

Factors Influencing the Use of Face Masks in Terms of Aesthetic Value and Safety Aspect for Health Among Youth in Kajang During Endemic COVID-19

*Irwan Syah Md Yusoff, Azhari Md Hashim and Lee Hui Min*

Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna Terhadap Penggunaan Aplikasi Perkhidmatan Penghantaran Makanan Secara dalam Talian di Sungai Petani, Kedah

*Nur Fatin Afrah Mohamad Badrin dan Afida Mastura Muhammad Arif*

Pembungkusan Pakaian Mesra Alam: Apa Respon Pengguna?

*Nur Asma Hafizah Azahar dan Norzalina Zainudin*

Faktor Sosio-demografi, Perbelanjaan Makanan dan Perkaitannya dengan Tahap Keterjaminan Makanan dalam Kalangan Pegawai Penjara di Malaysia

*Mohamad Zulkefly Mohamad Yusop, Shamsul Azahari Zainal Badari dan*

*Nur Aqilah Amalina Jaafar*

The Relationship Between Key Determinants and Gen Z's Intention to Purchase Sustainable Products

*Lim En Tong, Zuroni Md Jusoh and Norzalina Zainudin*

Relationship Between Family Resources, Financial Stress, With Financial Management among Filipino Millennials

*Ma. Jesusa Corazon M. Lambert, Zuroni Md Jusoh and Norzalina Zainudin*

A Scoping Review of Digital Agritourism in Rural Development Futures

*Siti Yuliandi Ahmad, Arina Johari and Susan Hama*

# JURNAL PENGGUNA MALAYSIA (Malaysian Consumer and Family Economics Association)

## EDITORIAL BOARD

### Chief Editor

Dr. Zuroni Md Jusoh  
(zuroni@upm.edu.my)

Faculty of Human Ecology,  
Universiti Putra Malaysia

### Managing Editor

Assoc. Prof. Dr. Syuhaily Osman  
(syuly@upm.edu.my)

Faculty of Human Ecology,  
Universiti Putra Malaysia

### Associate Editors

Assoc. Prof. Dr. Afida Mastura Muhammad Arif  
(afidamastura@upm.edu.my)

Faculty of Human Ecology,  
Universiti Putra Malaysia

Prof. Dr. Rozita Naina Mohamed  
(rozita449@uitm.edu.my)

Faculty of Business & Management, Universiti Teknologi  
MARA

Asst. Prof. Dr. Siti Yuliandi Ahmad  
(sityulindi@ium.edu.my)

Kulliyah of Sustainable Tourism and Contemporary  
Languages, International Islamic University Malaysia

Dr. Nur Jasmine Lau Leby  
(jasminelau@upm.edu.my)

Faculty of Human Ecology,  
Universiti Putra Malaysia

Assoc. Prof. Dr. Normalisa Md Isa  
(normalisa@uum.edu.my)

School of Business Management,  
Universiti Utara Malaysia

Dr. Monizaihasra Mohamed  
(monizamohamed@umt.edu.my)

Faculty of Business, Economics and Social Development,  
Universiti Malaysia Terengganu

Dr. Irwan Syah Md Yusoff  
(irwansyah@upm.edu.my)

Faculty of Human Ecology,  
Universiti Putra Malaysia

### Editorial Advisory Board

Prof. Dr. Ahmad Hariza Hashim  
(ahariza@upm.edu.my)

Faculty of Human Ecology,  
Universiti Putra Malaysia

Prof. Dr. Faridah Haji Hassan  
(faridah387@uitm.edu.my)

Faculty of Business Management, Universiti Teknologi  
MARA

Prof. Dr. Norhasmah Sulaiman  
(norhasmah@upm.edu.my)

Faculty of Medicine and  
Health Sciences, Universiti Putra Malaysia

Assoc. Prof. Dr. Elistina Abu Bakar  
(elistina@upm.edu.my)

Faculty of Human Ecology,  
Universiti Putra Malaysia

### International Editorial Board

Assoc. Prof. Dr. Megawati Simanjuntak  
(jcs@apps.ipb.ac.id)

College of Human Ecology, Bogor Agricultural University

Assoc. Prof. Dr. Gancar Candra Premananto  
(gancar-c-p@feb.unair.ac.id)

Faculty of Economics and Business, Airlangga University

Asst. Prof. Paweena Jeharrong  
(paweena.j@yru.ac.th)

Faculty of Management Science Yala Rajabhat University

Asst. Prof. Dr. Ahmad Alshuaibi  
(ahmad@imt.ac.ae)

Institute of Management Technology Dubai, United Arab  
Emirates

Dr. Teerayuth Mooleng  
(teerayuth.m@yru.ac.th)

Faculty of Management Science Yala Rajabhat University

Dr. Sani Muhd Gawuna  
(sanimuhdgawuna@yahoo.com)

Faculty of Social and Management Science, Police  
Academy Nigeria

Dr. Khondker Suraiya Nasreen  
(suraiya.nasreen@iu.org)

