daya tarikan rasional berfungsi menyediakan maklumat yang mencukupi kepada individu untuk menilai kualiti sesuatu perkara secara mendalam, seterusnya meningkatkan pemahaman dan mendorong niat untuk bertindak (Mehta & Bharadwaj, 2021; Stafford & Day, 1995; Wu & Wang, 2011). Kajian Zheng et al. (2024) menunjukkan bahawa daya tarikan rasional dapat meningkatkan kesediaan untuk menderma dalam kalangan individu yang proaktif dan sibuk melalui rangsangan empati kognitif.

***H3:** Terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarikan rasional dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.*

Hubungan di antara Daya Tarikan Emosi dan Niat Alumni

Daya tarikan emosi berperanan mewujudkan suasana afektif yang mampu mempengaruhi emosi dan sikap individu ke arah menyokong pihak yang membuat rayuan, sekali gus meningkatkan niat untuk melakukan pembelian (Septianto & Tjiptono, 2019; Zhang et al., 2014). Dalam konteks sumbangan amal, penyampaian maklumat berkaitan program kebajikan awam melalui teks, gambar atau video bertujuan untuk menjelaskan keadaan semasa program tersebut serta mendorong individu agar terlibat secara aktif dalam pemberian sumbangan, sepertimana strategi yang digunakan dalam iklan komersial untuk merangsang keputusan pembelian pengguna (Crow et al., 2019). Kajian Zheng et al., (2024) turut menunjukkan bahawa daya tarikan emosi berupaya meningkatkan kesediaan untuk menderma dalam kalangan individu yang terpaksa menjalani kehidupan sibuk.

***H4:** Terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarikan emosi dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.*

Hubungan di antara Perasaan Kepunyaan dan Niat Alumni

Perasaan kepunyaan (*sense of belonging*) merujuk kepada tahap keterikatan individu terhadap komuniti atau institusi, di mana individu merasakan dirinya diterima dan dihargai sebagai sebahagian daripada keseluruhan (Baumeister & Leary, 2017). Dalam konteks pendidikan tinggi, perasaan ini memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman pelajar dan kekal memberi kesan jangka panjang terhadap hubungan mereka dengan institusi selepas tamat pengajian. Kajian menunjukkan bahawa pelajar yang mempunyai perasaan kepunyaan yang tinggi semasa di universiti lebih cenderung untuk mengekalkan hubungan positif sebagai alumni, termasuk melalui penyertaan dalam aktiviti universiti, sokongan kewangan, atau penyebaran reputasi institusi (Newman et al., 2015; McDearmon, 2013). Ini disokong oleh teori identiti sosial (Tajfel & Turner, 2004) yang menerangkan bahawa individu cenderung menyokong kumpulan yang mereka identifikasikan sebagai sebahagian daripada identiti diri mereka. Kajian oleh Liang et al. (2023) menunjukkan bahawa perasaan kepunyaan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap tanggungjawab untuk memberi kepada alma mater. Oleh itu, perasaan kepunyaan bukan sahaja mempengaruhi kesejahteraan pelajar semasa belajar, tetapi turut menjadi faktor penentu dalam pembentukan niat alumni untuk terus terlibat dan menyumbang kepada alma mater mereka.

***H5:** Terdapat hubungan yang signifikan antara perasaan kepunyaan dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.*

Hubungan di antara Pengungkapan Nilai dan Niat Alumni

Pengungkapan nilai merujuk kepada bagaimana individu menzahirkan prinsip, kepercayaan, dan keutamaan mereka melalui tindakan dan keputusan, termasuk dalam konteks hubungan mereka dengan institusi pendidikan. Dalam kalangan alumni, pengungkapan nilai sering tercermin dalam bentuk sokongan berterusan terhadap alma mater, terutamanya apabila institusi tersebut dianggap mewakili nilai yang selaras dengan diri mereka (Stephenson & Bell, 2014). Apabila alumni melihat universiti sebagai cerminan kepada nilai peribadi mereka, mereka lebih terdorong untuk mengekalkan hubungan positif, menyumbang secara kewangan, serta terlibat dalam program atau acara institusi (Mael & Ashforth, 1993). Ini selaras dengan pendekatan fungsi nilai dalam psikologi sosial, yang menyatakan bahawa individu terdorong untuk bertindak selaras dengan nilai mereka bagi mengekalkan konsistensi identiti diri (Katz, 1960). Selain itu, kajian oleh Cho et al., (2023) mendapati bahawa pengungkapan nilai meramalkan secara positif niat untuk terus menjadi sukarelawan di Singapura. Oleh itu, institusi yang mampu menyampaikan dan meneguhkan nilai yang dikongsi bersama dapat memperkuat niat alumni untuk terus menyumbang dan terlibat secara aktif selepas tamat pengajian.

