

EFFECT OF CSR TO BRAND IMAGE AND BRAND EQUITY PT SEMEN INDONESIA TBK

By : Linda Anggraeni Mukti
Student Identity Number : 1011510060
Supervisor : Marisya Mahdia K, S.M., M.M

ABSTRACT

Corporate social responsibility is an important issue for most organizations and their managers. Corporate social responsibility is a crucial issue and has strategic implications for companies in all industries in general. One of the most valuable assets of any company is its brand. Brand equity is an asset that can earn a lot of profits and retain company value. The purpose of this study is to determine the effect of social responsibility on corporate image and brand equity of PT Semen Indonesia Tbk. Design / methodology / approach: This research is an applied research that is objective with descriptive-explorative method. The study population consisted of all consumers of Semen Gresik products in Ring I (Gresik) and Ring II (Kebomas). Sample size is estimated 115. Available sampling methods are used. The results show that corporate social responsibility has a significant positive impact on the company's image. In addition, corporate image positively affects brand equity. In this study, the context of the questionnaire on consumers of Semen Gresik products. This can be contributed in completing the questionnaire. Originality / value: Corporate social responsibility efforts are more strategically related to brand differentiation. This relationship is very important especially in the face of competitive market and corporate image to society.

Keywords: corporate social responsibility, brand image, brand equity.



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN
BRAND EQUITY
PT SEMEN INDONESIA TBK**

Nama : Linda Anggraeni Mukti
NIM : 1011510060
Pembimbing : Marisyah Mahdia K, S.M., M.M

ABSTRAK

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan isu penting bagi kebanyakan organisasi dan manajer mereka. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan isu krusial dan memiliki implikasi strategis bagi perusahaan di semua industri pada umumnya. Salah satu aset paling berharga dari perusahaan manapun adalah mereknya. Ekuitas merek merupakan aset yang bisa mendapatkan banyak keuntungan dan mempertahankan nilai perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tanggung jawab sosial terhadap citra perusahaan dan ekuitas merek PT Semen Indonesia Tbk. Desain / metodologi / pendekatan: Penelitian ini merupakan penelitian terapan yang bersifat objektif dengan metode deskriptif-eksploratif. Populasi penelitian terdiri dari seluruh konsumen produk Semen Gresik di Ring I (Gresik) dan Ring II (Kebomas). Ukuran sampel diperkirakan 115. Metode pengambilan sampel yang tersedia digunakan. Hasilnya menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap citra perusahaan. Selain itu, citra perusahaan berpengaruh positif terhadap ekuitas merek. Dalam penelitian ini, konteks kuesioner pada konsumen produk Semen Gresik. Hal ini dapat berkontribusi dalam menyelesaikan kuesioner. Orisinalitas / nilai: Upaya tanggung jawab sosial perusahaan lebih strategis terkait dengan diferensiasi merek. Hubungan ini sangat penting terutama dalam hal menghadapi pasar kompetitif dan citra perusahaan pada masyarakat.

Kata kunci: tanggung jawab sosial perusahaan, brand image, brand equity