IU International Hochschule Düsseldorf Campus,  
Germany

### Format Editor

Mr. Mat Noh Nor  
(matnoh@upm.edu.my)

Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah Arts and Cultural  
Centre, Universiti Putra Malaysia

JURNAL PENGGUNA MALAYSIA adalah keluaran Persatuan Ekonomi Pengguna dan Keluarga Malaysia. Ia bertujuan untuk menyebarkan, menambah dan berkongsi maklumat berkaitan hal ehwal, undang-undang, penyelidikan dan isu semasa pengguna. Jurnal ini juga menggalakkan penulisan dan perkongsian idea tentang masalah dan keperluan pengguna dalam bentuk rencana, ulasan dan penyelidikan. Sila rujuk panduan kepada penulis untuk penghantaran bahan artikel

Ketua Editor,  
Jurnal Pengguna Malaysia  
d/a Jabatan Pengurusan Sumber dan Pengajian Pengguna  
Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia  
43400 UPM Serdang, Selangor  
Emel: [macfea.upm@gmail.com](mailto:macfea.upm@gmail.com)

Hak cipta terpelihara © 2025  
Oleh Persatuan Ekonomi Pengguna dan Keluarga Malaysia

Factors Influencing the Use of Face Masks in Terms of Aesthetic Value and Safety Aspect for Health Among Youth in Kajang During Endemic COVID-19 <i>Irwan Syah Md Yusoff, Azhari Md Hashim and Lee Hui Min</i>	1
Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna terhadap Penggunaan Aplikasi Perkhidmatan Penghantaran Makanan Secara dalam Talian di Sungai Petani, Kedah <i>Nur Fatin Afrah Mohamad Badrin dan Afida Mastura Muhammad Arif</i>	12
Pembungkusan Pakaian Mesra Alam: Apa Respon Pengguna? <i>Nur Asma Hafizah Azahar dan Norzalina Zainudin</i>	23
Faktor Sosio-demografi, Perbelanjaan Makanan dan Perkaitannya dengan Tahap Keterjaminan Makanan dalam Kalangan Pegawai Penjara di Malaysia <i>Mohamad Zulkefly Mohamad Yusop, Shamsul Azahari Zainal Badari dan Nur Aqilah Amalina Jaafar</i>	47
The Relationship Between Key Determinants and Gen Z's Intention to Purchase Sustainable Products <i>Lim En Tong, Zuroni Md Jusoh and Norzalina Zainudin</i>	69
Relationship Between Family Resources, Financial Stress, With Financial Management among Filipino Millennials <i>Ma. Jesusa Corazon M. Lambert, Zuroni Md Jusoh and Norzalina Zainudin</i>	87
A Scoping Review of Digital Agritourism in Rural Development Futures <i>Siti Yuliandi Ahmad, Arina Johari and Susan Hama</i>	107

## PENYUMBANG ARTIKEL

---

Afida Mastura Muhammad Arif	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Arina Johari	International Islamic University Malaysia
Azhari Md Hashim	College of Creative Arts, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Kedah branch campus
Irwan Syah Md Yusoff	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Lee Hui Min	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Lim En Tong	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Ma. Jesusa Corazon M. Lambert	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Mohamad Zulkefly Mohamad Yusop	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Norzalina Zainudin	Sustainable Consumption Research Group, Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Nur Aqilah Amalina Jaafar	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Nur Asma Hafizah Azahar	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Nur Fatin Afrah Mohamad Badrin	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Shamsul Azahari Zainal Badari	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia
Siti Yuliandi Ahmad	International Islamic University Malaysia
Susan Hama	Yala Rajabhat University, Thailand
Zuroni Md Jusoh	Faculty of Human Ecology, Universiti Putra Malaysia

---

# FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNA TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI PERKHIDMATAN PENGHANTARAN MAKANAN SECARA DALAM TALIAN DI SUNGAI PETANI, KEDAH

Nur Fatin Afrah Mohamad Badrin<sup>1</sup>  
Afida Mastura Muhammad Arif<sup>\*1</sup>

\*Corresponding author: (email: afidamastura@upm.edu.my)

## Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi perkhidmatan penghantaran makanan secara dalam talian (*online food delivery*, OFD) di Sungai Petani, Kedah. Berdasarkan Model Penerimaan Teknologi (TAM), empat pemboleh ubah bebas iaitu sikap, persepsi kebergunaan, persepsi mudah digunakan dan keselamatan dianalisis bagi menentukan pengaruhnya terhadap niat penggunaan. Kajian ini menggunakan reka bentuk kuantitatif, dan data dikumpul melalui soal selidik bersemuka melibatkan 200 responden pengguna aplikasi GrabFood, foodpanda dan Pizza Hut Delivery yang dipilih melalui persampelan mudah. Data dianalisis menggunakan perisian SPSS meliputi statistik deskriptif, korelasi Pearson dan regresi linear berganda. Dapatan menunjukkan bahawa persepsi kebergunaan ( $\beta = .437$ ,  $p < .001$ ), sikap ( $\beta = .227$ ,  $p < .001$ ) dan persepsi mudah digunakan ( $\beta = .179$ ,  $p = .007$ ) merupakan peramal signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi perkhidmatan penghantaran makanan secara dalam talian, manakala keselamatan tidak signifikan ( $\beta = -.012$ ,  $p = .844$ ). Model regresi menjelaskan 52.3% varians niat penggunaan ( $R^2 = .523$ ,  $F(4,195) = 53.36$ ,  $p < .001$ ). Kajian ini menekankan kepentingan meningkatkan kemudahan penggunaan dan kebergunaan aplikasi perkhidmatan penghantaran makanan secara dalam talian bagi mengukuhkan niat pengguna untuk menerima serta terus menggunakan perkhidmatan tersebut.

**Kata kunci:** Aplikasi perkhidmatan penghantaran makanan secara dalam talian, Niat penggunaan, Model Penerimaan Teknologi (TAM), Pengguna

## Abstract

*This study aims to identify factors influencing consumers' intention to use online food delivery service apps (OFD) in Sungai Petani, Kedah. Based on the Technology Acceptance Model (TAM), four independent variables, attitude, perceived usefulness,*

---

<sup>1</sup>Jabatan Pengurusan Sumber dan Pengajian Pengguna, Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia

*perceived ease of use, and security were examined to determine their influence on behavioural intention. This study employed a quantitative research design, and data were collected through face-to-face questionnaires involving 200 respondents who use the GrabFood, foodpanda and Pizza Hut Delivery applications, selected through convenience sampling. Data were analysed using SPSS, including descriptive statistics, Pearson correlation, and multiple linear regression. The findings revealed that perceived usefulness ( $\beta = .437, p < .001$ ), attitude ( $\beta = .227, p < .001$ ), and perceived ease of use ( $\beta = .179, p = .007$ ) significantly predicted behavioural intention, while security was not significant ( $\beta = -.012, p = .844$ ). The model explained 52.3% of the variance in intention ( $R^2 = .523, F(4,195) = 53.36, p < .001$ ). The study highlights the importance of enhancing the usability and perceived usefulness of online food delivery applications to strengthen consumers' intention to adopt and continuously use such services.*

**Keywords:** *Online food delivery service app, Behavioural intention, Technology Acceptance Mode (TAM), Consumers*

## **Pengenalan**

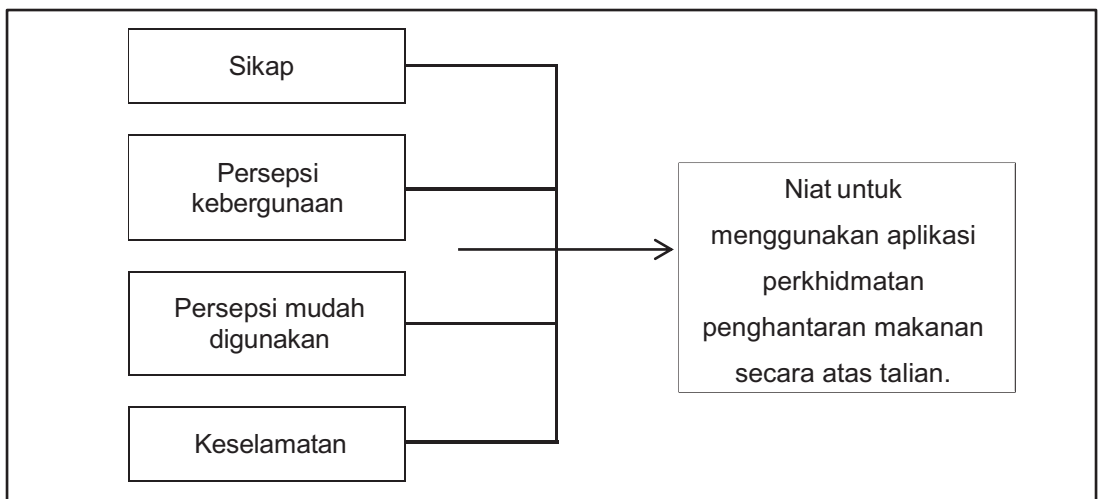
Kemunculan teknologi kewangan (*FinTech*) telah merevolusikan cara pengguna melakukan transaksi harian di Malaysia. Aplikasi perkhidmatan penghantaran makanan secara dalam talian (*online food delivery*, OFD) seperti GrabFood, foodpanda dan Pizza Hut semakin mendapat tempat dalam kalangan pengguna pasca pandemik COVID-19, seiring dengan inisiatif negara ke arah ekonomi digital. Platform ini menyediakan saluran yang mudah dan pantas untuk pengguna membuat pesanan makanan melalui peranti mudah alih seperti telefon pintar dan tablet tanpa perlu hadir ke premis fizikal (Husin & Roslan, 2021). Faktor kemudahan, kepelbagaian pilihan menu dan kecekapan penghantaran menjadikan OFD sebagai salah satu komponen utama dalam ekosistem ekonomi digital masa kini.

