

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSYARATAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
MOTO .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori .....	8
1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	8
2. Persepsi Timbal Balik ( <i>Reciprocity</i> ) .....	9
3. Citra Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ).....	10
4. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	12
5. Niat Beli ( <i>Purchase Intention</i> ) .....	20
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Hubungan Antar Variabel .....	24
1. Persepsi timbal balik dengan niat beli.....	24
2. Persepsi timbal balik dengan citra perusahaan .....	24
3. Persepsi timbal balik dengan citra merek .....	25
4. Citra perusahaan dengan citra merek.....	25
5. Citra perusahaan dengan niat beli .....	26
6. Citra merek dengan niat beli .....	26
D. Kerangka Pemikiran .....	26
E. Hipotesis .....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Rancangan Penelitian .....	28
B. Objek dan Waktu Penelitian .....	28
C. Populasi .....	29
D. Sampel, Teknik <i>Sampling</i> dan Besaran Sampel .....	29
E. Jenis Data Penelitian .....	31
F. Prosedur Pengambilan Data .....	31
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	33
H. Definisi Operasional Variabel.....	34

I. Uji Instrumen .....	35
1. Uji Validitas .....	35
2. Uji Reliabilitas .....	36
J. Teknik Analisis Data .....	37
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	37
2. Analisis Kuantitatif .....	37
K. Alat Analisis Data .....	37
L. Uji Hipotesis.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Karakteristik Responden.....	43
1. Usia.....	43
2. Pendapatan/ Uang Saku.....	43
3. Domisili .....	44
4. Pekerjaan .....	45
5. Frekuensi Pembelian .....	45
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
1. Persepsi Timbal-balik.....	46
2. Citra Perusahaan.....	47
3. Citra Merek .....	47
4. Niat Beli .....	48
C. Analisis Kuantitatif Variabel Penelitian .....	49
1. Uji Kelayakan Model-Goodness Of Fit-Indeks .....	49
2. Evaluasi Normalitas Data.....	50
3. Evaluasi Multivariate Outlier.....	51
4. Uji Kausalitas.....	52
D. Pembahasan.....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan .....	58
B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>