

Pengaruh corporate social responsibility terhadap brand image perusahaan: studi kasus: E-learn XL future leaders PT XL Axiata Tbk =
Influence of Corporate social responsibility in building brand image:
case study: E-learn XL future leaders PT XL Axiata Tbk

Fandi Andrian Cindra Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20465534&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas pengaruh corporate social responsibility dalam memperkuat brand image perusahaan. Konteks yang diambil adalah industri layanan telekomunikasi dengan studi kasus E-Learn XL Future Leaders. Dimensi CSR yang digunakan antara lain adalah tanggung jawab etis, filantropis dan juga keberlanjutan dari konsep Triple Bottom Line. Penelitian ini melakukan uji analisis menggunakan regresi hirarkis berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR terbukti dapat meningkatkan brand image. Variabel yang paling kontributif secara signifikan adalah tanggung jawab etis, sedangkan filantropis dan keberlanjutan cenderung lemah. Karena CSR merupakan konsep yang cukup kompleks, penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan pendekatan kualitatif.

This study discusses the influence of corporate social responsibility in strengthening the company's brand image. The context taken in the telecommunication service industry with a case study of E Learn XL Future Leaders. The dimensions of CSR used include ethical and philanthropic responsibilities, and also sustainability from Triple Bottom Line concept. This research performs analysis test using hierarchical multiple regression.

The results show that CSR is proven to increase brand image. The most significant contributive variable is ethical responsibility, whereas philanthropic and sustainability tend to be weak. Because CSR is a fairly complex concept, further research can be done with a qualitative approach.