Pasaran OFD di Malaysia menunjukkan trend pertumbuhan yang stabil sejak lima tahun kebelakangan ini. Menurut laporan Statista Market Forecast (2024), nilai pasaran perkhidmatan penghantaran makanan dalam talian di Malaysia dianggarkan melebihi AS\$520 juta pada tahun 2024, dengan kadar pertumbuhan tahunan sebanyak 11.2% dan jangkakan jumlah pengguna mencecah 8.5 juta menjelang 2025. Laporan oleh Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC, 2023) turut menegaskan bahawa peningkatan literasi digital dan penggunaan e-dompet seperti GrabPay dan Touch 'n Go eWallet memperkukuhkan lagi pertumbuhan pasaran OFD.

Walaupun penggunaan aplikasi OFD di Malaysia menunjukkan pertumbuhan pesat, tahap penerimaan dan niat pengguna masih berbeza mengikut persepsi terhadap kebergunaan, kemudahan, dan sikap terhadap teknologi tersebut. Kajian terdahulu

menumpukan kepada impak kelestarian OFD, aspek kemudahan dan keselamatan, dan juga kualiti perkhidmatan (Li et al, 2020; Chai & Yat, 2019; San & Danaste, 2021), namun kajian yang menilai secara komprehensif faktor psikologi pengguna berdasarkan Model Penerimaan Teknologi (TAM) dalam konteks pasaran tempatan adalah masih terhad (Rahman et al., 2021). Di samping itu, peningkatan persaingan antara platform seperti GrabFood, foodpanda dan ShopeeFood menuntut pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor yang mendorong niat penggunaan berulang dan kesetiaan pengguna. Kekurangan penyelidikan empirikal terkini yang menilai hubungan antara sikap, persepsi kebergunaan, dan kemudahan penggunaan dengan niat pengguna terhadap aplikasi OFD di Malaysia menimbulkan keperluan untuk kajian ini dijalankan bagi mengisi jurang literatur dan menyumbang kepada strategi pembangunan perkhidmatan digital yang lebih berkesan.

Kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti faktor dominan yang mempengaruhi niat pengguna terhadap aplikasi OFD di Malaysia (Rajah 1). Dapatan kajian ini dijangka dapat menyumbang kepada literatur pengguna digital dan membantu penyedia perkhidmatan memahami elemen kritikal dalam meningkatkan penggunaan berterusan aplikasi OFD.



**Rajah 1: Rangka Kerja Niat untuk Menggunakan Aplikasi OFD**

## Sorotan Literatur

Kajian terhadap aplikasi OFD ini berlandaskan kepada Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model, TAM*) yang dikemukakan oleh Davis (1989), di mana ia menjelaskan bahawa penerimaan pengguna terhadap sesuatu teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, iaitu persepsi kebergunaan dan persepsi

mudah digunakan, yang kemudiannya membentuk sikap serta niat tingkah laku pengguna terhadap teknologi tersebut. Model TAM telah melalui beberapa evolusi iaitu TAM2 (Venkatesh & Davis, 2000) dan TAM3 (Venkatesh & Bala, 2008), dengan pertambahan faktor sosial, pengalaman pengguna, dan persepsi kawalan. Perkembangan ini memperkukuh kefahaman bahawa model penerimaan teknologi perlu bersifat fleksibel dan mampu menyesuaikan diri dengan konteks teknologi digital baharu seperti aplikasi OFD. Dalam konteks OFD, model ini digunakan untuk menjelaskan kualiti perkhidmatan elektronik dan motivasi kemudahan di mana jika perkhidmatan itu mudah dilayari dan digunakan untuk membuat pesanan, terdapat kebarangkalian untuk penggunaan perkhidmatan OFD semakin meningkat (Al-Maalouf et al, 2025).

Sikap merupakan elemen penting dalam menentukan penerimaan pengguna terhadap sesuatu sistem atau perkhidmatan digital. Ajzen (1991) mendefinisikan sikap sebagai tahap penilaian positif atau negatif seseorang terhadap sesuatu tingkah laku. Dalam konteks aplikasi OFD, sikap merujuk kepada penilaian afektif pengguna tentang sama ada menggunakan perkhidmatan tersebut merupakan idea yang baik atau tidak. Kajian lepas secara konsisten menunjukkan bahawa sikap yang positif terhadap teknologi adalah peramal yang kuat untuk menggunakannya. Sebagai contoh, Lee et al., (2017) mendapati bahawa sikap akan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Penemuan ini disokong oleh Al-Maalouf et al. (2025) yang menekankan bahawa pengguna yang berpuas hati dengan pengalaman teknologi dan perkhidmatan yang efisien akan membentuk persepsi positif serta memperkukuh niat penggunaan berulang (Al-Maalouf et al, 2025). Oleh itu, sikap yang positif terhadap penggunaan teknologi menjadi petunjuk awal kepada penerimaan aplikasi penghantaran makanan.

