

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP CITRA
MEREK DAN DAMPAKNYA PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(SURVEI PADA PENGUNJUNG TAMAN SLAMET KOTA MALANG
YANG MENGONSUMSI PRODUK BENTOEL)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya**

**Faiqotu Zzahroh
NIM. 135030201111133**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
MALANG
2018**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di hadapan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya pada :

Hari : Senin
Tanggal : 15 Januari 2018
Pukul : 08.00
Skripsi atas nama : Faiqotu Zzahroh
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Taman Slamet Kota Malang yang mengkonsumsi Produk Bentoel) dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,



Prof. Drs. Achmad Fauzi DH, MA.,

NIDK. 8813940017

Anggota,



Edriana Pangestuti, SE., M.Si, DBA

NIP. 19770321 200312 2 001

Anggota,



Aniesa Samira Bafadhal, SAB, MAB

NIP. 2013048807062001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70.

Malang, 29 Desember 2017

Mahasiswa




Faiqotu Zzahroh

NIM. 135030201111133

CURRICULUM VITAE



BIODATA

Nama : Faiqotu Zzahroh
Tempat, Tgl Lahir : Lamongan, 10 April 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat : Jl. Pahlawan Selatan Pagerwojo Gg.3 No.7,
Sukomulyo, Lamongan
Telephone : 0812-1771-9000
Email : faiqoh.fuad@gmail.com

PENDIDIKAN

FORMAL :

- 2000 – 2007 **MI MURNI SUNAN DRAJAT**
- 2007 – 2010 **SMP NEGERI 5 LAMONGAN**
- 2010 – 2013 **SMA NEGERI 1 KEMBANGBAHU**
- 2013 – 2017 **S1 FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

PENGALAMAN KERJA

- 18 JULI 2016 -
7 SEPTEMBER 2016 **GRAPARI TELKOMSEL LAMONGAN**

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Taman Slamet Kota Malang yang Mengonsumsi Produk Bentoel)”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Bambang Supriono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Dr. Mochammad Al Musadieg, MBA. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Dr. Wilopo, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
4. Prof. Drs. Achmad Fauzi DH., MA. selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing serta memberi semangat dan dorongan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Spesial untuk mama saya Nistatik dan Almarhum bapak saya M. Nurul Fuad yang selalu membuat saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Tanpa mereka saya bukan apa-apa.

6. Keluarga saya Mas Deni, Mbak Novi, Mas Iqbal, Mas Ubed, Mas Yuki Suratman, Adek Yuke Suratman, dan semua keluarga, terimakasih atas do'a, semangat, dan dukungan moril maupun materil yang selalu diberikan disaat penulis hilang motivasi.
7. Sahabat-sahabat saya Risty Citra, Erline, Ike, Nurul, Sheby, Ita, Vio, Mitha, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebut satu persatu. Terimakasih atas segala dukungan dan kebaikan terselesaikannya skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik dalam kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat yang besar bagi peneliti dan semua pembaca. Aamiin Yarabbal Alamiin.

Malang, 15 Januari 2018

Faiqotu Zzahroh

RINGKASAN

Faiqotu Zzahroh, 2017, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Taman Slamet Kota Malang yang Mengkonsumsi Produk Bentoel)". Prof. Drs. Achmad Fauzi DH, MA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan : (1) Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Citra Merek; (2) Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Keputusan Pembelian; (3) Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dimana penelitian dilakukan di Taman Slamet. Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* (X_1), Variabel antara dari penelitian ini adalah Citra Merek (Y_1), dan Variabel independen dari penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Produk. Seluruh variabel yang ada akan diukur dengan menggunakan skala Likert.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 102 orang responden yaitu pengunjung Taman Slamet dan yang mengkonsumsi produk Bentoel yang merasakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Bentoel Group Malang. Pengambilan jumlah sampel didasarkan pada karakteristik dan perhitungan yang telah ditentukan peneliti. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer mendapatkan sumber data dari kuesioner. Pengujian instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek; (2) variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian; (3) variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk.

Dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempengaruhi Citra Merek, dan Keputusan Pembelian, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian, diharapkan pihak perusahaan PT. Bentoel Group dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, karena variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Citra Merek, Keputusan Pembelian

SUMMARY

Faiqotu Zzahroh, 2017, Department of Business Administration, Marketing Management Concentration, Faculty of Administrative Sciences, Brawijaya University of Malang. "The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on Brand Image and Its Impact on Purchasing Decision (Survey on Visitors of Taman Slamet Malang City Consuming Bentoel Products)". Prof. Drs. Achmad Fauzi DH, MA.

This research aimed to determine and explain: (1) determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Brand Image; (2) determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Purchase Decision; (3) determine the effect of Brand Image on Purchase Decision.

The type of research used is explanatory research using a quantitative approach where the research was conducted in Taman Slamet. Variable of Corporate Social Responsibility (CSR) (X1), Intermediate variable from this research is Brand Image (Y1), and independent variable from this research is Product Purchasing Decision. All available variables will be measured using a Likert Scale.

The amount of samples that have been used in this study are 102 respondents ie visitors to Taman Slamet and who consume Bentoel products that feel Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Bentoel Group Malang. Sampling is based on the characteristics and calculations the researchers have determined. The type of data used in this study is the primary data. Primary data get data source from questionnaire. Testing the instrument using validity test and reliability test.

