

PENGARUH IMEJ KORPORAT DAN REPUTASI DALAM PEMILIHAN  
KONTRAKTOR

MOHD AYDIEL BIN JIBRIL

Tesis ini dikemukakan sebagai  
memenuhi syarat penganugerahan  
Ijazah Sarjana Muda Ukur Bahan

Fakulti Alam Bina  
Universiti Teknologi Malaysia

APRIL, 2008

## ABSTRAK

Imej dan reputasi korporat telah menjadi agenda utama organisasi melalui aktiviti komunikasi korporat. Dalam dunia globalisasi, korporat dilihat sebagai salah satu elemen yang dititikberatkan oleh organisasi, identiti merupakan tindakan dan 'aset' yang dimiliki, manakala imej pula adalah penonjolan identiti yang dihasilkan oleh organisasi. Reputasi pula merujuk kepada kumpulan tanggapan masyarakat awam terhadap penonjolan yang dihasilkan oleh organisasi. Kebangkitan industri pembinaan masakini memaksa syarikat kontraktor membangun berasaskan organisasi korporat. Kewujudan imej dan reputasi dalam organisasi kontraktor dapat mewujudkan peluang bersaing organisasi diperingkat global. Persaingan adalah isu utama yang menjadi kebimbangan syarikat kontraktor. Persaingan yang tiada kawalan akan menyebabkan syarikat korporat yang tidak kukuh akan rebah menyembah bumi. Objektif utama penyelidikan ini adalah bagi melihat dari perspektif klien samaada imej korporat atau reputasi korporat menjadi kriteria dalam pemilihan kontraktor. Data-data diperoleh daripada soal selidik serta dikukuhkan lagi dengan temu ramah berstruktur kepada pihak klien pembinaan. Setelah dianalisis data-data tersebut, keputusan yang diperolehi ialah kriteria reputasi korporat merupakan pilihan klien dalam memilih kontraktor. Dalam beberapa situasi juga, didapati bahawa imej korporat turut diambil kira, tetapi reputasi korporat menjadi keutamaan. Oleh yang demikian, syarikat kontraktor secara profesionalnya perlulah memilih komunikasi korporat yang bersesuaian bagi memenuhi kehendak dan permintaan klien masakini.

## ABSTRACT

Corporate image and reputation nowadays are the most important matters in the corporate world. Image and reputation have different definition in concept. The definition of corporate image is the projections of a corporate organisation objectives and identity which can attract more people to organisation, while corporate reputation is the public opinion about the services or products offered by the organisation. Generally, corporate reputation takes a longer time to be developed compared to corporate image as reputation always relates to the clients opinion and it is difficult to gain client trusts in a short period. Both image and reputation can be the main factors in determining the rise or fall of a company. So, it is important for a company to take great effort to develop its corporate image and reputation. Similarly, construction clients also take in consideration both image and reputation of a contractor when assessing the most suitable contractor to carry out the construction project. The issue rise is to what extend are the clients being influenced with these matters. The main objective of this research is to identify whether corporate image or corporate reputation is the criteria for the client to choose a contractor. These researches only concentrate on construction clients who have appointed contractor from G7 Grade or A Class. Data are collected using questionnaires and for further information, structured interview sessions have been done with the client. The results from the data analysis shows that, corporate reputation is the criteria choose by the client to select a contractor. In some situation, corporate image also take place but in that case, yet still corporate reputation is the main priority. Contractor company professionally have to choose a right corporate communication for their company, in order to satisfied and fulfilled the client needs.