Persepsi kebergunaan pula merujuk kepada sejauh mana seseorang percaya bahawa penggunaan sesuatu sistem akan meningkatkan prestasi atau keberkesanan mereka (Davis, 1989). Dalam konteks OFD, pengguna yang merasakan aplikasi tersebut dapat menjimatkan masa, memudahkan pesanan, dan mempercepatkan penghantaran makanan lebih cenderung untuk menggunakannya (Hooi et al., 2021). Kajian oleh Jun et al. (2022) menunjukkan bahawa persepsi kebergunaan merupakan faktor paling dominan yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi OFD. Tambahan lagi, penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan analitik data dalam aplikasi ini meningkatkan pengalaman pengguna serta mewujudkan nilai tambah kepada kebergunaan perkhidmatan (OECD, 2024). Hal ini menunjukkan bahawa semakin tinggi persepsi kebergunaan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi OFD.

Persepsi mudah digunakan menggambarkan sejauh mana pengguna percaya bahawa penggunaan sesuatu sistem tidak memerlukan banyak usaha (Davis, 1989). Kajian Won et al. (2017) dan Roh dan Park (2019) membuktikan bahawa kemudahan

navigasi aplikasi, kelajuan capaian dan reka bentuk mesra pengguna menjadi penentu utama kepada niat penggunaan OFD. Pengguna lebih cenderung memilih platform penghantaran yang ringkas dan efisien, terutamanya bagi urusan harian yang cepat dan tidak rumit (Chen et al., 2020). Kajian Al-Maalouf et al. (2025), menunjukkan bahawa reka bentuk aplikasi yang memudahkan pengguna untuk masuk dan memilih pelbagai jenis makanan menjadi daya tarikan pada masa kini dan menggalakkan pengguna baharu mencuba aplikasi tersebut. Oleh itu, pembangunan aplikasi OFD perlu menumpukan perhatian kepada aspek kemudahan teknikal dan pengalaman pengguna bagi memastikan kepuasan dan penggunaan berterusan.

Sementara itu, aspek keselamatan terus menjadi kebimbangan utama dalam kalangan pengguna aplikasi OFD. Keselamatan dalam konteks ini merangkumi perlindungan data peribadi, keselamatan transaksi kewangan dan kebolehpercayaan proses penghantaran (Poon & Tung, 2022). Model TAM secara tradisional menumpukan kepada kepercayaan kognitif terhadap kebergunaan dan kemudahan, namun literatur terkini dalam e-dagang dan teknologi kewangan menunjukkan bahawa persepsi keselamatan merupakan prasyarat penting untuk membina kepercayaan pengguna sebelum menerima pakai sesuatu teknologi (Pavlou, 2003; Shao et al. 2019). Meskipun pelbagai ciri keselamatan seperti pengesahan dua faktor telah diperkenalkan, persepsi risiko berkaitan penipuan, kecurian identiti dan kebocoran maklumat masih wujud. Kajian global OECD (2024) turut melaporkan bahawa tahap kepercayaan pengguna terhadap keselamatan digital secara langsung mempengaruhi penggunaan teknologi dalam sektor makanan dan perkhidmatan, manakala Poon dan Tung (2022) menunjukkan bahawa keselamatan digital menjadi penentu utama kepercayaan dan niat penggunaan. Sebaliknya, Yeo et al. (2017) mendapati bahawa keselamatan tidak signifikan dalam sesetengah konteks kerana pengguna boleh mengurangkan risiko melalui pilihan pembayaran alternatif seperti bayar ketika barang diterima. Oleh itu, memasukkan pemboleh ubah keselamatan dalam model kajian adalah wajar kerana ia menjelaskan elemen risiko dan kepercayaan yang tidak dapat dijelaskan sepenuhnya oleh konstruk teras TAM.

## Metodologi

Kajian ini menggunakan reka bentuk penyelidikan kuantitatif berbentuk tinjauan bagi menilai faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna terhadap penggunaan aplikasi OFD di Sungai Petani, Kedah. Seramai 200 responden telah dipilih melalui persampelan mudah melalui kaedah *mall-intercept*. Pengumpulan data dijalankan secara bersemuka menggunakan borang soal selidik di empat lokasi utama iaitu Lotus Sungai Petani Selatan, TF Value Mart, C-Mart Amanjaya dan Mydin Taman Batik. Setiap responden diberikan penerangan ringkas mengenai tujuan kajian dan jaminan kerahsiaan sebelum mengisi soal selidik. Instrumen kajian terdiri daripada soal selidik berstruktur yang dibahagikan kepada lima bahagian utama merangkumi pemboleh ubah sikap, persepsi kebergunaan, persepsi mudah digunakan,

keselamatan, dan niat tingkah laku pengguna, dengan setiap item diukur menggunakan skala Likert lima mata. Item soal selidik telah diadaptasi daripada kajian terdahulu (Davis, 1989; Troise et al., 2020; Lee, 2009; Amran & Buang, 2022) dan menunjukkan tahap kebolehpercayaan yang memuaskan dengan nilai Cronbach's alpha melebihi 0.80 bagi semua konstruk. Data yang dikumpul dianalisis menggunakan perisian SPSS melibatkan analisis statistik deskriptif, korelasi Pearson, dan regresi linear berganda bagi menentukan hubungan serta faktor dominan yang mempengaruhi niat pengguna terhadap penggunaan aplikasi OFD.

