



<https://journal.unisza.edu.my/jimk>

[IMAGE INFLUENCE ON THE INTENTION OF WAQF TO HEI] IMEJ MEMPENGARUHI KECENDERONGAN BERWAKAF KEPADA IPT

NOOR HIDAYAH ZAINUDIN¹
 ZURAI DAH ZAINOL¹
 JULIANA OSMAN^{1*}

¹ Universiti Pendidikan Sultan Idris, Tanjong Malim, 35900, Perak, Malaysia.

*Corresponding author: noorhidayah4994@gmail.com

Received Date: 7 November 2019 • Accepted Date: 28 April 2020

Abstract

Higher education waqf fund is the best alternatives to the higher education institutions (HEIs) development and management. Funding through the waqf fund can reduce the dependency of HEIs on government allocation. This study aimed to examine the influence of image on the intention of waqf to HEIs. The sample consisted of 381 Muslim respondents aged 18 and over, in the district of Muallim where the HEIs were located in Perak, are selected using systematic random sampling. Data were analyzed using two statistical analysis methods, descriptive and inferential. Descriptive statistics consist of analysis of frequency, percent, mean and standard deviation using Statistical Packages for Social Science (SPSS) software. Inference statistics were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) using Analysis of Moment Structures (AMOS) software. The findings of direct relationship analysis showed that the image ($\beta = 0.397$, $p < 0.001$) had a significant influence on the intention of waqf to HEIs. Thus, enhancing the image of the HEIs can influence the increase in the intention of waqf to HEIs. The study found that an excellent image of HEIs can attract the public's attention to contribute waqf to the HEIs.

Keywords: image, higher education institutions, waqf

Abstrak

Tabung wakaf pengajian tinggi merupakan antara alternatif terbaik bagi penjana dana pembangunan dan pengurusan institusi pengajian tinggi (IPT). Penjana dana menerusi tabung wakaf dapat mengurangkan kebergantungan IPT terhadap peruntukan kerajaan. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh imej terhadap kecenderungan berwakaf kepada IPT. Sampel terdiri daripada 381 orang responden Muslim yang berumur 18 tahun dan ke atas, di daerah Muallim yang menempatkan IPT di Perak. Teknik persampelan rawak sistematik digunakan bagi proses pengumpulan data kajian. Data dianalisis menggunakan dua kaedah analisis statistik iaitu deskriptif dan inferens. Statistik deskriptif terdiri daripada analisis kekerapan, peratus, min dan sisihan piawai dengan menggunakan perisian Statistical Packages for Social Science (SPSS).

Statistik inferens pula dianalisis menggunakan statistik Structural Equation Modeling (SEM) menerusi perisian Analysis of Moment Structures (AMOS). Dapatan analisis hubungan langsung mendapati imej ($\beta=0.397$, $p<0.001$) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan berwakaf kepada IPT. Justeru, peningkatan imej IPT mampu mempengaruhi peningkatan kecenderungan berwakaf kepada IPT. Kajian ini mendapati bahawa imej IPT yang baik dan cemerlang mampu menarik perhatian dan minat masyarakat untuk menyumbang wakaf kepada IPT.

Kata kunci: imej, institusi pengajian tinggi, wakaf

Cite as: Noor Hidayah Zainudin, Zuraidah Zainol & Jualiana Osman. 2020. Imej Mempengaruhi Kecenderungan Berwakaf Kepada Ipt. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari* 21(2): 189-199.

PENGENALAN

Kecekapan pengurusan dana institusi pengajian tinggi sangat mempengaruhi pembangunan dan kecemerlangan sesebuah IPT (Shahar et al., 2015). Namun begitu, dalam mengejar arus kemodenan dan kelengkapan infrastruktur yang canggih bagi memenuhi keperluan dan tuntutan pengajian tinggi secara tidak langsung menuntut setiap IPT di Malaysia memperuntukkan belanjawan yang besar. Tidak dinafikan setiap perbelanjaan IPT telah disediakan dalam belanjawan negara pada setiap tahun, malah kerajaan juga telah memperuntukkan belanjawan terbesar bagi sektor pengajian tinggi awam (Kementerian Pengajian Tinggi, 2019) bagi memastikan sektor ini diurus dan dijalankan setanding dengan institusi pengajian tinggi antarabangsa. Peningkatan pembangunan dan kos ekonomi yang semakin meningkat, secara langsung mempengaruhi peningkatan kos pendidikan dan sara hidup masyarakat di negara ini (Mustafa & Muda, 2014; Ali & Wahid, 2014). Setiap IPT perlu memperuntukkan perbelanjaan yang besar bagi memenuhi kos pembangunan, operasi dan pengurusan IPT, penyelenggaraan dan kos-kos melibatkan kelengkapan infrastruktur pendidikan seperti makmal, perpustakaan, latihan akademik dan profesional kepada tenaga pengajar dan sebagainya. Di samping itu juga, pelajar-pelajar yang mempunyai latar belakang keluarga yang kurang berkemampuan akan terkesan dengan peningkatan yuran pengajian, kos penginapan yang tinggi dan perbelanjaan sara hidup yang semakin meningkat.