***H6:** Terdapat hubungan yang signifikan antara pengungkapan nilai dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.*

Hubungan di antara keadaan kemudahan dengan Niat Alumni

Keadaan kemudahan merujuk kepada bantuan, kemudahan, dan persekitaran yang disediakan oleh institusi bagi menyokong kesejahteraan dan pembangunan pelajar sepanjang tempoh pengajian mereka. Ini termasuk akses kepada sumber pembelajaran, bimbingan akademik, perkhidmatan kaunseling, peluang pembangunan kerjaya, serta penglibatan kokurikulum. Kajian menunjukkan bahawa pelajar yang menerima keadaan kemudahan yang mencukupi daripada institusi lebih cenderung untuk membentuk hubungan emosi yang positif dan berpanjangan terhadap universiti, yang kemudiannya meningkatkan niat mereka untuk terus terlibat sebagai alumni (Thomas, 2012; Chai et al., 2023). Apabila alumni mengaitkan kejayaan dan perkembangan peribadi mereka dengan sokongan institusi, mereka cenderung menunjukkan kesetiaan melalui sumbangan, penyertaan dalam aktiviti universiti, dan promosi reputasi institusi (Alves & Raposo, 2007). Oleh itu, penyediaan keadaan kemudahan yang menyeluruh semasa tempoh pengajian memainkan peranan penting dalam membentuk niat alumni untuk kekal menyokong alma mater mereka.

***H7:** Terdapat hubungan yang signifikan antara keadaan kemudahan dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.*

Hubungan di antara Peranan Media dengan Sikap

Peranan media dalam membentuk sikap individu semakin signifikan dalam era digital yang sarat dengan maklumat. Media berfungsi bukan sahaja sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai agen sosial yang berupaya mempengaruhi persepsi, kepercayaan, dan tingkah laku khalayak. Kajian menunjukkan bahawa pendedahan berterusan kepada kandungan media tertentu dapat membentuk atau mengubah sikap individu terhadap sesuatu isu atau entiti, melalui proses penormalan dan pengulangan mesej (McCombs & Shaw, 1972). Kajian Benito et al., (2025) menunjukkan bahawa media memainkan peranan dalam membentuk sikap seseorang individu untuk menderma atau menjadi sukarelawan. Dalam konteks pendidikan, organisasi, atau pemasaran, media berperanan penting dalam membina sikap positif melalui naratif, visual, dan simbol yang dikongsi secara meluas (Potter, 2012). Oleh itu, media bukan sekadar alat penyebaran maklumat, tetapi juga instrumen pembentukan sikap yang berkesan, terutamanya apabila digunakan secara strategik dan beretika.

***H8:** Terdapat hubungan yang signifikan antara peranan media dengan sikap alumni.*

Hubungan di antara Altruisme dengan Sikap

Altruisme merujuk kepada kecenderungan individu untuk membantu orang lain tanpa mengharapkan balasan, dan ia merupakan ciri penting dalam pembentukan sikap pro-sosial dalam pelbagai konteks kehidupan. Kajian menunjukkan bahawa individu yang memiliki tahap altruisme yang tinggi cenderung membentuk sikap yang lebih positif terhadap aktiviti sosial, kebajikan, dan penglibatan komuniti (Carlo et al., 2003). Altruisme mempengaruhi sikap melalui proses empati dan

identifikasi moral, di mana individu menilai sesuatu tindakan atau entiti berdasarkan kesesuaiannya dengan nilai murni dan keinginan untuk memberi manfaat kepada orang lain (Batson, 2011). Dalam konteks sukarelawan, pendidikan, dan kerjaya sosial, altruisme terbukti meningkatkan sikap positif terhadap penglibatan dan komitmen kerana ia selari dengan niat membantu serta membina hubungan sosial yang bermakna (Bekkers & Wiepking, 2011; Cahigas et al., 2023). Oleh itu, altruisme bukan sahaja bertindak sebagai pemangkin kepada tindakan pro-sosial, tetapi juga sebagai asas pembentukan sikap yang konstruktif dan menyumbang kepada kesejahteraan sosial.

H9: *Terdapat hubungan yang signifikan antara altruisme dengan sikap alumni.*

Hubungan di antara Sikap dan Niat Alumni

Sikap merupakan penilaian positif atau negatif individu terhadap sesuatu objek, idea, atau tingkah laku, dan telah lama dikenalpasti sebagai faktor utama dalam meramalkan niat seseorang melalui teori-teori tingkah laku terancang seperti Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). Dalam konteks alumni, sikap terhadap institusi asal mereka memainkan peranan penting dalam menentukan sejauh mana mereka berhasrat untuk terus terlibat selepas tamat pengajian, termasuk melalui penyertaan dalam program alumni, sumbangan kewangan, atau promosi institusi. Kajian lepas menunjukkan bahawa alumni yang mempunyai sikap positif menunjukkan tahap niat yang lebih tinggi untuk menyumbang kembali kepada institusi (Mo & Zhu, 2022; Chai et al., 2023; Maulana et al., 2024). Sikap ini terbentuk daripada pelbagai pengalaman semasa pengajian seperti kualiti pengajaran, keadaan kemudahan, dan hubungan sosial, yang kemudiannya membentuk keterikatan emosi dengan institusi (Stephenson & Bell, 2014). Oleh itu, sikap yang positif terhadap alma mater merupakan asas penting dalam membina niat alumni yang kukuh untuk terus menyokong dan terlibat secara aktif.

