

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
1. Kegunaan Ilmiah.....	10
2. Kegunaan Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	12
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	14
2.1.2.1 Konsep Dasar <i>Corporate Social Responsibility</i>	14
2.1.2.2 Konsep <i>The Triple Bottom Line</i>	16
2.1.2.3 Definisi <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	18
2.1.2.4 Unsur-unsur Dasar <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
2.1.2.5 Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
2.1.2.6 <i>Corporate Social Initiatives</i>	23
2.1.2.7 <i>Corporate Benefits</i>	24

2.1.2.8 Argumen Pro dan Kontra Tentang <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.1.2.9 Cara Pandang Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	30
2.1.3 Citra Perusahaan	31
2.1.3.1 Citra.....	31
2.1.3.2 Definisi Citra Perusahaan	33
2.1.3.3 Unsur Citra Perusahaan.....	34
2.1.3.4 Citra Sebagai Sekumpulan Persepsi.....	35
2.1.3.5 Proses Pembentukan Citra	37
2.1.3.6 Faktor Penunjang Keberhasilan Membangun Citra Perusahaan.....	38
2.1.3.7 Manfaat Citra Yang Baik.....	39
2.1.3.8 Prosedur Mempopulerkan Citra.....	41
2.1.4 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra Perusahaan	43
2.2 Kerangka pemikiran.....	45
2.3 Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Objek Penelitian.....	52
3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian	53
3.2.1 Metode Penelitian	53
3.2.2 Desain Penelitian	54
3.3 Operasionalisasi Variabel	55
3.4 Sumber Data, Alat Pengumpulan Data, Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	59
3.4.1 Sumber Data	59
3.4.2 Alat Pengumpulan Data	60
3.4.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	62
3.4.3.1 Populasi	62
3.4.3.2 Sampel.....	64
3.4.3.3 Teknik Penarikan Sampel	66

3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	67
3.5.1 Rancangan Analisis Data	67
3.5.2 Uji Validitas	69
3.5.3 Uji Reliabilitas	74
3.5.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	76
3.5.5 Analisis koefisien Korelasi Product Moment	77
3.5.6 Koefisien Determinasi	77
3.5.7 Uji Hipotesis	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	80
4.1.1 Sejarah dan Gambaran Umum Perusahaan.....	80
4.1.2 Falsafah Perusahaan.....	82
4.1.3 Produk Perusahaan.....	83
4.1.4 Program Pemasaran Perusahaan PT. Gudang Garam Tbk.....	86
4.1.5 Gambaran Umum Tentang <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. Gudang Garam Tbk.....	87
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	92
4.2.1 Karakteristik Responden.....	92
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	92
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
4.2.2 Pengalaman Responden	95
4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Kebiasaan Mengkonsumsi Rokok.....	95
4.2.2.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Merek Rokok Yang Paling Sering Dikonsumsi.....	96
4.2.2.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Gudang Garam Tbk.....	99
4.2.2.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Lain	100
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	102

4.3.1	Gambaran <i>Corporate Social Responsibility</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk.....	102
4.3.1.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Market Action</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk.....	103
4.3.1.2	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Market Action</i>	
	PT. Gudang Garam	106
4.3.1.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Mandates Action</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk.....	108
4.3.1.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Mandates Action</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk	116
4.3.1.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Voluntary Action</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk.....	118
4.3.1.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Voluntary Action</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk	125
4.3.1.7	Rekapitulasi Variabel Penelitian <i>Corporate Social Responsibility</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk	127
4.3.2	Gambaran Citra Perusahaan PT. Gudang Garam Tbk.....	129
4.3.2.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Personality</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk.....	129
4.3.2.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Reputation</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk.....	131
4.3.2.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Ethic</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk.....	133
4.3.2.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Corporate Identity</i>	
	PT. Gudang Garam Tbk.....	135
4.3.2.5	Rekapitulasi Variabel Penelitian Citra Perusahaan.....	137
4.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	139
4.4.1	Kriteria Pengambilan Keputusan.....	139
4.4.2	Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	140
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	141

4.4.4 Model Persamaan Regresi Linear Sederhana Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra Perusahaan.....	141
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	142
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	145
5.1 Kesimpulan.....	145
5.2 Saran.....	146
DAFTAR PUSTAKA.....	150