Peningkatan perbelanjaan operasi IPT juga melibatkan aktiviti penyelidikan, pembangunan dan inovasi (Ali & Wahid, 2014). Pada tahun 2006, kerajaan telah menubuhkan Universiti Penyelidikan yang terdiri daripada Universiti Malaya (UM), Universiti Sains Malaysia (USM), Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), Universiti Putra Malaysia (UPM) dan Universiti Teknologi Malaysia (UTM). Penubuhan universiti penyelidikan bertujuan menggerakkan aktiviti penyelidikan, pembangunan dan inovasi negara melalui penghasilan produk penyelidikan dan penghasilan penerbitan jurnal-jurnal berkualiti tinggi. Pihak kerajaan telah memperuntukkan sejumlah RM1.86 bilion untuk perbelanjaan penyelidikan, pembangunan dan inovasi pada Rancangan Malaysia Ke-8 dan jumlah ini terus meningkat kepada RM2.83 bilion dalam Rancangan Malaysia Ke-9. Perbelanjaan penyelidikan, pembangunan dan inovasi dijangka terus meningkat setiap tahun bagi setiap IPT (Mohd Ramli & Omar, 2016).

Pada tahun 2016, kerajaan telah menyuarakan pengurangan peruntukan kepada institusi pengajian tinggi awam (IPTA) khususnya dan institusi pengajian tinggi swasta (IPTS) amnya dan menyarankan alternatif bagi menjana pendapatan menerusi wakaf (Mahamood et al., 2018). Peranan dan keberkesanan pelaksanaan wakaf telah bermula sejak zaman Rasulullah S.A.W sehingga kini. Wakaf dapat membantu meringankan beban sumber dan melancarkan operasi bagi kebanyakan sektor. Pelaksanaan wakaf dalam sektor pendidikan telah lama dibincangkan oleh para sarjana Islam dan barat dan dijalankan oleh beberapa institusi pendidikan seperti pendidikan berasaskan pondok, pusat-pusat pengajian Islam dan madrasah. Institusi pengajian yang berteraskan wakaf merupakan institusi yang ditubuhkan atau dibina melalui sumbangan dana dan harta wakaf umat Islam (Mustafa & Muda, 2014). Sejarah memperihalkan bahawa pada era pemerintahan Rasulullah S.A.W, masjid-masjid telah dijadikan pusat pendidikan wakaf yang terawal dilaksanakan seperti Masjid Quba' dan Masjid Nabawi. Antara kejayaan wakaf dalam institusi pengajian tinggi yang dipraktikkan sehingga kini seperti Universiti al-Azhar di Mesir, Universiti Cordova di Andalus, Madrasah Nizamiyyah di Baghdad dan sebagainya (Mustafa & Muda, 2014).

Wakaf pendidikan di Malaysia bermula dengan penubuhan pondok-pondok pengajian yang beroperasi menggunakan manfaat daripada dana wakaf (Ahmad et al. 2016). Kini, terdapat beberapa IPTA dan IPTS telah mengaplikasi konsep wakaf dalam menampung pembiayaan pendidikan dan operasi mereka (Ismail et al. 2015). Kebanyakan IPT tersebut mendapat bantuan dana wakaf daripada sumbangan masyarakat setempat untuk membiayai pengurusan dan operasi seperti membiayai kos pembinaan bangunan asrama pelajar dan bantuan yuran kepada pelajar yang kurang berkemampuan. Sumbangan masyarakat kepada wakaf pendidikan sangat memberi inspirasi kepada setiap IPT dalam membantu institusi tersebut mengurangkan kebergantungan dengan dana kerajaan.