H10: *Terdapat hubungan yang signifikan antara sikap alumni dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.*

Hubungan di antara Pengaruh Agama dan Norma Subjektif

Pengaruh agama memainkan peranan penting dalam membentuk sistem nilai dan kepercayaan individu, yang seterusnya mempengaruhi norma subjektif – iaitu persepsi seseorang terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu tingkah laku (Ajzen, 1991). Dalam konteks ini, agama berfungsi sebagai sumber autoriti moral dan sosial yang membentuk apa yang dianggap sebagai tingkah laku yang diterima atau ditolak oleh komuniti. Kajian mendapati bahawa individu yang lebih berpegang kepada ajaran agama cenderung merasakan dorongan sosial yang lebih kuat untuk mematuhi norma yang selaras dengan nilai keagamaan mereka (Benito et al., 2025). Norma subjektif dalam kalangan individu beragama juga sering dipengaruhi oleh pandangan pemimpin agama, keluarga, dan rakan sebaya yang mempunyai kepercayaan sama, sekali gus memperkukuh niat untuk bertindak mengikut kerangka norma yang berasaskan agama. Oleh itu, pengaruh agama dapat memperkukuh norma subjektif dengan meningkatkan kepekaan terhadap jangkaan sosial yang dikaitkan dengan kepercayaan dan amalan spiritual.

H11: *Terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh agama dengan norma subjektif. Hubungan di antara Norma Subjektif dan Niat Alumni*

Norma subjektif merujuk kepada persepsi individu terhadap tekanan sosial daripada pihak yang signifikan dalam kehidupan mereka, seperti keluarga, rakan sebaya, atau komuniti, untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu tingkah laku (Ajzen, 1991). Dalam konteks alumni, norma subjektif memainkan peranan penting dalam mempengaruhi niat mereka untuk terus terlibat dengan alma mater melalui sumbangan kewangan, masa, dan kepakaran. Kajian Sun et al., (2025), Benito et al., (2025), dan Hu et al. (2023) menunjukkan bahawa terdapat hubungan signifikan di antara konstruk norma subjektif dan niat untuk menyumbang dari sudut kewangan atau kesukarelawan. Oleh itu, norma subjektif berfungsi sebagai penggerak sosial yang memperkukuh hubungan alumni dengan institusi, terutamanya apabila disokong oleh jaringan sosial dan budaya sokongan yang kukuh dalam komuniti alumni.

H12: Terdapat hubungan yang signifikan antara norma subjektif dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.

Hubungan di antara Tanggapan Kawalan Tingkah Laku dan Niat Alumni

Tanggapan kawalan tingkah laku merujuk kepada persepsi individu terhadap tahap kemudahan atau kesukaran untuk melakukan sesuatu tindakan, yang dipengaruhi oleh pengalaman lepas serta jangkaan terhadap halangan atau sumber sokongan (Ajzen, 1991). Dalam konteks alumni, tanggapan kawalan ini memainkan peranan penting dalam membentuk niat untuk terus terlibat dengan institusi, seperti memberi sumbangan, menghadiri acara, atau menyokong program universiti. Kajian Sun et al., (2025) serta Mouloudj dan Bouarar (2023) menunjukkan terdapat hubungan signifikan terhadap tanggapan kawalan tingkah laku dengan niat untuk menyumbang. Oleh itu, tanggapan kawalan tingkah laku berfungsi sebagai faktor penentu yang penting dalam menggerakkan niat alumni, dan boleh ditingkatkan melalui penyediaan kemudahan, komunikasi strategik, serta peluang penyertaan yang mudah diakses.

H13: Terdapat hubungan yang signifikan antara tanggapan kawalan tingkah laku dengan niat potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.

Hubungan di antara Niat Alumni dan Tingkah Laku Potensi Penglibatan Alumni dalam Wakaf Perkhidmatan

Niat merupakan indikator utama dalam meramalkan tingkah laku seseorang, seperti yang dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahawa niat untuk bertindak adalah peramal terbaik terhadap perlakuan sebenar. Dalam konteks penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan—iaitu sumbangan masa, kemahiran, dan kepakaran kepada institusi tanpa imbuhan—niat alumni untuk terlibat terbukti memainkan peranan penting dalam menentukan tahap penyertaan sebenar. Kajian oleh Hu et al. (2023) dan Sun et al., (2025) menunjukkan bahawa niat yang tinggi untuk menyumbang berkait rapat dengan tingkah laku penglibatan sebenar. Tambahan pula, faktor-faktor seperti pengalaman positif semasa pengajian, keterikatan emosi, dan persepsi terhadap impak sumbangan mereka turut mempengaruhi kekuatan niat untuk bertindak. Oleh itu, memahami dan mengukuhkan niat alumni adalah langkah asas dalam merangsang tingkah laku penglibatan mereka dalam wakaf perkhidmatan yang memberi manfaat jangka panjang kepada institusi pendidikan.

H14: Terdapat hubungan yang signifikan antara niat alumni dengan tingkah laku potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan universiti awam di Malaysia.