The results showed that: (1) Corporate Social Responsibility (CSR) variable significantly influenced Brand Image; (2) Corporate Social Responsibility (CSR) variable has significant effect on Purchase Decision; (3) Brand Image variable has significant effect to Purchase Decision.

Corporate Social Responsibility (CSR) can be concluded that affects Brand Image, and Purchase Decision, either directly or indirectly. Thus, it is expected the company PT. Bentoel Group can maintain and improve the service of Corporate Social Responsibility (CSR), because the variable of Corporate Social Responsibility (CSR) has a significant influence on Brand Image and Purchase Decision.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Brand Image, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSEMBAHAN	i
MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINAL SKRIPSI	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi	7
1. Kontribusi Teoritis	7
2. Kontribusi Praktis	7
E. Sistematika Pembahasan	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 10
A. Penelitian Terdahulu (Kajian Empiris)	10
B. Tinjauan Teoritis	26
1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	26
a) Definisi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> ..	26
b) Indikator <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	28
c) Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	29
d) Manfaat Penerapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	31
2. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	32
a) Definisi Merek (<i>Brand</i>)	32
b) Definisi Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	33
c) Komponen Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	34
d) Manfaat Citra Merek (<i>brand Image</i>)	35
3. Keputusan Pembelian	36
a) Definisi Keputusan Pembelian	36
b) Indikator Keputusan Pembelian	38
c) Faktor-fsktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	38
1) Faktor Pribadi	37

2) Faktor Psikologis	38
3) Faktor Sosial	38
C. Hubungan antar Variabel	40
1. Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dengan Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	40
2. Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dengan Keputusan Pembelian	41
3. Hubungan antara Citra Merek (<i>Brand Image</i>) dengan Keputusan Pembelian	42
D. Model Konseptual	43
E. Model Hipotesis	44
F. Rumusan Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian	48
C. Variabel, Definisi Operasional & Skala Pengukuran	49
1. Variabel	49
2. Definisi Operasional	51
3. Skala Pengukuran	61
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	63
1. Populasi	63
2. Sampel	64
3. Teknik Pengambilan Sampel	67
E. Teknik Pengumpulan Data	68
1. Sumber Data	68
2. Metode Pengumpulan Data	69
3. Instrumen Penelitian	69
F. Uji Instrumen Penelitian	70
1. Uji Validitas	71
2. Uji Reliabilitas	72
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	73
G. Teknik Analisis Data	75
1. Analisis Deskriptif	75
2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	79
A. Penyajian Data	79
1. Gambaran Umum Kota Malang	79
a) Batas Wilayah	80
b) Wilayah Administratif	80
2. Gambaran Umum Objek Penelitian	82
3. PT. Bentoel Group Malang	84
4. Visi dan Misi Perusahaan	85
a) Visi Perusahaan	85
b) Misi Perusahaan	85
5. Logo Perusahaan	85

6. Produk	86
B. Analisis Deskriptif	87
1. Gambaran Umum Responden	87
a) Jenis Kelamin Responden	87
b) Usia Responden	87
2. Distribusi Variabel Penelitian	88
a) Analisis Deskriptif	88
1) Distribusi Frekuensi Variabel <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> (X_1)	89
2) Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>) (Y_1)	94
3) Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y_2)	99
C. Hasil Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	106
1. Koefisien Jalur terhadap Citra Merek	106
2. Koefisien Jalur terhadap Keputusan Pembelian	107
3. Pengujian Citra Merek sebagai Variabel Intervening dalam Hubungan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk	109
D. Hubungan Antar Jalur	111
E. Ketetapan Model	112
F. Pembahasan Hasil Penelitian	113
1. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Citra Merek.....	113
2. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk	114
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk	116
BAB V PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	121

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
2.1	Pemetaan Penelitian Terdahulu	18
2.2	Contoh beberapa keputusan yang diambil oleh konsumen	37
2.3	Teori, Pemikiran Dari, dan Penelitian Terdahulu	46
3.1	Variabel, Indikator, dan <i>Item's</i> dalam penelitian	57
3.2	Skala Likert	62
3.3	Hasil Uji Validitas	73
3.4	Hasil Uji Reliabilitas	74
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
4.3	Interpretasi Rata-rata Jawaban Responden	89
4.4	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (<i>CSR</i>) (X_1)	89
4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek (Y_1)	94
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y_2)	100
4.7	Hasil Uji Koefisien Jalur <i>Corporate Social Responsibility</i> (<i>CSR</i>) terhadap Citra Merek	106
4.8	Hasil Uji Koefisien Jalur terhadap Keputusan Pembelian	107
4.9	Rekapitulasi Pengaruh Langsung, tidak Langsung, dan Pengaruh Total	110

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
2.1	Model Konseptual	43
2.2	Model Hipotesis	45
4.1	Peta Wilayah Kota Malang	80
4.2	Papan Nama Taman Slamet Kota Malang	82
4.3	Papan Peresmian PT. Bentoel Group Taman Slamet	83
4.4	Logo PT. Bentoel Group	85
4.5	Diagram Model Jalur <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> , Citra Merek, dan Keputusan Pembelian	111