PEMASALAHAN KAJIAN

Kajian-kajian lepas memfokuskan wakaf pengajian tinggi kepada beberapa aspek penting seperti pengurusan wakaf IPT berdasarkan konsep perundangan di Malaysia (Mustafa & Muda, 2014; Rashid & Hussin, 2014), peranan dan kepentingan dana wakaf pengajian tinggi (Ali & Wahid, 2014) dan kecekapan pengurusan dan pelaksanaan wakaf pengajian tinggi (Ismail et al., 2015). Namun begitu, kajian kurang dijalankan bagi konteks melihat kecenderungan individu atau kumpulan yang akan menyumbang wakaf kepada institusi terutama sumbangan wakaf kepada IPT.

Pemahaman terhadap bagaimana untuk menarik minat pewakaf dan menyumbang dana wakaf perlu diberi perhatian khusus. Pelaksanaan wakaf untuk IPT mungkin tidak berupaya mencapai matlamat yang disasarkan dalam mentransformasikan pembangunan IPT. Justeru adalah perlu kepada satu kajian yang membincangkan strategi pemasaran IPT dijalankan bagi menarik masyarakat agar cenderung untuk berwakaf bagi tujuan dan manfaat pembangunan IPT.

Imej sesebuah IPT yang baik dapat menarik minat pewakaf memilih IPT tersebut untuk menginfakkan harta mereka bagi tujuan manfaat kepada pembangunan IPT. Dalam menghadapi peningkatan persaingan dalam negara dan antarabangsa, kebanyakan IPT di seluruh dunia telah mula giat mempertingkatkan identiti institusi mereka dengan penambahbaikan imej yang baik

agar mempunyai perbezaan yang jelas daripada institusi lain. Seterusnya peningkatan ini akan dapat menarik lebih ramai kemasukan pelajar dan penglibatan pemegang taruh (Ivy, 2001; Brown & Mazzarol, 2009).

OBJEKTIF DAN HIPOTESIS KAJIAN

Kajian ini adalah untuk mencapai objektif iaitu menentukan pengaruh imej secara signifikan terhadap kecenderungan berwakaf kepada IPT. Manakala hipotesis kajian ini adalah H₀: Terdapat hubungan yang signifikan antara imej dengan kecenderungan berwakaf kepada IPT.

KERANGKA TEORI DAN KONSEPTUAL

Rasionalnya, seseorang menyumbang wakaf berdasarkan kepada matlamat rohaniah yang ingin dicapai iaitu keberkatan dan memperoleh ganjaran pahala berterusan. Kerangka teori kajian ini dibangunkan berasas kepada teori matlamat akhir (means-ends theory) (Reynolds & Olson, 2001; Gutman, 1982) dan dibimbing oleh dapatan kajian lepas (Hermann & Huber, 2000; Costa et al., 2004). Berdasarkan teori matlamat akhir, kecenderungan seseorang memilih sesuatu produk atau perkhidmatan adalah dipengaruhi oleh atribut produk atau perkhidmatan tersebut (matlamat) yang seterusnya melahirkan kesan dan memenuhi nilai seseorang itu (nilai akhir) (Costa et al., 2004).

IMEJ INSTITUSI PENGAJIAN TINGGI

Imej dalam strategi pasaran dapat mempengaruhi pelanggan untuk melanggan dan setia terhadap produk yang dipasarkan (Pike, 2017). Imej merupakan gambaran, cerminan atau bayangan terhadap sesuatu fizikal benda. Keperibadian atau watak sesuatu menggambarkan imej sebagaimana yang terpapar pada pandangan atau tanggapan orang atau pihak lain (Dewan Bahasa dan Pustaka, 2017). Imej institusi atau organisasi yang cemerlang dapat mempengaruhi kecenderungan pelanggan terhadap produk dan perkhidmatan yang ditawarkan (Brown & Mazzarol, 2009). Maka dengan itu menjadi tuntutan kepada setiap institusi dan organisasi untuk mencipta imej tersendiri bagi institusi mereka dan mengekalkan tanggapan imej yang baik dalam minda pelanggan dan masyarakat. Imej sesebuah institusi pengajian tinggi sangat mempengaruhi pemilihan pelajar dan pemegang taruh (Nasuha, 2013). Oleh itu, institusi pengajian tinggi perlu berusaha mewujudkan satu imej institusi yang mempunyai keunikan berbeza daripada institusi lain dengan satu nilai tambah yang dapat menarik hati dan kesetiaan pelanggan (Mourad et al., 2011).

