

Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Pengambilan Keputusan Restrukturisasi dan Performa Perusahaan Pasca Restrukturisasi pada Emerging Countries di Asia = The Influence of Brand Equity towards Corporate Restructuring and Performance of Restructured Firms of Asia's Emerging Countries

Tiffany Felicia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20507271&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mempelajari dampak dari valuasi brand equity dan perubahannya terhadap performa jangka pendek dan jangka panjang perusahaan yang berada dalam emerging market countries setelah merger dan akuisisi dilakukan pada rentang waktu 3 tahun. Metodologi yang digunakan adalah cross-sectional regression, test regression coefficient significance level, multiple collinearities, dan test correlation coefficient. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis yang dibangun, yaitu adanya dampak signifikan pada performa jangka panjang perusahaan acquirer firms yang disebabkan oleh perubahan pada ekuitas merek target firms. Penelitian ini dapat berkontribusi terhadap bisnis dan industri dengan menunjukkan implikasi dari kesuksesan merger dan akuisisi yang didasari oleh valuasi ekuitas merek, serta pentingnya aspek merek untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pada aktivitas merger dan akuisisi.

<hr>

This study explores the impact of brand equity valuation and its changes towards Asia's emerging market firms' short-term and long-term performance in 3 years post-merger and acquisition activities. The methodologies used in this empirical research are cross-sectional regression, regression coefficient significance level test, multiple collinearity, and correlation coefficient test. The results shown by this study are in accordance with the hypothesis that there is significant impact on corporate performance by the changes of target firms' brand equity on acquirer firms' long-term performance which defines the success of merger and acquisition. This study will contribute to the businesses by knowing the implication of merger and acquisition success based on brand equity valuation and the importance of brand to be considered during the decision-making process.