

Abstract of thesis presented to the Senate of Universiti Malaysia Terengganu in fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy

**ASSOCIATIONS OF NIGHT MARKET CONSUMER FOOD SAFETY
KNOWLEDGE, ATTITUDES AND PERCEPTIONS TOWARDS FOOD
HANDLERS' HYGIENE PRACTICES WITH BUSINESS FAMILIARITY
AND PURCHASE INTENTION**

AMALINA SHAHIRAH BINTI MD NOOR

2026

Main Supervisor : Siti Nur' Afifah Jaafar, Ph.D

Co-Supervisor : Abdul Rais Abdul Rahman, Ph.D

School/Institute : Faculty of Food Science and Agrotechnology

Night markets are evening setups made up of various stalls that sell food and other daily essentials. According to the Oxford University Press Dictionary, they are similar to street food vendors but operate only at night, providing a lively and convenient dining experience for many people. However, because they are informal, night markets often face unique challenges especially related to food safety, hygiene, and how consumers perceive them. As cities grow and globalization continues, street food has become an important part of everyday life in many countries, including Malaysia. This study focuses on how consumers' food safety knowledge, food safety attitudes, and their perceptions of food handlers' hygiene practices associated with business familiarity and their intention to make purchases. These three factors are the independent variables, while business familiarity and consumers' purchase intention are the dependent variables. The overall goal of this study is to understand consumers' views on food safety, their attitudes, their opinions on how hygienic food handlers are, how familiar they are with night market vendors, and how all these factors affect their buying decisions. The study also had three specific objectives: RO1, to see how different demographic backgrounds relate to the study variables; RO2, to explore the

link between the independent variables and business familiarity; and RO3, to examine the association between the independent variables and business familiarity towards purchase intention. A total of 163-night market customers from Kuala Terengganu and Kuala Nerus took part in this study through a questionnaire. The results showed that most consumers had good knowledge about food safety, with 97.5% correctly identifying proper food storage and handling practices. Female respondents had higher knowledge levels than males, and race was found to affect food safety attitudes and business familiarity. Consumers with more positive food safety attitudes and better perceptions of hygiene were more familiar with vendors. People preferred to buy from vendors who followed strict hygiene practices, such as wearing gloves and keeping their stalls clean. However, familiarity associated with purchasing behavior, many consumers continued to buy from vendors they already knew even if those vendors were not always completely hygienic. This shows that both cleanliness and personal trust in vendors play important roles in consumer choices. For future studies, it is recommended to include different locations, including both urban and rural areas, as well as a wider range of cultural and socioeconomic backgrounds, to get a better understanding of how different types of consumers view food safety and make their food-buying decisions.

Abstrak tesis yang dikemukakan kepada Senat Universiti Malaysia Terengganu
sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Doktor Falsafah

**HUBUNGAN DI ANTARA PENGETAHUAN KESELAMATAN MAKANAN,
SIKAP DAN PERSEPSI PENGGUNA PASAR MALAM TERHADAP
AMALAN KEBERSIHAN PENGENDALI MAKANAN DENGAN
KEBIASAAN PERNIAGAAN DAN NIAT PEMBELIAN**

AMALINA SHAHIRAH BINTI MD NOOR

2026

Penyelia : **DR. Siti Nur' Afifah Jaafar, Ph.D**

Penyelia Bersama : **DR. Abdul Rais Abdul Rahman, Ph.D**

Pusat Pengajian/Institut : **Fakulti Sains Makanan dan Agroteknologi**

Pasar malam merupakan himpunan gerai yang beroperasi pada waktu malam dan menjual pelbagai jenis makanan serta barangan harian. Menurut Kamus Oxford University Press, pasar malam adalah serupa dengan penjaja makanan jalanan tetapi hanya dibuka pada waktu malam, memberikan suasana makan yang meriah dan mudah kepada orang ramai. Namun begitu, disebabkan sifatnya yang tidak formal, pasar malam sering menghadapi cabaran berkaitan keselamatan makanan, kebersihan, dan persepsi pengguna. Seiring dengan perkembangan bandar dan pengaruh globalisasi, budaya makanan jalanan telah menjadi sebahagian penting dalam kehidupan seharian di banyak negara, termasuk Malaysia. Kajian ini memberi tumpuan kepada bagaimana pengetahuan keselamatan makanan pengguna, sikap mereka terhadap keselamatan makanan, dan persepsi terhadap amalan kebersihan pengendali makanan mempengaruhi tahap keakraban mereka terhadap peniaga dan niat untuk membeli. Tiga elemen ini merupakan pemboleh ubah bebas, manakala keakraban dengan perniagaan dan niat pembelian merupakan pemboleh ubah bersandar. Objektif umum kajian ini adalah untuk memahami pandangan pengguna terhadap keselamatan makanan, sikap mereka, persepsi terhadap kebersihan pengendali makanan, tahap

keakraban dengan peniaga, dan bagaimana semua faktor ini mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Kajian ini juga mempunyai tiga objektif khusus: RO1, untuk melihat kaitan antara latar belakang demografi dengan pemboleh ubah kajian; RO2, untuk meneliti hubungan antara pemboleh ubah bebas dengan keakraban terhadap perniagaan; dan RO3, untuk mengkaji hubungan antara pemboleh ubah bebas dan keakraban terhadap niat pembelian. Seramai 163 pengguna pasar malam dari kawasan Kuala Terengganu dan Kuala Nerus telah mengambil bahagian dalam kajian ini melalui borang soal selidik. Hasil kajian menunjukkan majoriti pengguna mempunyai pengetahuan keselamatan makanan yang baik, dengan 97.5% menjawab dengan betul tentang kaedah penyimpanan dan pengendalian makanan. Responden wanita menunjukkan tahap pengetahuan yang lebih tinggi berbanding lelaki, dan bangsa pula didapati mempengaruhi sikap terhadap keselamatan makanan serta keakraban dengan peniaga. Pengguna yang mempunyai sikap yang lebih positif terhadap keselamatan makanan dan persepsi yang baik terhadap kebersihan pengendali makanan didapati lebih akrab dengan peniaga. Mereka cenderung membeli daripada peniaga yang mengamalkan kebersihan seperti memakai sarung tangan dan memastikan gerai sentiasa bersih. Namun, tahap keakraban juga mempengaruhi tingkah laku pembelian — ramai pengguna masih membeli daripada peniaga yang mereka kenali walaupun tahap kebersihan tidak begitu baik. Ini menunjukkan bahawa kedua-dua faktor kebersihan dan kepercayaan terhadap peniaga memainkan peranan penting dalam keputusan pembelian pengguna. Kajian masa depan disarankan untuk merangkumi kawasan yang lebih pelbagai termasuk kawasan bandar dan luar bandar serta latar belakang budaya dan sosioekonomi yang berbeza bagi mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang persepsi keselamatan makanan dan tingkah laku pembelian pengguna.