Justeru, imej IPT dalam kajian ini adalah merujuk kepada IPT yang memiliki reputasi yang tinggi, dikenali dalam dan luar negara, mempamerkan imej yang baik berbanding pesaing dan sentiasa membangunkan budaya inovasi dalam kalangan kakitangannya. Begitu juga, kajian ini membincangkan imej IPT seperti IPT yang menawarkan kursus yang relevan dengan pekerjaan atau masa hadapan pelajar dan masyarakat, menyediakan kemudahan pembelajaran yang komprehensif dan menetapkan syarat kemasukan yang mudah.

Begitu juga dengan pengaruh imej terhadap kecenderungan seseorang atau kumpulan masyarakat dalam memberi sumbangan untuk tujuan kebajikan dan manfaat institusi. Institusi

yang mempunyai imej cemerlang lebih cenderung dipilih oleh masyarakat untuk menyumbang dana atau harta mereka kepada institusi tersebut (Jani & Han, 2014). Dalam konteks wakaf, masyarakat atau pemegang taruh cenderung berwakaf kepada institusi dan badan kebajikan tertentu kesan daripada imej yang baik yang dipamerkan oleh institusi tersebut (Wahid et al., 2016; Ramli & Jalil, 2014).

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini merupakan kajian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi kajian yang dipilih adalah di negeri Perak. Populasi kajian ini melibatkan komuniti Muslim di sekitar IPT bagi satu daerah terpilih di Perak iaitu daerah Muallim yang menempatkan sebuah IPT iaitu Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI). Maka populasi kajian ini berjumlah 57,028 orang (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2016). Sampel kajian ini merupakan individu Muslim yang berumur 18 tahun ke atas. Pemilihan sampel berdasarkan kepada faktor kematangan umur seseorang dalam bermuamalah dan kelayakan untuk dipertanggungjawabkan memegang amanah. Ini adalah kerana individu yang berumur 18 tahun dan ke atas dikategorikan sebagai mempunyai kepintaran dalam membuat keputusan termasuk dalam menyumbang wakaf (Mahamood, 2013). Proses persampelan kajian ini dibuat menggunakan teknik persampelan rawak sistematik. Pemilihan kaedah persampelan ini dapat memudahkan penyelidik memilih sampel kajian daripada populasi yang besar (Chua, 2006). Manakala saiz sampel kajian dirujuk kepada Jadual Cohen et al. (2001), saiz sampel yang sesuai bagi saiz populasi dalam julat 50 000 hingga 100 000 dengan ralat persampelan 5% dan aras signifikan = 0.05 adalah 381 (Cohen et al., 2001). Kajian ini menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen pengumpulan data. Item-item pengukuran diadaptasi daripada kajian-kajian lepas dengan melihat kepada ketepatan dan kesesuaian item tersebut untuk kajian ini serta mempunyai kebolehpercayaan dan kesahan yang baik (Chua, 2006) (lihat Jadual 1).

Item	Sumber Adaptasi
1. IPT memiliki reputasi tinggi.	
2. IPT dikenali di dalam negara.	
3. IPT dikenali di peringkat antarabangsa.	
4. IPT membangunkan budaya berorientasikan pelanggan.	
5. IPT menggalakkan budaya inovasi dalam kalangan kakitangannya.	
6. IPT mempunyai imej yang baik berbanding pesaing.	
7. IPT menawarkan kursus yang relevan dengan pekerjaan/masa hadapan.	
8. IPT menyediakan kemudahan pembelajaran yang komprehensif.	
9. IPT menawarkan program/kursus yang diiktiraf.	
10. IPT menetapkan syarat kemasukan yang mudah.	

Analisis data bagi kajian ini melibatkan statistik deskriptif dan inferens. Statistik deskriptif digunakan bagi menerangkan ciri-ciri dan latar belakang demografik sampel terdiri daripada analisis kekerapan, peratus, min dan sisihan piawai dengan menggunakan perisian Statistical Packages for Social Science (SPSS). Statistik inferens digunakan untuk menguji hipotesis yang dicadangkan. Teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM). SEM ialah satu teknik multivariat yang membolehkan analisis serentak dijalankan yang dapat menghubungkan antara beberapa pemboleh ubah tidak bersandar dan pemboleh ubah bersandar (Zainol, 2018; Lomax & Schumacker, 2004).

