

ABSTRAK

HUBUNGKAIT ANTARA TANGGAPAN TERHADAP REPUTASI KEDAI RUNCIT KOPERASI DENGAN LANGGANAN ANGGOTA DI NEGERI SABAH

Oleh

JAIBIT JAUDIN, RAHIMAH ABD. SAMAD,
MOHD. RAZALIE HJ. RAFFAE, YUSRI HJ. TARIP

JUN 2014

MAKTAB KOPERASI MALAYSIA
CAWANGAN SABAH

Kajian ini adalah untuk mengkaji hubung kait antara tanggapan terhadap reputasi kedai runcit koperasi dengan langganan anggota di negeri Sabah. Sebanyak 387 borang soal selidik diedarkan dengan kaedah “drop and collect” diperoleh daripada 66 koperasi dewasa yang aktif menjalankan aktiviti kedai runcit di seluruh negeri Sabah. Data utama yang terkandung dalam borang soal selidik tersebut termasuklah 20 soalan yang mewakili dimensi reputasi kedai runcit koperasi dan 9 soalan berkaitan pola langganan serta ciri-ciri demografi responden. Perisian IBM SPSS Statistik versi 19 digunakan untuk menjalankan analisis jadual silang dan ujian khi kuasa dua serta ujian-ujian statistik deskriptif yang lain. Analisis jadual silang yang dijalankan mendapati bahawa terdapat hubung kait yang bermakna antara tanggapan terhadap reputasi kedai runcit koperasi dengan langganan anggota di negeri sabah. Hasil kajian ini ialah kedai runcit koperasi perlu terus melaksanakan strategi memperbaiki dimensi dan elemen reputasi mengikut susunan keutamaan (1) daya tarikan emosi kedai koperasi, (2) tanggungjawab sosial dan alam sekitar, (3) wawasan dan kepimpinan, (4) barangan dan perkhidmatan, (5) persekitaran tempat kerja dan (6) prestasi kewangan. Strategi yang dijalankan juga harus difokuskan kepada anggota-anggota terutamanya yang berada dalam kumpulan umur pertengahan dan berpendapatan rendah memandangkan kumpulan inilah yang memperlihatkan tindak balas terhadap reputasi kedai runcit koperasi. Dengan cara ini kedai runcit koperasi akan dapat meningkatkan jualan dan seterusnya keuntungan yang boleh diterjemahkan dalam pelbagai bentuk faedah seperti yang diharapkan oleh semua anggota koperasi dan juga pihak kerajaan.

Kata Kunci : *Langganan, Koperasi, Reputasi, Runcit*