## Dapatan Kajian

Seramai 200 responden telah terlibat dalam kajian ini bagi menilai faktor yang mempengaruhi niat pengguna terhadap penggunaan aplikasi OFD di Sungai Petani, Kedah. Majoriti responden ialah perempuan (55.5%), berumur 18–28 tahun (38.5%) dan berbangsa Melayu (82.5%). Dari segi sosioekonomi, kebanyakan responden mempunyai pendapatan bulanan antara RM1,001–RM2,000 (44.5%), manakala 39.5% berpendapatan di bawah RM1,000. Sebahagian besar responden bekerja (57.5%), diikuti pelajar sekolah (14.0%), dan mereka yang tidak bekerja (20.0%) dan mahasiswa (8.5%). Dari aspek penggunaan teknologi, jalur lebar mudah alih (63.5%) merupakan sumber internet utama yang digunakan responden berbanding dengan Wi-Fi (36.5%). Bagi jenis aplikasi, foodpanda (67.0%) merupakan platform penghantaran makanan paling popular, diikuti GrabFood (29.5%) dan Pizza Hut Delivery (3.5%). Secara keseluruhannya, profil responden menunjukkan kumpulan pengguna muda, berpendapatan sederhana, celik teknologi, dan bergantung kepada kemudahan digital dalam urusan harian, menjadikan mereka populasi yang sesuai untuk menilai faktor penerimaan dan penggunaan aplikasi OFD di kawasan bandar sederhana seperti Sungai Petani.

## Analisis Deskriptif Niat Menggunakan Aplikasi OFD

Analisis deskriptif menunjukkan bahawa tahap persepsi responden terhadap empat pemboleh ubah dalam kajian ini berada pada tahap tinggi hingga sederhana tinggi, dengan skor min keseluruhan antara 3.92 hingga 4.46 (Jadual 1). Ini menunjukkan bahawa secara umum, responden mempunyai pandangan yang positif terhadap pemboleh ubah yang dikaji berkaitan penggunaan aplikasi OFD. Pemboleh ubah sikap mencatatkan skor min tertinggi ( $M=4.46$ ,  $SP=0.589$ ), menandakan bahawa responden mempunyai sikap yang sangat positif terhadap penggunaan aplikasi OFD. Seterusnya, persepsi mudah digunakan turut berada pada tahap tinggi ( $M=4.37$ ,  $SP=0.689$ ), menggambarkan keyakinan responden bahawa aplikasi OFD mudah difahami dan digunakan. Bagi pemboleh ubah persepsi kebergunaan, skor min ( $M=4.25$ ,  $SP=0.597$ ) menunjukkan responden berpendapat bahawa penggunaan aplikasi OFD memudahkan urusan pembelian makanan. Sementara itu, pemboleh ubah keselamatan menunjukkan skor min paling rendah ( $M=3.92$ ,  $SP=0.665$ ),

menandakan tahap keyakinan terhadap keselamatan data dan transaksi masih sederhana dalam kalangan pengguna.

**Jadual 1: Skor Min Pemboleh ubah**

Pemboleh ubah	Skor Min	Sisihan Piawai
Sikap	4.46	0.589
Persepsi kebergunaan	4.25	0.597
Persepsi mudah digunakan	4.37	0.689
Keselamatan	3.92	0.665

**Analisis Inferensi**

Analisis Korelasi Pearson dijalankan bagi menilai hubungan antara empat pemboleh ubah bebas dengan pemboleh ubah bersandar. Dapatan menunjukkan semua pemboleh ubah bebas mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan niat penggunaan ( $p < 0.001$ ) Nilai korelasi bagi setiap pemboleh ubah adalah seperti berikut: persepsi kebergunaan ( $r=0.677$ ) menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan niat penggunaan, diikuti oleh sikap ( $r=0.596$ ) dan persepsi mudah digunakan ( $r=0.532$ ) yang masing-masing menunjukkan hubungan positif sederhana. Sementara itu, keselamatan ( $r=0.333$ ) mencatatkan hubungan positif yang lemah dengan niat penggunaan.