DAPATAN KAJIAN

Analisis deskriptif

Analisis demografik responden menunjukkan sampel kajian didominasi oleh responden perempuan (60.6%) dan berbangsa Melayu (97.6%). Kebanyakan responden adalah dalam lingkungan umur 30 hingga 49 tahun (50.4%) dan diikuti oleh responden yang berumur dalam lingkungan 20 hingga 29 tahun (32.5%). Bagi tahap pendidikan tertinggi 35.4 peratus responden mempunyai Ijazah Sarjana Muda. Berdasarkan aspek pekerjaan, 39.9 peratus responden bekerja di sektor swasta dan diikuti dengan 28.3 peratus responden yang bekerja dalam sektor awam. Kebanyakan responden kajian ini berpendapatan antara RM1001 hingga RM3000 (34.1%).

Analisis andaian SEM

Terdapat tiga andaian asas analisis SEM iaitu ujian normaliti, outliers dan multicollinearity (Zainol, 2018; Hair et al., 2010). Pada peringkat univariat normaliti, nilai normal bagi skewness dan kurtosis seharusnya berada dalam julat +2 hingga -2 (Zainol, 2018; Field, 2011). Keputusan ujian univariat normaliti menunjukkan nilai skewness bagi item wakaf1 mempunyai nilai melebihi -2 dengan nilai signifikan <0.001. Manakala nilai kurtosis bagi item wakaf1, wakaf2 dan wakaf3 mempunyai nilai melebihi 2. Dapatan ini menunjukkan bahawa data bagi item-item tersebut bertaburan secara tidak normal. Sehubungan dengan itu, analisis multivariat normaliti dilaksanakan menggunakan koefisien Mardia. Keputusan menunjukkan nilai kurtosis multivariat adalah 145.606 dengan nilai nisbah kritikal sebanyak 62.925, maka taburan data multivariat adalah tidak normal.

Bagi mendapatkan data bertaburan secara normal, pemeriksaan data outliers dijalankan. Dua kaedah dilakukan menerusi univariat outliers (ujian skor z) dan multivariat outliers (nilai jarak Mahalanobis). Nilai bagi ujian skor z iaitu melebihi julat + 4 perlu dihapuskan daripada data. Hasil analisis skor z bagi item univariat outliers mendapati 9 cerapan mempunyai nilai melebihi julat + 4. Maka univariat outliers dihapuskan dan data seterusnya dijalankan sebanyak 372 cerapan. Seterusnya, dapatan nilai jarak Mahalanobis bagi mengesan multivariat outliers menunjukkan terdapat 14 outliers signifikan pada nilai $p < 0.001$ yang perlu dihapuskan. Maka hanya 358 data yang akan diuji bagi ujian normaliti seterusnya. Selepas menghapuskan outliers, dapatan nilai kurtosis menurun dari 145.606 kepada 70.661, iaitu sebanyak 29.601 peratus. Nilai skewness dan kurtosis juga menurun dan telah mematuhi normaliti univariat. Dengan ini

data univariat adalah bertaburan secara normal. Walau bagaimanapun, nilai nisbah kritikal bagi kurtosis untuk multivariat masih tidak mencapai nilai yang dikehendaki iaitu 1.96. Namun menurut Gao et al. (2008), kurtosis multivariat dianggap diterima bagi lingkungan tahap nonnormaliti kerana saiz sampel yang besar. Dengan ini data dianggap bertaburan secara normal.

Seterusnya, andaian SEM mengambilkira pengujian terhadap masalah multicollinearity dengan melakukan ujian korelasi antara konstruk (inter-construct correlation) dan faktor bebanan (factor loadings). Masalah multicollinearity wujud apabila nilai korelasi antara konstruk dan faktor bebanan yang diperolehi melebihi 0.9 (Bacon & Bacon, 2001). Keputusan korelasi antara imej dan wakaf adalah pada nilai 0.376 iaitu di bawah nilai 0.9. Manakala faktor bebanan bagi item wakaf 4 (0.939) mempunyai nilai faktor bebanan melebihi 0.9. Maka dengan ini, item tersebut dihapuskan daripada model pengukuran yang dicadangkan bagi mengelakkan masalah multicollinearity yang boleh mencacatkan analisis selanjutnya. Seterusnya, dengan penghapusan item tersebut, analisis seterusnya boleh dijalankan iaitu ujian kesahan model pengukuran atau confirmatory factor analysis (CFA).

