

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Kerangka Pemikiran .....	10
1.6 Hipotesis.....	16
<b>II. LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Definisi Pemasaran .....	17
2.2 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	20
2.3 Definisi <i>Cause Related Marketing</i> (CRM).....	26
2.3.1 Kesesuaian ( <i>Congruency</i> ) .....	29
2.3.2 Durasi ( <i>Duration</i> ).....	31
2.3.3 Jumlah Investasi ( <i>Amount of Investment</i> ) .....	32
2.3.4 Keterlibatan Manajemen ( <i>Management Involvement</i> ).....	33
2.4 Definisi Loyalitas Pengguna .....	36
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian Dan Sumber Data .....	41
3.1.1 Jenis Penelitian .....	41
3.1.2 Sumber Data .....	41
3.2 Populasi dan Sampel .....	42
3.2.1 Populasi .....	42
3.2.2 Sampel.....	43
3.3 Variabel Operasional Penelitian .....	45
3.3.1 Variabel Independen (X).....	45
3.3.2 Variabel Dependen (Y) .....	45

3.4	Validitas dan Reliabilitas .....	50
3.4.1	Uji Validitas .....	50
3.4.2	Uji Reliabilitas .....	51
3.5	Alat Analisis.....	52
3.5.1	Analisis Kualitatif .....	52
3.5.2	Analisis Kuantitatif .....	52
3.6	Skala Pengukuran .....	52

#### **IV. PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	54
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
4.2.1	Uji Validitas .....	58
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	62
4.3	Analisis Kualitatif .....	62
4.3.1	Karakteristik Responden .....	63
4.3.2	Analisis Kualitatif Per Variabel .....	70
4.4	Analisis Kuantitatif .....	85
4.4.1	Uji Kelayakan Model Regresi.....	86
4.4.2	Uji <i>Regresi Binary Logistic</i> .....	87

#### **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	92
5.2	Saran .....	93

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**