Analisis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahawa model yang dibina adalah signifikan ( $F=53.355$ ,  $p < 0.001$ ) dan mampu menerangkan sebanyak 52.3% ( $R^2 = 0.523$ ) varians dalam niat pengguna untuk menggunakan aplikasi perkhidmatan penghantaran makanan secara dalam talian. Hasil analisis menunjukkan bahawa persepsi kebergunaan ( $\beta = .437$ ,  $p < .001$ ) merupakan faktor paling kuat mempengaruhi niat pengguna terhadap penggunaan aplikasi OFD. Sikap ( $\beta = .227$ ,  $p < .001$ ) dan persepsi mudah digunakan ( $\beta = .179$ ,  $p = .007$ ) turut memberi kesan positif yang signifikan terhadap niat pengguna (Jadual 2). Namun, keselamatan ( $\beta = -.012$ ,  $p = .844$ ) terhadap aplikasi OFD didapati tidak signifikan dengan niat pengguna.

**Jadual 2: Analisis Regrasi Linear Berganda**

Pemboleh ubah	$\beta$	Ralat Piawai Pekali	Beta	t	Sig
(Constant)	1.820	0.215		8.465	< 0.001
Sikap	0.217	0.065	0.227	3.358	< 0.001
Persepsi Kebergunaan	0.408	0.064	0.437	6.414	< 0.001
Persepsi mudah digunakan	0.144	0.053	0.179	2.721	< 0.007
Keselamatan	-0.010	0.052	-0.012	-0.198	<0.844

## Perbincangan Hasil Kajian

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahawa pengguna di Sungai Petani secara umumnya mempunyai sikap yang positif dan persepsi yang baik terhadap penggunaan aplikasi OFD, di samping menilai aplikasi tersebut sebagai mudah digunakan dan memberi manfaat dalam urusan harian. Hal ini menunjukkan tahap penerimaan teknologi dalam kalangan pengguna berada pada aras yang tinggi, sejajar dengan peningkatan penggunaan platform digital dalam kehidupan seharian. Walaupun kebanyakan responden menilai aplikasi ini sebagai mudah digunakan dan berguna, unsur kebimbangan terhadap keselamatan data dan transaksi kewangan masih ada, menunjukkan bahawa aspek keyakinan digital masih memerlukan perhatian daripada penyedia perkhidmatan.

Dari sudut teori, hasil kajian menyokong Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang menekankan bahawa niat untuk menggunakan sesuatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kebergunaan dan kemudahan penggunaan, yang seterusnya membentuk sikap positif dalam penggunaan teknologi tersebut. Dalam konteks kajian ini, persepsi kebergunaan muncul sebagai penentu yang paling kuat terhadap niat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahawa pengguna lebih terdorong oleh faedah praktikal seperti penjimatan masa, kemudahan membuat pesanan dan kecekapan penghantaran berbanding faktor teknikal lain. Dapatan ini juga seiring dengan penemuan Vejcka dan Stofa (2017) serta Roh dan Park (2019) yang mendapati persepsi kebergunaan menjadi faktor paling kuat dalam mempengaruhi kecenderungan pengguna untuk menggunakan perkhidmatan penghantaran makanan dalam talian.

Selain itu, hasil kajian turut menunjukkan bahawa kemudahan penggunaan dan sikap positif masih berperanan penting dalam menggalakkan penggunaan. Dapatan ini turut selari dengan kajian Lee et al. (2017) yang menyatakan bahawa pelanggan lebih cenderung untuk terus menggunakan aplikasi OFD apabila mereka percaya bahawa aplikasi tersebut benar-benar berguna dalam meningkatkan kecekapan dan menjimatkan masa. Walau bagaimanapun, faktor keselamatan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi OFD. Dapatan ini menandakan kebimbangan terhadap keselamatan data dan transaksi bukan lagi faktor utama yang menentukan niat pengguna. Hal ini demikian mungkin disebabkan oleh kewujudan pelbagai kaedah pembayaran seperti e-dompet, kad debit dan juga bayaran tunai semasa penghantaran (COD) dapat mengurangkan persepsi risiko dalam kalangan pengguna. Secara keseluruhannya, hasil kajian ini menegaskan bahawa pengukuhan persepsi kebergunaan dan kemudahan aplikasi, disokong oleh sikap positif pengguna, berupaya meningkatkan niat penggunaan secara berterusan dalam kalangan pengguna muda dan celik teknologi di kawasan bandar seperti Sungai Petani, Kedah.

## Kesimpulan

Secara keseluruhannya, kajian ini membuktikan bahawa penerimaan pengguna terhadap aplikasi OFD di Sungai Petani adalah pada tahap tinggi dan dipengaruhi secara signifikan oleh faktor sikap, persepsi kebergunaan dan persepsi mudah digunakan. Selaras dengan Model Penerimaan Teknologi, dapatan menunjukkan bahawa pengguna lebih terdorong untuk menggunakan aplikasi apabila mereka menilai aplikasi tersebut sebagai berguna, mudah digunakan dan memberi manfaat praktikal dalam kehidupan seharian. Walaupun aspek keselamatan didapati tidak signifikan, hal ini menunjukkan bahawa pengguna kini semakin yakin terhadap sistem transaksi digital dan lebih menumpukan kepada kemudahan serta kecekapan perkhidmatan. Dari segi implikasi pengurusan, penyedia aplikasi perkhidmatan OFD seperti GrabFood, foodpanda dan Pizza Hut Delivery perlu terus menekankan penambahbaikan fungsi aplikasi yang memudahkan pengguna, memastikan pengalaman pengguna lancar dan memupuk kepercayaan dan ketelusan dalam keselamatan data serta transaksi bagi mengekalkan keyakinan pelanggan. Kajian ini turut memberikan asas penting kepada penggubal dasar dan penyelidik untuk memahami corak penerimaan pengguna terhadap teknologi perkhidmatan digital yang semakin berkembang di Malaysia.

