

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	4
1. Identifikasi Masalah.....	4
2. Pembatasan Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Sistematika Pembahasan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>9</b>
A. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	9
1. Sejarah dan Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	9
2. Definisi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	15

3. Dimensi Pengukuran Implementasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	23
4. Manfaat <i>Corporate Social reponbility</i> .....	27
B. <i>Corporate Brand Image</i> .....	27
1. Definisi <i>Brand Image</i> .....	27
2. Jenis <i>Brand Image</i> .....	30
3. Pembentukan <i>Brand Image</i> .....	33
4. Komponen-komponen <i>Brand Image</i> .....	36
C. Loyalitas Pelanggan .....	38
1. Definisi Loyalitas Pelanggan .....	38
2. Perspektif Loyalitas .....	41
3. Karakteristik Pelanggan yang Loyal.....	42
4. Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	44
5. Pentingnya Peningkatan Loyalitas Pelanggan .....	45
D. Hubungan antara CSR dan <i>Corporate Brand Image</i> .....	47
E. Hubungan antara <i>Corporate Brand Image</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	48
F. Model dan Kerangka Pikir Penelitian .....	49
1. Model Penelitian .....	49
2. Kerangka Pikir Penelitian .....	50
G. Hipotesis Penelitian .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	53
B. Jenis dan Sumber Data.....	53
1. Data Primer .....	53
2. Data Sekunder .....	54
C. Populasi dan Sampel.....	55
1. Populasi.....	55

2. Sampel.....	55
D. Metode Pengumpulan Data.....	55
E. Metode Analisis Data.....	56
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
2. <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur).....	59
3. Teknik Analisis Data.....	62
F. Definisi Operasional Variabel.....	63
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>64</b>
A. Profil Perusahaan .....	64
B. Visi dan Misi Telkomsel.....	68
1. Visi telkomsel .....	56
2. Misi Telkomsel .....	68
C. Produk Telkomsel .....	69
1. Kartu Halo.....	69
2. Simpati .....	70
3. Kartu AS .....	71
3. Telkomsel Flash.....	73
D. Kegiatan CSR Telkomsel.....	74
E. Profil Responden.....	76
1. Jenis Kelamin.....	76
2. Tingkat Pendidikan .....	77
3. Pekerjaan Responden .....	78
3. Produk Telkomsel .....	78
4. Lama Pemakaian.....	79
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>81</b>
A. Uji Validitas dan Reabilitas .....	81
B. <i>Path Analysis</i> (Analisi Jalur) .....	85

<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>99</b>
A. Simpulan .....	99
B. Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>Lampiran I Metode Penyusunan Kuesioner .....</b>	<b>103</b>
<b>Lampiran II Kuesioner.....</b>	<b>104</b>
<b>Lampiran III Hasil Kuesioner .....</b>	<b>105</b>