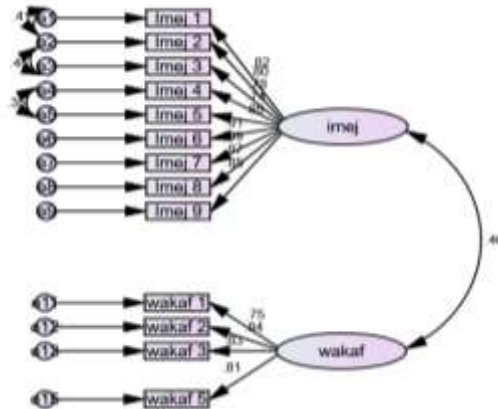
Kesahan model pengukuran

Penilaian model fit bagi model pengukuran melibatkan beberapa indikator yang menjadi tanda aras agar model tersebut mencapai fit yang dikehendaki. Suatu model dianggap fit apabila memenuhi nilai signifikan khi kuasa dua (χ^2) dan normed khi kuasa dua antara kadar 1 hingga 5, nilai comparative fit index (CFI) dan Tucker-Lewis index (TLI) melebihi 0.9, manakala nilai root mean square error of approximation (RMSEA) dan standardized root mean square residual (SRMR) tidak melebihi 0.08 (Hair, et al. 2010; Zainol, 2018; Lomax & Schumaker, 2004).

Kesahan model pengukuran kajian ini menggunakan analisis pengesahan faktor (CFA). Peringkat pertama ujian ini memerlukan penilaian kepada model fit berdasarkan nilai statistik goodness-of-fit (GOF) yang telah ditetapkan (Hair et al. 2010). Dapatan ujian model fit peringkat pertama mendapati nilai GOF adalah signifikan iaitu $\chi^2 = 382.282$ ($df = 76$, $p = 0.000$) pada $\alpha = 0.05$, nilai normed khi kuasa dua (χ^2/df) bersamaan 5.030, SRMR adalah 0.052, RMSEA adalah 0.106, CFI adalah 0.925 dan TLI adalah 0.910. Dengan itu terdapat dua kriteria fit yang tidak dipenuhi iaitu nilai normed khi kuasa dua (χ^2/df) bersamaan 5.030 dan nilai RMSEA adalah 0.106 iaitu melebihi nilai fit yang ditetapkan.

Bagi memenuhi model fit keseluruhan, pengubahsuaian model dan penelitian ke atas standardized residual covariance matrix dijalankan. Keputusan mendapati item imej 10 dengan faktor bebanan 0.439 digugurkan daripada model kerana kurang daripada pengukuran nilai yang diterima (threshold) bagi faktor bebanan (0.5). Manakala penelitian standardized residual covariance matrix mendapati tiada nilai yang melebihi julat + 4. Seterusnya ujian indeks pengubahsuaian (MI) mendapati terdapat tiga nilai modification indices (MI) yang lebih tinggi berbanding nilai yang lain, yang bertindih atau mempunyai pengertian yang lebih kurang sama. Maka dilakukan korelasi bagi error term e2 dan e3, e1 dan e2, dan e4 dan e5. Dapatan akhir indeks goodness-of-fit memenuhi nilai yang diterima dan signifikan bagi χ^2 (165.902), ($df = 61$, $p = 0.000$) pada $\alpha = 0.05$, nilai χ^2/df (2.720), RMSEA (0.069), SRMR (0.041), CFI (0.974) dan TLI (0.967). Maka dengan ini, hasil ujian model pengukuran telah memenuhi kriteria model fit.

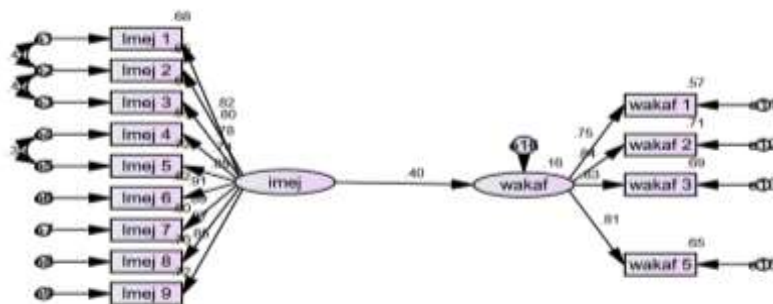
Setelah memenuhi kriteria model fit, penilaian kesahan (nilai AVE = >0.5) dan kebolehpercayaan (nilai CR = >0.70) dilakukan. Hasil ujian mendapati nilai AVE dan CR dipenuhi. Ujian kesahan konvergen menunjukkan nilai AVE bagi setiap konstruk lebih besar daripada 0.5, nilai CR melebihi 0.7, dan faktor bebanan piawai bagi semua item melebihi 0.5. Seterusnya, kesahan diskriminan terhadap konstruk menunjukkan nilai bagi square root AVE bagi setiap konstruk yang memuaskan. Oleh itu, penilaian kesahan dan kebolehpercayaan dibuktikan dan mencapai kriteria yang memuaskan (Rajah 1)