## Rujukan

- Ahmed, S., & Sathish, A. S. (2017). Determinants of consumer behavioural intention in technology adoption: An extended TAM approach. *Journal of Management and Science*, 7(3), 12–24.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al Maalouf, N.J., Sayegh, E., Makhoul, W., & Sarkis, N. (2025). Consumers' attitudes and purchase intentions toward food ordering via online platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 82, 104151.
- Amran, N. A., & Buang, N. A (2022). Hubungan kualiti e-perkhidmatan syarikat penghantar makanan dengan kesetiaan pelanggan. *Jurnal Dunia Perniagaan*, 4(1), 1-15.
- Chen, H.S., Liang, C.H., Liao, S.Y., Kuo, H.Y., 2020. Consumer attitudes and purchase intentions toward food delivery platform services. *Sustainability* 12 (23), 10177. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i9.972>.

- Chai, L.T., & Yat, D.N.C., (2019). Online food delivery services: making food delivery the new normal. *Journal of Marketing advances and Practices*, 1 (1), 62–77.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hong, C., Choi, H., Choi, E. K. & Joung, H. W. (2021). Factors affecting customer intention to use online food delivery service before and during the Covid-19 pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 506-518.
- Husin, N., & Roslan S. N., (2021). Pembelian dalam talian menjadi norma baharu. *Proceeding of the 8<sup>th</sup> International Conference on Management and Muamalah (ICoMM)*.
- Jun, K., Yoon, B., Lee, S., & Lee. D. S. (2021). Factors influencing customer decisions to use online food delivery service during the COVID-19 pandemic. *Foods*, 11(1), 64.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived benefit, *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130-141.
- Lee, E. Y., Lee, S. B. & Jeon, V. J. J. (2017). Factors influencing the behavioral intention to use food delivery apps. *Social Behaviour and Personality: An International Journal*, 45(9), 1461-1474.
- Li, C., Miroso, M., Bremer, P., 2020. Review of online food delivery platforms and their impacts on sustainability. *Sustainability* 12 (14), 5528. <https://doi.org/10.3390/su12145528>.
- Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC). (2023). Digital economy insights: E-wallet adoption and online platform growth in Malaysia. <https://mdec.my>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2024). Digital security and consumer trust in the food services sector. <https://www.oecd.org>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>

- Poon, W. C., & Tung, S. E. H. (2022). Consumer risk perception of online food delivery during the Covid-19 Movement Control Order (MCO) in Malaysia. *Journal of Foodservice Business Research*, pp. 1-21.
- Rahman, I. B. H. A., Khairi, N. B. M., & Aziz, A. B. (2021). Pembelian makanan secara atas talian semasa pandemik Covid-19. *Journal of Islamic, Social, Economics, and Development (JISED)*, 6(42), 32-42.
- Roh, M., & Park, K. (2019). Adoption of o2o food delivery services in South Korea: The moderating role of moral obligation in meal preparation. *International Journal of Information Management*, 47, 262-273.
- San, S.S., & Dastane, O. (2021). Key factors affecting intention to order online food delivery (OFD). *Journal Industrial Distribution and Business*, 12(2), 19–27.
- Shao, Z., Zhang, L., Li, X., & Guo, Y. (2019). Antecedents of trust and continuance intention in mobile payment platforms: The moderating effect of gender. *Electronic Commerce Research and Applications*, 33, 100823. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.100823>
- Statista. (2024). Online food delivery—Malaysia: Market forecast 2024. <https://www.statista.com/outlook/dmo/eservices/online-food-delivery/malaysia>
- Troise, C., Driscoll, A. O., Tani, M., & Prisco, A. (2020). Online food delivery services and behavioural intention - a test of an integrated TAM and TPB framework. *British Food Journal*, 123(2), 664-683.
- Vejacka, M., & Štofa, T. (2017). Perceived usefulness and acceptance of ICT in hospitality services. *Economic and Management Perspectives Journal*, 17(1), 91–103.
- Won, S., Park, J., & Kim, E. (2017). The effects of perceived ease of use and trust on online food delivery service adoption. *Journal of Distribution Science*, 15(3), 25–34.
- Yeo, V. C. S., Goh, S. K., & Rezaei, S. (2017). Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 150–162. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.013>

JURNAL PENGGUNA MALAYSIA