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indeks Penilaian Reputasi Perusahaan Sebagai <i>Good Corporate Governance</i> Peringkat Perusahaan Publik Terpercaya	3
Tabel 2.1	Definisi Pemasaran	12
Tabel 2.2	Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
Tabel 2.3	Definisi Citra Perusahaan	33
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	60
Tabel 3.3	Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala Likert	62
Tabel 3.4	Jumlah Mahasiswa FPIPS UPI Angkatan 2007	65
Tabel 3.5	Penarikan Sampel Pada Setiap Jurusan FPIPS angkatan 2007	66
Tabel 3.6	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	72
Tabel 3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	75
Tabel 3.8	Nilai Koefisien Korelasi	77
Tabel 4.1	Produk Gudang Garam	83
Tabel 4.2	Daftar Perusahaan Rokok Pemberi Beasiswa Universitas Brawijaya	89
Tabel 4.3	Daftar Perusahaan Rokok Pemberi Beasiswa Universitas Pendidikan Indonesia	89
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	93
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	94
Tabel 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Kebiasaan Mengonsumsi Rokok	96

Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Merek Rokok Yang Paling Sering Dikonsumsi	97
Tabel 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Jenis Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Gudang Garam Tbk	99
Tabel 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Lain	101
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Penerimaan Produk	103
Tabel 4.11	Tanggapan Reponden Mengenai Kesesuaian Tindakan Umum Perusahaan Dengan Etika Bisnis	105
Tabel 4.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Market Action</i>	106
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Kepatuhan Perusahaan Dalam Membayar Pajak dan Cukai Bagi Negara	109
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Penyerapan Pekerja	111
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Info	112
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan	114
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Keamanan Produk	115
Tabel 4.18	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Mandates Action</i>	116
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian Perusahaan Terhadap Kondisi Sosial Masyarakat	119
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian Perusahaan di Bidang Pendidikan Pendidikan.....	120

Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Ketepatan Sasaran Bantuan	
Perusahaan Untuk Perbaikan Fasilitas Pendidikan	121
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Ketepatan Sasaran Program	
Perusahaan Dalam Pemberian Bantuan Beasiswa	122
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Pemberian Bantuan	
Perusahaan Untuk Perbaikan Fasilitas Pendidikan	123
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Perusahaan Dalam	
Pemberian Beasiswa	124
Tabel 4.25 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Voluntary Action</i>	125
Tabel 4.26 Rekapitulasi Variabel Penelitian <i>Corporate Social Responsibility</i>	127
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Pemahaman Responden Tentang	
Karakteristik Perusahaan Secara Umum.....	130
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Reputasi Perusahaan Secara Umum..	131
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Reputasi Perusahaan Sebagai	
Pelaksana Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	132
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Keyakinan Akan Etika Bisnis Positif	
Yang Dianut Perusahaan.....	134
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Tentang Identitas	
Perusahaan	135
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Identitas Perusahaan.....	136
Tabel 4.33 Rekapitulasi Variabel Penelitian Citra Perusahaan	137

Tabel 4.34 Output Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap citra perusahaan PT. Gudang Garam Tbk.....	140
Tabel 4.35 Output Koefisien Regresi.....	141



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	10 Sektor Industri yang tertekan sepanjang tahun 2007	2
Gambar 1.2	Akumulasi nilai IMAC (<i>Indonesia's Most Admired Companies</i>) untuk beberapa kategori industri.....	3
Gambar 1.3	Indeks nilai IMAC Sampoerna, Gudang Garam, dan Djarum.....	4
Gambar 1.4	Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> di Indonesia.....	5
Gambar 2.1	John Elkinton, <i>Cannibals With Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business</i>	18
Gambar 2.2	<i>Elements of Social Responsibility and Their Evolving Magnitudes</i>	20
Gambar 2.3	Model Pembentukan Citra	37
Gambar 2.4	Prosedur Mempopulerkan Citra.....	42
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Gudang Garam Tbk	50
Gambar 2.9	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra Perusahaan	51
Gambar 3.1	Persentase Perbandingan Jumlah Angkatan 2007 perFakultas Universitas Pendidikan Indonesia.....	63
Gambar 3.2	Garis Kontinum Penelitian.....	68
Gambar 4.1	Logo PT. Gudang Garam Tbk.....	81
Gambar 4.2	Gudang Garam Surya Signature Series dan Surya Slims	85
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	94
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	95

Gambar 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Kebiasaan Mengonsumsi Rokok.....	96
Gambar 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Merek Rokok Yang Dikonsumsi	98
Gambar 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Rokok Yang Sering Dikonsumsi	98
Gambar 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Jenis Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Gudang Garam Tbk .	100
Gambar 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Lain.....	101
Gambar 4.10	Garis Kontinum <i>Market Action</i> PT. Gudang Garam Tbk	107
Gambar 4.11	Garis Kontinum <i>Mandates Action</i> PT. Gudang Garam Tbk.....	117
Gambar 4.12	Garis Kontinum <i>Voluntary Action</i> PT. Gudang Garam Tbk.....	126
Gambar 4.13	Garis Kontinum <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Gudang Garam Tbk	128
Gambar 4.14	Garis Kontinum Citra Perusahaan PT Gudang Garam Tbk.....	138