METODOLOGI KAJIAN

Metodologi kajian ini menggunakan pendekatan kajian literatur untuk membentuk satu kerangka konseptual mengenai sinergi *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dalam mempengaruhi niat tingkah laku potensi penglibatan alumni terhadap pelaksanaan wakaf perkhidmatan melalui *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Kajian ini bertujuan untuk meneliti literatur sedia ada berkaitan dengan konstruk pengetahuan terhadap wakaf, tahap kognitif, daya tarikan rasional, daya tarikan emosi, perasaan kepunyaan, pengungkapan nilai, keadaan kemudahan, sikap, norma subjektif, tanggapan kawalan tingkah laku, peranan media, altruisme, dan peranan agama, serta bagaimana konstruk-konstruk ini boleh mempengaruhi niat dan tingkah laku potensi penglibatan alumni dalam wakaf perkhidmatan Universiti Awam (UA) di Malaysia.

Analisis literatur ini merangkumi teori-teori dan kajian empirikal yang telah dijalankan dalam konteks wakaf dan penglibatan alumni. Dapatan daripada kajian literatur ini akan digunakan untuk mengintegrasikan kedua-dua teori (ELM dan TPB) dalam membangunkan satu kerangka konseptual yang boleh membantu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan tingkah laku potensi penglibatan alumni untuk terlibat dalam wakaf perkhidmatan UA di Malaysia.

Kerangka yang dibentuk melalui kajian literatur ini diharapkan dapat memberi panduan dalam merangka strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penglibatan alumni dalam wakaf

menyumbang. Faktor-faktor yang dicadangkan sebagai pemacu utama adalah konstruk pengetahuan terhadap wakaf, tahap kognitif, daya tarikan rasional, daya tarikan emosi, perasaan kepunyaan, pengungkapan nilai, keadaan kemudahan, sikap, norma subjektif, tanggapan kawalan tingkah laku, peranan media, altruisme, dan peranan agama. Kajian ini memperkayakan literatur akademik dengan menentengahkan faktor-faktor penting yang mempengaruhi niat penglibatan alumni kepada alma mater mereka, yang mana penyelidikan teori berkenaan tingkah laku pemberian alumni di Malaysia masih berada pada tahap yang terhad. Keunikan kajian ini terletak pada cadangan kerangka konseptual yang mengintegrasikan ELM dan TPB yang boleh mempengaruhi niat keterlibatan alumni dalam konteks wakaf perkhidmatan UA di Malaysia.

Secara keseluruhannya, kefahaman terhadap niat dan tingkah laku alumni yang diperoleh melalui kajian ini memberikan manfaat kepada pihak kerajaan, khususnya Kementerian Pendidikan Tinggi, pengurusan wakaf pendidikan UA, pelajar, dan alumni. Model kerangka konseptual yang dicadangkan boleh dijadikan panduan asas dalam merangka pelan strategi pelaksanaan yang holistik, komprehensif, efektif, dan mampan untuk menarik lebih banyak penglibatan daripada alumni yang berada dalam sektor industri. Selain itu, cadangan ini juga menyediakan alternatif sumber tambahan kepada tabung dana wakaf pendidikan kepada UA melalui keterlibatan alumni.

PERNYATAAN ETIKA

PERNYATAAN ETIKA

Kajian ini mematuhi garis panduan etika penyelidikan dengan memastikan kerahsiaan data dan hak privasi semua pihak terlibat dihormati. Semua data diperoleh secara sah dengan kebenaran yang sewajarnya, tanpa melibatkan sebarang pelanggaran etika atau hak asasi manusia.

PERNYATAAN PENULIS

Artikel ini merupakan hasil kerja asli Nurul Hasanah Tamili. Manakala, Prof Madya Dr Ashrof Zaki Yaakob, Dr Muhamad Hasif Yahaya, dan Dr Siti Nor Amira Mohamad merupakan penyelia yang banyak memberi sumbangan idea dan kepakaran mereka bagi memudahkan penulis utama menyiapkan kajian ini.

PENGHARGAAN

Kajian ini merupakan sebahagian daripada penyelidikan untuk memenuhi keperluan program pengajian Doktor Falsafah (PhD) penulis di Universiti Teknologi MARA. Penghargaan turut diberikan kepada penyelia, suami tercinta, ibu ayah, dan anak-anak yang telah memberikan sumbangan dan sokongan sepanjang pelaksanaan kajian ini.

PERNYATAAN KEPENTINGAN

Penulis dengan ini menyatakan bahawa tiada konflik kepentingan yang wujud berkaitan dengan penyelidikan, penulisan, atau penerbitan kajian ini. Semua maklumat dan hasil yang dibentangkan adalah bebas daripada sebarang pengaruh pihak berkepentingan, sama ada secara langsung atau tidak langsung.

