

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	
<b>DAFTAR ISI.....</b>	
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Kerangka Pemikiran .....	8
1.6 Hipotesis.....	15
<b>II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
2.1 Arti dan Pentingnya Pemasaran.....	15
2.2 Definisi Sikap.....	20
2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	23
2.4 <i>Corporote Image</i> (Citra Perusahaan) .....	31
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian Metode Pengumpulan Data .....	35
3.1.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	35
3.1.2 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.2 Metode Penentuan Sampel.....	36
3.3 Variabel Operasional Penelitian.....	38
3.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	39
3.4.1 Uji Validitas .....	39
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.5 Alat Analisis.....	41
3.5.1 Analisis Kualitatif .....	41
3.5.2 Analisis Kuantitatif .....	41

<b>IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Daftar Pertanyaan .....	40
4.4.1 Uji Validitas .....	45
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	46
4.3 Analisis Kualitatif .....	46
4.3.1 Analisis Tabulasi Silang ( <i>Cross Tabulation</i> ) Variabel Demografi .....	46
4.3.2 Analisis <i>Frequency</i> Pernyataan Responden).....	51
4.3.3 Pengukuran Terhadap Variabel Y ( <i>Corporate Image</i> ).....	56
4.4 Analisis Kuantitatif .....	56
4.4.1 Analisis Kelayakan Model Regresi Binari Logistik .....	56
4.4.2 Menilai Keseluruhan Model (Overall Model Fit) .....	57
4.4.3 Analisis Model Logistik .....	57
4.4.4 Nagelkerke R Square ( $R^2$ ) .....	58
4.4.5 Hosmer And Lemeshow test .....	58
4.4.6 Uji Wald .....	58
4.4.7 Exp(B)/Odd Ratio .....	59
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran.....	61

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Persentase Alokasi Dana Program CSR PT.Telkom.....	4
2. Perbandingan Lima Konsep Pemasaran.....	19
3. Variabel Oprasional .....	39
4. Interpretasi Nilai r .....	40
5. Hasil Uji Validitas Daftar Pernyataan.....	45
6. Hasil Analisis Tabulasi Silang antara Usia dan Jenis Kelamin.....	46
7. Hasil Analisis Tabulasi Silang antara Usia dan Pendapatan.....	47
8. Hasil Analisis Tabulasi Silang antara Usia dan Lama Menerima Program .....	48
9. Hasil Analisis Tabulasi Silang antara Pendapatan dan Jenis Kelamin.....	49
10. Hasil Analisis Tabulasi Silang antara Pendapatan dan Lama Menerima Program.....	50
11. Pernyataan 1: Keyakin responden bahwa program <i>corporate social responsibility</i> yang diterima berupa aktivitas kemitraan bermanfaat tepat sasaran.....	51
12. Pernyataan 2: Program <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam bentuk kemitraan kepada masyarakat yang terkait adalah tepat sasaran.....	52
13. Pernyataan 3: Keyakinan responden bahwa program <i>corporate social responsibility</i> dalam bentuk kemitraan sesuai dengan kebutuhan yang sangat diperlukan dalam mencapai peningkatan kesejahteraan masyarakat.....	52

14. Pernyataan 4: Program <i>corporate social responsibility</i> dalam bentuk kemitraan membantu responden atau masyarakat secara keseluruhan dalam mencapai peningkatan kesejahteraan masyarakat.....	53
15. Pernyataan 5: Keyakinan program <i>corporate social responsibility</i> berupa kemitraan merupakan aktivitas <i>corporate social responsibility</i> yang memiliki nilai positif sehingga bereputasi tinggi yang membuat penerima tertarik dengan program <i>corporate social responsibility</i> yang diberikan.....	54
16. Pertanyaan 6: Program <i>corporate social responsibility</i> berupa kemitraan memiliki nilai positif sehingga bereputasi tinggi, yang membuat penerima tertarik dengan program <i>corporate social responsibility</i> yang diberikan.....	55
17. Pengukuran Terhadap Variabel Y ( <i>Corporate Image</i> ).....	56
18. Hasil Analisis Regresi Logistik Variabel Bebas Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagan Komponen Sikap.....	10
2. Bagan Kerangka Pikir .....	15

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Daftar Pertanyaan Kuesioner
2. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner 30 Responden
3. Uji Reliabilitas dan Validitas Terhadap 30 Responden
4. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner 97 Responden
5. Uji Reliabilitas dan Validitas Terhadap 97 Responden
6. Hasil Analisis Regresi Logistik
7. Hasil Analisis Tabel Frekuensi
8. Data 79 Penerima Program Mitra Binaan PT. Telkom