

The effects of corporate social responsibility on corporate reputation and brand equity creation role of BRI peduli = Pengaruh corporate social responsibility terhadap penciptaan reputasi perusahaan dan ekuitas merek: peran BRI peduli

Muhammad Helmi Fauzan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444934&lokasi=lokal>

Abstrak

Fokus dari penelitian ini adalah untuk menguji efek dari Corporate Social Responsibility CSR terhadap Citra Perusahaan dan Ekuitas Merek di Indonesia. Penelitian ini dilengkapi dengan contoh studi kasus Bank BRI sebagai perusahaan bank terbesar di Indonesia. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur mana konstruk yang mempengaruhi citra perusahaan dan ekuitas merek dan untuk mensimulasikan langkah strategis yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Convenience sampling digunakan untuk penelitian ini dan sampel terdiri sekitar wilayah Jabodetabek. Hipotesis diuji dengan menggunakan software Statistical Package for Social Science SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memang CSR dan kepuasan pelanggan mempengaruhi citra perusahaan dan ekuitas merek.

The focus of this study is to examine the effects of Corporate Social Responsibility CSR on Corporate Reputation and Brand Equity Role of BRI Peduli in Indonesia. This research is completed with a case study example of BRI as the largest banking in Indonesia. Moreover, this research aims to measure a construct that affect corporate reputation and brand equity and to simulate the strategic move that may be implemented to improve the company rsquo s performance. Convenience sampling was used for this research and the samples consist around Jabodetabek area. The hypotheses are tested using Statistical Package for Social Science SPSS version 23. The results show that indeed CSR and customer satisfaction influences corporate reputation and brand equity.