RUJUKAN

- Ab Rahman, M. F., Thaidi, H. A. A., Ab Rahman, A., & Ab Rahim, S. F. (2020). Peranan Wakaf dalam Mendepani Pendemik Covid-19: The Role of Waqf in Combating Covid-19 Pandemic. *Journal of Fatwa Management and Research*, 22(1), 49-64.
- Abdul Samad, N., Supian, K., Rasli, S., & Mohamed Tajularifin, S. Determinants Of Behavioural Endowment Intention Among Private Higher Education Alumni. *European Proceedings of Multidisciplinary Sciences*.
- Abdullah Achmad Zawawi, Tatik Mariyanti, & Siti Nurindah Sari. (2023). Factors that Influence the Intention of the Millennial Community To Do Waqf with A Modification of Theory Planned Behavior Approach. *APTISI Transactions on Management*, 7(1), 42-53.
- Adewale Abideen Adeyemi, Nurul Aini Ismail, & Siti Sabariah Binti Hassan. (2016). An Empirical Investigation of the Determinants of Cash Waqf Awareness in Malaysia. *Intellectual Discourse*, 24. <https://doi.org/10.31436/id.v24i0.931>.
- Ahmad bin Muhammad al-Sāwī al-Mālikī, *Hashiyah al-Ṣāwī ‘alā al-Sharḥ al-Ṣaghīr*, vol. 2 (Qahirah: Maktabah Mustāfa, 1952), 298.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and Behaviour (2nd ed.). *Open University Press*.
- Alves, H., & Raposo, M. (2007). Conceptual Model of Student Satisfaction in Higher Education. *Total Quality Management*, 18(5), 571-588.
- Amicelle, A., Bus, J., El-Baba, T., Fuchs, C., Mordini, E., Rebera, A., ... Wright, S. (2012). Report on Theoretical Frameworks and Previous Empirical Research. In The Privacy & Security Research Paper. Series Summary of PACT Deliverables.
- Amir, Z., Mazri, N. M., Rosele, M. I., & Abdullah, L. (2024). WAKAF PERKHIDMATAN: PERSPEKTIF FIQH DAN CADANGAN PELAKSANAAN: Service Waqf: Fiqh Perspectives and Recommendations on Implementation. *Jurnal Syariah*, 32(1), 74-99.
- Aziz., M., N., A. (2023). Peranan Alumni dalam Membantu Universiti dalam Berkongsi Ilmu dan Kemudahan Pendidikan. *UiTM News Hub*. Dilayari pada 2024, Disember 12. <https://news.uitm.edu.my/peranan-alumni-dalam-membantu-universiti-dalam-berkongsi-ilmu-dan-kemudahan-pendidikan/>.
- Batson, C. D. (2011). *Altruism in Humans*. Oxford University Press.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (2017). The Need To Belong: Desire For Interpersonal Attachments As A Fundamental Human Motivation. *Interpersonal development*, 57-89.
- Beard, F. K. (2016). Comparative Television Advertising in the United States: A Thirty-Year Update. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 37(2), 183-195.
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A Literature Review Of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving. *Nonprofit And Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924-973.
- Benito, O. P., Prasetyo, Y. T., Liao, J. H., Belmonte, Z. J. A., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. (2025). Investigating Factors Influencing The Donation Intentions And Volunteering Intentions For The 2023 Turkey Earthquake Victims. *Acta Psychologica*, 252, 104671.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., & Gruber, T. (2013). Understanding Generation Y and Their Use of Social Media: A Review and Research Agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245-267.

- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., & Morris, K. J. (1983). Effects of Need for Cognition on Message Evaluation, Recall, and Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(4), 805-818. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.4.805>.
- Cahigas, M. M. L., Prasetyo, Y. T., Persada, S. F., & Nadlifatin, R. (2023). Filipinos' Intention To Participate In 2022 Leyte Landslide Response Volunteer Opportunities: The Role Of Understanding The 2022 Leyte Landslide, Social Capital, Altruistic Concern, And Theory Of Planned Behavior. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 84, 103485.
- Carlo, G., Hausmann, A., Christiansen, S., & Randall, B. A. (2003). Sociocognitive and Behavioral Correlates of A Measure of Prosocial Tendencies For Adolescents. *The Journal of Early Adolescence*, 23(1), 107-134.
- Chai, C., Amran, A., & Ooi, S. K. (2023). Sense of Responsibility: Proposing Alumni Giving Behavioral Intention Framework. *Journal of Governance and Integrity*, 6(2), 587-594.
- Cho, H., Chen, M. Y. K., & Li, C. (2023). Compulsory Volunteer Experience In Singapore: Personality, Volunteer Motivation, And Continuance Intention To Volunteer. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 34(2), 276-288.
- Clementinie Chai, Azlan Amran, & Say Keat Ooi. (2023). If You Can't Pay Back, Pay it Forward: Proposing an Alumni Donor Behavioural Intention Model. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 15(3s), 353-367.
- Cohen, O. D. (2018). Emotional Responses to Opioid Public Service Announcements; Testing Trait Empathy's Impact on Message Processing and Attitude Change. ETD Archive, p. 1100.
- Crow, K., Mathmann, F., & Greer, D. (2019). Got A Dollar? Locomotion Orientation Decreases The Effect Of Defaults On Charitable Giving. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 1-6.
- Dashboard Statistik. (2024). Hebahan. Kementerian Pendidikan Tinggi. Dilayari pada 2025, Januari 18. <https://www.mohe.gov.my/hebahan/dashboard-statistik>.
- Desjardins, J. (2017). What Happens in an Internet in 2017?. Dilayari pada 2025, Januari 22. www.weforum.org.
- Dorsey, A. M., Scherer, C. W., & Real, K. (1999). The College Tradition of "drink 'til you drop": The Relation between Students' Social Networks and Engaging in Risky Behaviors. *Health Communication*, 14(4), 313-334.
- Dr. Shahabuddin Amerudin. (2024). Mengimbangi Peranan Universiti dan Industri dalam Pembangunan Teknologi. Dilayari pada 2025, Januari 18. <https://people.utm.my/shahabuddin/?p=7762>.
- Ealangov, S. & Abdul Malek, S. (2023). Cabaran dan Strategi Menghadapi Perubahan Kurikulum dalam Kalangan Pensyarah Bidang Agroteknologi Kolej Komuniti. *Online Journal for TVET Practitioners*, 8(2), 23-36.
- Hannezyah Bariah Baharin. 2019. Doktor, Pensyarah boleh Mewakafkan Perkhidmatan. *Berita Harian*. Dilayari pada 2025, Januari 18. <https://www.bharian.com.my/rencana/agama/2019/07/590951/doktor-pensyarah-boleh-wakaf-perkhidmatan>.
- Hasan Muhammad Rifa'i. (2006). *Waqf al-'Amal al-Mu'aqqat fi al-Fiqh al-Islami*. Kertas Kerja Mu'tamar al-Thani li al-Awqaf, Jami'ah Umm al-Qura, Makkah al-Mukarramah, al-Saudiyyah, 12.
- Hassan, S. H. M., Mustapha, R., Mahmud, M., Malkan, S. N. A., & Hassan, N. H. C. (2021). The influence of promotion and waqf knowledge toward cash waqf awareness in Pahang region. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(4), 1252-1260.

