

Pengaruh budaya korporat dan reputasi perusahaan terhadap hubungan pembeli dan pemasok

Djamalludin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=94119&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini menguji secara empiris tentang budaya korporat dan reputasi perusahaan serta hubungan perusahaan sebagai pembeli dengan para pemasok. Studi ini ingin menganalisis apakah hubungan pembeli dan pemasok dipengaruhi oleh budaya korporat dan reputasi perusahaan pembeli. Untuk mengetahui peranan dan hubungan budaya korporat dan reputasi perusahaan, maka penelitian ini menganalisis tentang pengaruh budaya korporat terhadap reputasi perusahaan dan tentang pengaruh budaya korporat dan reputasi perusahaan terhadap hubungan perusahaan sebagai pembeli dengan para pemasoknya.

Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari para responden. Responden dalam penelitian ini adalah perusahaan pemasok yang terdaftar sebagai rekanan pada perusahaan BP Indonesia di Jakarta dalam aktivitas pengadaan barang dan jasa. Data penelitian yang diperoleh berkaitan dengan evaluasi, pemahaman dan pengalaman perusahaan pemasok sebagai rekanan pada perusahaan pembeli. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari budaya korporat terhadap reputasi perusahaan, dan pengaruh positif budaya korporat dan reputasi perusahaan terhadap hubungan pembeli dan pemasok.

Hasil penelitian ini menyatakan secara tidak langsung pentingnya bagi perusahaan untuk membentuk budaya korporat yang baik dan unggul agar tercipta reputasi perusahaan yang baik. Budaya korporat dan reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan hubungan kerjasama dengan perusahaan mitra kerja.

ABSTRAK

This research empirically examined the corporate culture, company reputation and relationship between buying company and its suppliers (supplying companies). This study seeks to analyze whether the business relationship between a buying company and its suppliers is affected by the buying company's corporate culture and reputation. To understand more about the role and relationship of the corporate culture and the company reputation, this research has analyzed the effect of corporate culture to the company reputation, and the effect of both corporate culture and company reputation to the relationship between a buying company and its suppliers.

The research used primary data obtained from the respondents. The respondents are the companies that registered as BP Indonesia's supplier in Jakarta office in procurement goods and service activities. The data obtained are related to the suppliers' evaluation, understanding and experiences toward the buying company. The data is analyzed by using simple regression analysis and multiple regression analysis.

The result of analysis proved significantly the effect of corporate culture to company reputation and also the effect of both corporate culture and company reputation to the relationship between buying company and its supplier.

The research outcome implies the importance for a company to establish a great corporate culture in order to create a great reputation. A great corporate culture and reputation will improve the company relationship with its business partners.</i>