Rajah 1: Model pengukuran yang telah diubahsuai

Pengujian hipotesis

Berdasarkan kepada hipotesis yang dicadangkan, maka pengujian hipotesis dijalankan melalui analisis hubungan langsung. Ujian model fit model struktural yang diperolehi menunjukkan nilai $\chi^2=165.902$ (df=61, p=0.000) adalah signifikan, $\chi^2/df=2.720$ adalah antara 1 dan 5, CFI=0.974 dan TLI=0.967 adalah melepasi 0.9. Seterusnya, RMSEA=0.069 dan SRMR=0.041 lebih rendah daripada 0.08. Maka ujian ke atas hipotesis yang dicadangkan dapat dijalankan (Rajah 2).



Rajah 2. Model struktural

Dapatan analisis menunjukkan nilai R² memperoleh 15.7 peratus total varians bagi kecenderungan berwakaf kepada IPT yang dihuraikan melalui konstruk imej. Seterusnya keputusan analisis hubungan langsung mendapati peramal imej merupakan peramal yang

signifikan mempengaruhi kecenderungan berwakaf kepada IPT ($\beta=0.397$, $p<0.001$). Maka dengan itu, H_0 adalah disokong, hasil dapatan menunjukkan sebarang peningkatan atau penurunan pada imej IPT akan mempengaruhi peningkatan dan penurunan kecenderungan berwakaf kepada IPT (Lihat Jadual 2). Hasil keputusan analisis menunjukkan bahawa imej mempengaruhi kecenderungan berwakaf kepada IPT secara signifikan. Dengan ini dapatan analisis telah mencapai objektif kajian dan menepati hipotesis yang dicadangkan.

Jadual 2: Rumusan Keputusan Ujian H

Laluan Hipotesis	Anggaran piawai	P	nilai-t	Keputusan
R^2 (wakaf) = 0.157 H1: imej → wakaf	0.397***	***	6.802	disokong

KESIMPULAN

Imej pengajian tinggi merupakan satu atribut penting dalam membantu IPT untuk mempromosikan institusi mereka kepada masyarakat umum dalam melestarikan pembangunan dana menerusi wakaf. Wakaf pengajian tinggi merupakan satu usaha oleh pihak kerajaan untuk mengurangkan bebanan yang besar dalam memenuhi peruntukan bagi kos operasi dan pengurusan oleh IPT (Ali & Wahid 2014). Di samping itu, keperluan ini melatih setiap IPT untuk menjana pendapatan dengan pelbagai inisiatif seperti wakaf. Dapatan analisis yang dijalankan menunjukkan bahawa imej adalah signifikan mempengaruhi kecenderungan berwakaf kepada IPT. Oleh itu, setiap peningkatan dan penurunan imej IPT akan mempengaruhi peningkatan dan penurunan kecenderungan berwakaf kepada IPT. Dapatan ini memberi gambaran dan persepsi bahawa imej yang baik dan cemerlang daripada sesebuah IPT sangat penting dalam mempengaruhi kecemerlangan pelaksanaan wakaf pengajian tinggi. Justeru, setiap IPT perlu peka terhadap sensitiviti imej yang dipamerkan kepada masyarakat umum meliputi ruang lingkup dalam negara dan antarabangsa.

RUJUKAN

- Ali, S. Z., & Wahid, H. (2014). Peranan dan kepentingan dana wakaf institusi pendidikan tinggi di Malaysia. *Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia*, 216-225.
- Bacon, L. D., & Bacon, L. D. (2001). *Using Amos for structural equation modeling in market research*. Lynd Bacon & Associates Limited and SPSS Incorporated.
- Brown, R. M., & Mazzarol, T. W. (2009). The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education. *Higher Education*, 58(1), 81-95.
- Chua, Y. P. (2006). *Kaedah dan Statistik Penyelidikan*. Malaysia: Mc. Graw Hill Sdn Bhd.
- Costa, A. D. A., Dekker, M., & Jongen, W. M. F. (2004). An overview of means-end theory: potential application in consumer-oriented food product design. *Trends in Food Science & Technology*, 15(7), 403-415.
- Dewan Bahasa dan Pustaka. (2017). *Edisi Keempat*. Dewan Bahasa dan Pustaka.