- Hazriah Hasan & Ismail Ahmad. (2018). Determinants of Higher Education Islamic Endowment (Waqf) Attributes among Muslims in Malaysia. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development*, 3(12), 1-9.
- Hsu, T. H., & Chang, K. F. (2007). The Taxonomy, Model and Message Strategies of Social Behavior. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 37(3), 279-294.
- Hu, J., Zhang, T., Wang, H., Chen, Z., & Liu, L. (2023). Intention Patterns Predicting College Students' Volunteer Service Participation. *Heliyon*, 9(11).
- Ilah Hafiz Aziz & Siti Haliza Yusop. (2022). Sistem Pendidikan Negara Tidak Selari Keperluan Masa Depan. *Berita Harian Online*. Dilayari pada 2025, Januari 18. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2022/03/936306/sistem-pendidikan-negara-tidak-selari-keperluan-masa-depan>.
- Izra Berakon, Hendy Mustiko Aji, & Muhammad Riza Hafizi. (2022). Impact of Digital Sharia Banking Systems on Cash-Waqf among Indonesian Muslim Youth. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1551-1573. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0337>.
- Jo-Yee Yap. (n.d.). Literacy Rate. SDG for Malaysian States. Dilayari pada 2025, Januari 18. <https://sdg-for-malaysian-states-sdsn.hub.arcgis.com/pages/sdg-4-indicator-461-literacy>.
- Katz, D. (1960). The Functional Approach To The Study Of Attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24(2), 163-204.
- Kementerian Pendidikan Tinggi. (2024). Alumni Diseru Tampil Aktif Perkasa Sektor Pendidikan Tinggi Negara, Alma Mater. Dilayari pada 2025, Januari 18. <https://www.mohe.gov.my/hebahan/sorotan-aktiviti/alumni-diseru-tampil-aktif-perkasa-sektor-pendidikan-tinggi-negara-alma-mater>.
- Khairul Jannah Samsudin. (2020). Antecedents of Philanthropic Behaviour Among UiTM Alumni Towards UiTM Education Waqf Fund. *Tesis Doktor Falsafah*, Universiti Teknologi MARA.
- Khairul Nazlin Kamaruzaman. (2022). Factors Influencing Attitude and Behavioural Intention to Use Mobile Health Applications Among Obese People. *Tesis Doktor Falsafah*, Universiti Teknologi MARA.
- Kim, J., Kim, J.-E., & Marshall, R. (2016). Are Two Arguments Always Better Than One?: Persuasion Knowledge Moderating the Effect of Integrated Marketing Communications. *European Journal of Marketing*, 50 (7/8), 1399-1425.
- Kitchen, Philip J., Kerr, G., E. Schultz, D., McColl, R., & Pals, H. (2014). The Elaboration Likelihood Model: Review, Critique and Research Agenda. *European Journal of Marketing*, 48(11/12), 2033-2050. <https://doi.org/10.1108/EJM-12-2011-0776>.
- Liang, X., Su, Y., & Shang, W. (2023). Prior Campus Experience And Alumni Donation: A Cross-Cultural Study Of China And The USA. *Higher Education*, 86(4), 865-889.
- Lydiawaty Hassan Busry. (2021). Factors Influencing The Intention to Contribute to Cash Waqf among Kuipsas Students. *Jurnal Al-Sirat*, 1(19), 20-33. Retrieved from <https://ejournal.kuipsas.edu.my/index.php/qwefqwefq/article/view/25>.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1993). Alumni And Their Alma Mater: A Partial Test of The Reformulated Model of Organizational. *Journal of Organizational Behavior*, 13.
- Manning, M. (2014). The Joint Effects of Persuasion and Implementation Intentions: An Investigation using the Theory of Planned Behavior. *University of Massachusetts Amherst*. <http://scholarworks.umass.edu/theses/2437>.
- Marina Kassim, Nor Azizan Che Embi, Razali Haron, & Khairunisah Ibrahim. (2023). The determinants of cash waqf re-endow intention in Malaysia. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 7(1), 126-137.

