

Pengaruh brand dan customer relationship management terhadap nilai pemegang saham (Shareholder Value) pada PT. XL Axiata, Tbk. = The impact of brand and customer relationship management to shareholder value, PT.XL. Axiata, Tbk

Arimbo Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20332947&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas bagaimana Brand dan CRM yang diterapkan dalam kurun waktu 2009 sampai dengan 2011 berdampak terhadap Nilai Pemegang Saham pada PT. XL Axiata, Tbk. Menganalisa kondisi dan posisi perusahaan dalam aktifitas penerapan CRM dan brand strategi dalam mempengaruhi shareholder value dan memberikan usulan alternatif strategi dengan adanya pendekatan konsep untuk memperoleh daya saing berkelanjutan dan lebih meningkatkan shareholder value melalui Customer Equity dan Brand Equity, Adapun salah satu metode untuk menentukan SHV adalah pengukuran pada market to book ratio , Total Shareholder Return (TSR), Earnings per share (EPS), Dicsounted cash flows (DCF) dan Tobin's Q. Perubahan kondisi keuangan perusahaan diwujudkan dengan keuntungan perusahaan dan pada akhirnya hal tersebut akan mempengaruhi SHV. Hal tersebut akan menarik untuk dikaji mengenai bagaimana pengaruh Brand dan aktifitas CRM dan implementasinya yang merupakan cerminan dari Customer Equity dan Brand Equity tersebut dilakukan dalam mempengaruhi nilai dari SHV pada PT. XL Axiata, Tbk. Pada kurun waktu tahun 2009 sampai dengan 2011.

Abstract

This thesis analyze how Brand and CRM which are implemented gives impact to shareholder value in PT. XL, Axiata, Tbk. between 2009 until 2011. Through the analyze of the strategy implemented, it can be analyzed the most effective and efficient strategy from inside the company. It reflect to Customer Equity and Brand Equity PT. XL Axiata, Tbk. The method to determine the shareholder value are using market to book ratio, Total share holder return, Earnings per share, Discounted cash flows, Tobin's Q. Through those indicator the financial profit shown. The result is how CRM and Brand implemented with reflected on Customer Equity and Brand Equity can make an influence and maximize the shareholder value in PT. XL Axiata, Tbk. over the long term or short term period.