- Field, A. (2011). *Discovering statistics using SPSS*—SAGE Publications Ltd. Third Edition.
- Gao, S., Mokhtarian, P., & Johnston, R. (2008). Nonmorality of data in structural equation models. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, (2082), 116-124.
- Gutman, J. (1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, 46(2), 60-72.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Herrmann, A., & Huber, F. (2000). Value-oriented brand positioning. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 10(1), 95-112.
- Ismail, M. H., dan Muamalah, F. P., bin Muhammad Som, H., Islam, A., Deni, M. I. M., & binti Sulaiman, M. (2015). Model operasi wakaf pendidikan di Malaysia. In *International Conference on Cash Waqf 2015 (ICCW2015)* (p. 217).
- Ivy, J. (2001). Higher education institution image: a correspondence analysis approach. *International Journal of Educational Management*, 15(6), 276-282.
- Jani, D., & Han, H. (2014). Personality, satisfaction, image, ambience, and loyalty: Testing their relationships in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 11-20.
- Kementerian Pengajian Tinggi (2019). *Bajet 2019: Kementerian Pendidikan Terima Peruntukan Terbesar*. <https://www.moe.gov.my/>. Dilayari pada 15 Julai 2019.
- Lomax, R. G., & Schumacker, R. E. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Psychology press.
- Mahamood, S. M. (2013). Wanita dan Undang-Undang (Perspektif Undang-Undang Harta dan Muamalat di Malaysia). *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 5(1), 63-80.
- Mahamood, S. M., Ab Rahman, A., & Seman, A. C. (2018). Pembentukan Institusi Pengajian Tinggi Berteraskan Wakaf di Malaysia: Cadangan Model Pelaksanaannya. *Jurnal Syariah*, 26(1), 1-22.
- Mohd Ramli, A. & Omar, M. (2016). Cabaran pembiayaan sektor pengajian tinggi awam di Malaysia; potensi instrumen wakaf tunai. dlm. Mohd Solahuddin Shahrudin. (pnyt). *Sinergisme wakaf pendidikan tinggi di Malaysia*, hlm. 57-74. Shah Alam. UiTM.
- Mourad, M., Ennew, C., & Kortam, W. (2011). Brand equity in higher education. *Marketing Intelligence & Planning*, 29(4), 403-420.
- Mustaffa, N., & Muda, M. Z. (2014). Pengurusan wakaf pendidikan di institusi pengajian tinggi Malaysia: Satu sorotan literatur. *International Journal of Islamic and Civilizational Studies (IJMS)*, 21(2), 63-81.
- Nasuha, B. H., dalam nasuha@bh.com.my. (2014). SEGi perkenal imej korporat baru. *Berita Harian*.
- Pike, S. (2017). Destination positioning and temporality: Tracking relative strengths and weaknesses over time. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 126-133.
- Ramli, A. M., & Jalil, A. (2014). Model Perbankan Wakaf Korporat: Analisis Wakaf Selangor Muamalat. *Jurnal Pengurusan*, 42, 159-167.
- Rashid, R. A., & Hussin, R. (2014). Meneroka Dimensi Wakaf Institusi Pendidikan Tinggi di Malaysia. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*. Putrajaya: JAWHAR.
- Reynolds, T. J., & Olson, J. C. (Eds.). (2001). *Understanding consumer decision making: The*

- means-end approach to marketing and advertising strategy. Psychology Press.
- Shahar, S., Ismail, R., Noor, Z. M., & Yussof, I. (2015). Kecekapan Teknik Institusi Pendidikan Tinggi Swasta di Malaysia. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 49(1), 103-119.
- Wahid, H., Bakar, A. H. A., & Ahmad, S. (2017). Hubungan antara Imej Korporat Usahawan Muslim dan Pembayaran Zakat Perniagaan Di Daerah Sepang, Selangor. *Jurnal Syariah*, 24(1).
- Zainol, Z. (2018). Structural Equation Modeling Using AMOS: A Step by Step Approach.