- Maulana, A. E., Patterson, P. G., Satria, A., & Pradipta, I. A. (2024). Alumni Connectedness and Its Role in Intention To Contribute To Higher Education Institutions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 34(2), 1124-1145.
- Mccombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function Of Mass Media, in "Public Opinion Quarterly", 36: 176-187.
- Mehta, R., & Bharadwaj, A. (2021). Food Advertising Targeting Children in India: Analysis and Implications. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102428.
- Meshari Aldaihani. (2019). Factors Influencing Waqf Contributors' Intention towards Education Sector in Kuwait. (*Tesis Master*, Universiti Utara Malaysia).
- Mo, L., & Zhu, Y. (2022). How is Alumni Giving Affected by Satisfactory Campus Experience? Analysis of an Industry-Research-Oriented University in China. *Sustainability*, 14(13), 7570.
- Mohammad Firdaus Ahmad, Khairul Jannah Samsudin, & Zanita Ismail Ahmad. (2023). Philanthropic Behaviour: Intention of University Teknologi MARA Alumni to Contribute to the Higher Education Institution Waqf Fund. *Research and Innovation in Technical and Vocational Education and Training*, 3(2), 176-190.
- Mouloudj, K., & Bouarar, A. C. (2023). Investigating Predictors Of Medical Students' Intentions to Engagement in Volunteering During The Health Crisis. *African Journal of Economic and Management Studies*, 14(2), 205-222.
- Muhamad Hasif Yahaya. (2019). The Impact of Religiosity, Attitude, and Trust on Mobile Banking Adoption in Zakat Distribution Among Asnaf in Selangor. (*Tesis Doktor Falsafah*, Universiti Islam Antarabangsa Malaysia).
- Muhammad bin Ahmad bin 'Arfah al-Dusuqi. (1431H) *Hāshiah al-Dusuqi 'alā al-Sharh al-Kabīr*, vol. 4 Bayrūt: Dār al-Fikr, 76.
- Muhammad Ikhwan Megat Saidi, Mat Noor Mat Zain, & Salmi Edawati Yaacob. (2023). Wakaf Perkhidmatan Menurut Perspektif Islam. *Al-Qanatr: International Journal of Islamic Studies*, 31(2).
- Munerah Haron, Mohd Khairy Kamarudin, Nur Athirah Muhamad Fauzi, Murniza Mhmd Ariff, & Muhammad Zuhair Zainuddin. (2016). Cash Waqf Collection: Any Potential Factors to Influence It?. *International Journal of Business, Economics and Law*, 9(2), 27-33.
- Newman, C. B., Wood, J. L., & Harris III, F. (2015). Black Men's Perceptions Of Sense Of Belonging With Faculty Members In Community Colleges. *Journal of Negro Education*, 84(4), 564-577.
- Nisful Laila, Ririn Tri Ratnasari, Shafinar Ismail, Putri Aliah Mohd Hidzir, & Mohd Halim Mahphoth. (2023). The Intention of Small and Medium Enterprises' Owners to Participate in Waqf: The Case of Malaysia and Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(3), 429-447.
- Nurul Rahmaniah & Hartomi Maulana (2023). Waqf literacy level and its determinants on public intention to contribute cash waqf: A study of waqf institutions in Indonesian. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 283-300.
- Pappas, I. O., Kourouthanassis, P. E., Giannakos, M. N., & Chrissikopoulos, V. (2017). Sense and Sensibility in Personalized e-Commerce: How Emotions Rebalance the Purchase Intentions of Persuaded Customers. *Psychology and Marketing*, 34(10), 972-986.
- Park, M., Turner, B. A., Pastore, D. L., Chitiyo, M., & Yoh, T. (2016). Information Processing of Audiences Exposed to Public Service Advertising Messages for Special Olympics: A cognitive response approach. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 17(3), 277-298. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2016-017>.

- Paulin, Michele, Ferguson, R. J., Schattke, K., & Jost, N. (2014). Millennials, Social Media, Prosocial Emotions, and Charitable Causes: The Paradox of Gender Differences. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 26(4), 335-353. <https://doi.org/10.1080/10495142.2014.965069>.
- Pei Liu, Michelle Segovia, Eliza Ching-Yick Tse, & Rodolfo M. Nayga. (2022). Become an Environmentally Responsible Customer by Choosing Low-Carbon Footprint Products at Restaurants: Integrating The Elaboration Likelihood Model (ELM) and The Theory Of Planned Behavior (TPB). *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 52, 346-355.
- Petty, R. E., & Briñol, P. (2015). Emotion and persuasion: Cognitive and Metacognitive Processes Impact Attitudes. *Cognition and Emotion*, 29(1), 1-26. <https://doi.org/10.1080/02699931.2014.967183>.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 19.
- Petty, R. E., Wheeler, S. C., & Bizer, G. Y. (2000). Attitude functions and persuasion: An elaboration likelihood approach to matched versus mismatched messages. *Why we evaluate: Functions of attitudes*, 133-162.
- Potter, W. J. (2012). *Media Effects*. Sage Publications.
- Pravin Periasamy. (2024). Encouraging Malaysians to Read Reflectively. *BERNAMA*. Dilayari pada 2025, Januari 18. <https://bernama.com/en/thoughts/news.php?id=2283132>.
- Rabitah Harun, Hasyeilla Abd Mutalib, Rusnadewi Abdul Rashid, Aminarrashid Murat, & Niy Niy. (2016). Promotion as a Determinants for Waqf Awareness Among University Students. *International Academic Research Journal of Social Science*, 2(1), 95-99.
- Razali Jusoh, & Hamidah Mat. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Berwakaf Tunai Melalui Skim Potongan Gaji di Malaysia: Factors Influencing the Intention of Cash Waqf Contribution Through Salary Deduction Schemes in Malaysia. *Journal of Management and Muamalah*, 14(1), 67 - 87. <https://doi.org/10.53840/jmm.v14i1.190>
- Rimer, B. K., & Kreuter, M. W. (2006). Advancing Tailored Health Communication: A Persuasion and Message Effects Perspective. *Journal of Communication*, 56.
- Ruslaina Yusoff, Shariful Amran Abd Rahman, Wan Nazihah Wan Mohamed, Parichard Benrit & Faizah Darus. (2022). Predicting the Behavioural Intention for Cash Waqf: Evidence from Malaysia and Thailand. In: Ismail, A.G., Abdullah, R., Zaenal, M.H. (eds) *Islamic Philanthropy. Palgrave Studies in Islamic Banking, Finance, and Economics*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-06890-4_6.
- Russo, J. E., & Chaxel, A. S. (2010). How Persuasive Messages Can Influence Behavior Without Awareness. *Journal of Consumer Psychology*, 20(3), 338-342.
- Sar, S., & Anghelcev, G. (2013). Perceived Risk Mediates the Impact of Mood on the Effectiveness of Health PSAs. *Journal of Social Marketing*, 3(1), 78-101.
- Schumann, D. W., Kotowski, M., Ahn, H., & Haugtvedt, C. (2011). *The Elaboration Likelihood Model: A Thirty-Year Review*.
- Septianto, F., & Tjiptono, F. (2019). The Interactive Effect Of Emotional Appeals And Past Performance Of A Charity On The Effectiveness Of Charitable Advertising. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 189-198.
- Sigit Hartoko. (2022). The Effect of Understanding, Income, Promotion, and Trust on Cash Waqf Collection in Indonesia. International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2021 (iCAST-SS 2021). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol 647. Atlantis Press. 116-122.
- Stafford, M. R., & Day, E. (1995). Retail Services Advertising: The Effects of Appeal, Medium, and Service. *Journal of Advertising*, 24(1), 57-71.

- Stephenson, A. L., & Bell, N. (2014). Motivation For Alumni Donations: A Social Identity Perspective On The Role Of Branding In Higher Education. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 19(3), 176-186.
- Sun, D., Zhao, S., Tao, W., & Xu, K. (2025). The Consistency Of The Second Classroom Participation Intention And Behaviour Of College Students With Financial Difficulties: Based On The Theory Of Planned Behaviour. *International Journal of Inclusive Education*, 1-19.
- Sustainable Development. (n.d.). Ensure Inclusive and Equitable Quality Education and Promote Lifelong Learning Opportunities for All. *Department of Economic and Social Affairs: Sustainable Development*. Dilayari pada 2025, Januari 18. https://sdgs.un.org/goals/goal4#targets_and_indicators.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior'. in. ed. by Jost, JT and Sidanius, J.
- Teng, S., Khong, K. W., & Goh, W. W. (2015). Persuasive Communication: A Study of Major Attitude-Behavior Theories in a Social Media Context. *Journal of Internet Commerce*, 14(1), 42-64. <https://doi.org/10.1080/15332861.2015.1006515>.
- Thomas, L. (2012). Building Student Engagement And Belonging In Higher Education at A Time Of Change. *Paul Hamlyn Foundation*, 100(1-99), 1-102.
- Ts. Inv. Mahmod Abd Hakim Mohamad. (2024). Keperluan Peningkatan Upskilling dan Reskilling dalam Kalangan Kakitangan Akademik IPT. *UTHM News Portal*. Dilayari pada 2025, Januari 18. <https://news.uthm.edu.my/ms/2024/10/keperluan-peningkatan-upskilling-dan-reskilling-dalam-kalangan-kakitangan-akademik-ipt/>.
- Wu, P. C., & Wang, Y. C. (2011). The Influences of Electronic Word-of-Mouth Message Appeal and Message Source Credibility on Brand Attitude. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(4), 448-472.
- Yang, I. (2015). Interplay of Cognition and Emotion in IS usage. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(3), 363-376.
- Zhang, H., Sun, J., Liu, F., & G. Knight, J. (2014). Be Rational or Be Emotional: Advertising Appeals, Service Types and Consumer Responses. *European Journal of Marketing*, 48(11/12), 2105-2126.
- Zheng, C., Liu, X., & Liu, S. (2024). How to Make Busy Individuals Donate More? The Matching Effect of Charitable Appeals and Busyness on Willingness to Donate. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79, 103803.