

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR) TERHADAP NIAT  
BELI MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI PADA PRODUK TELKOM  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**MOCHAMMAD ABDUL MUID AL CHOIRI**  
NIM : 2015210875

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2019**

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR) TERHADAP NIAT  
BELI MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI PADA PRODUK TELKOM  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**MOCHAMMAD ABDUL MUID AL CHOIRI**  
**NIM : 2015210875**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2019**

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR) TERHADAP NIAT  
BELI MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI PADA PRODUK TELKOM  
DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

**MOCHAMMAD ABDUL MUID AL CHOIRI**

**2015210875**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : *14 februari 2019*

  
**(Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M.)**

**SKRIPSI**

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR) TERHADAP NIAT  
BELI MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI PADA PRODUK TELKOM  
DI SURABAYA**

Disusun oleh:

**MOCHAMMAD ABDUL MUID AL CHOIRI**

**NIM : 2015210875**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 19 FEBRUARI 2019

Tim Penguji

**Ketua : Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom** .....

**Sekretaris : Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M** .....

**Anggota : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.** .....

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mochammad Abdul Muid Al Choiri  
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 14 Maret 1994  
N.I.M : 2015210875  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul : Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap Niat Beli melalui Citra Merek sebagai Variabel Mediasi pada Produk Telkom di Surabaya

### Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

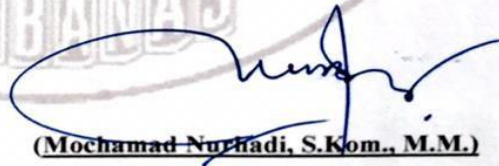
Dosen Pembimbing,

Tanggal : 11 April 2019

Tanggal : 11 April 2019



(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D)



(Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M.)



## **MOTTO**

Sukses dan kebahagiaan tidak diukur dari seberapa banyak uangmu, namun seberapa ikhlas dan menikmati perjalanan yang dilakukan. Ukurannya adalah niat dan manfaat. Setinggi apapun jabatanmu, sebanyak gaji yang kamu dapatkan dan seluas apapun ilmu yang kamu miliki, namun jika kamu tidak bermanfaat dan merugikan orang lain maka semua itu hanyalah sia sia

### **Kesalahan terbesar adalah Terlambat bergerak hanya menyalakan sesuatu**

Kesempatan tidak datang dua kali, mulailah hal tersebut dengan keyakinan untuk meraih tujuan yang kamu tuju, jangan ragu untuk memulai karena kesempatan kedua yang akan datang tidak sebaik kesempatan yang pertama kali datang.

Hormati orangtuamu seperti mencintai ALLAH SWT, seburuk apapun orangtuamu, sebaik apapun, tanpa mereka bukanlah apa-apa dirimu dan yang kamu miliki saat ini. Sesungguhnya orangtua yang kamu miliki saat ini adalah surga kecil yang diberikan oleh ALLAH SWT.

Jaga sahabatmu, karena sahabat adalah benteng kebahagiaanmu. Kesedihan dalam hidupmu akan pergi karena sahabat tidak akan membiarkanmu terlihat kecewa atau sedih.

## PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah saya panjatkan puji dan puja syukur kepada ALLAH SWT yang senantiasa memberikan anugrah yang berharga berupa kesehatan, kekuatan, ilmu yang bermanfaat, kemudahan serta kelancaran sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dan lulus dengan cepat selama 3,5 tahun. Sholawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menurunkan ke jalan yang penuh cahaya dan kebahagiaan. Terimakasih untuk semua yang telah memberikan inspirasi dan motivasi yang positif sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih kepada:

- ✓ Teristimewa dan terindah untuk kedua orang tua saya, bapak Muslik dan emak Siti Muchra yang selalu sabar, memberikan kasih sayang dan senantiasa mendoakan yang baik, perhatian yang tidak ada henti-hentinya mengingatkan kebaikan. Bapak, emak waktunya anakmu ini yang akan jadi tulang punggung keluarga.
- ✓ Untuk keluarga, saudara-saudara, kakak-kakak dan adik yang selalu memberikan pengalaman hidup dan nasihat terhadap saya.
- ✓ Untuk seseorang yang aku cintai karena Allah dan menjadi teman hidup Rifatul terimakasih yang selalu membuat diriku menjadi seseorang yang sempurna dari yang lain.
- ✓ Untuk kelompok SERIGALA TERAKHIR, Dani, Alpan, Faris, Iwan dan seterusnya terimakasih telah membela mati-matian dan menghibur ketika saya setres atau menghadapi kejamnya dunia.
- ✓ Untuk teman dekat saya dikampus Lukman, Rifqi, Sony, Hambal, Andre, Bagas, Hadit, Dhofi, Yustian, Encang, Regina, Desi, Retta, Eva, dan teman dekat lainnya, terimakasih sudah jadi teman saya yang selalu mau saya aniaya batinnya, hahaha setelah kita lulus kita pasti SUKSES.
- ✓ Untuk teman Kos Menangan Lukman, Rifqi, Redy, Faqih, Jode, Encang, Sondong, Burhan, Kinclong, Ihab, Jaka, Deril, Yogi yang selalu memberikan hiburan tertawa dan duduk melingkar setiap tengah malam dengan lagu dangdut, kalian orang MENANGAN rek.

- ✓ Untuk ibu kos, mbak Yusi, terimakasih suda mengerti anak-anak kos meskipun suka jadi Banteng kalok capek.
- ✓ Untuk teman saya Lukman Halim dan Hambal orang yang paling saya repotkan di kampus, terimakasih banyak, saya akui kalian luar biasa kinerjanya. Hahaaha, ayo semangat.
- ✓ Untuk dosen pembimbing saya yang luar biasa keikhlasan dan kesabaran bapak, saya berterima kasih atas ilmu yang bapak berikan dan pengalaman-pengalaman yang bapak ceritakan semoga surga untuk bapak Nurhadi.
- ✓ Untuk dosen wali saya bapak Fuad yang selalu jenaka.
- ✓ Untuk guru ngaji saya terimakasih banyak atas doa dan dikenalkan lebih dekat dengan ALLAH SWT.
- ✓ Untuk UKM Tenis Lapangan STIE Perbanas, terima kasih yang sudah banyak mengajarkan organisasi dan pengalaman-pengalaman baru.
- ✓ Untuk pecinta alam mahasiswa STIE Perbanas terimakasih sudah memperlihatkan keindahan gunung, alam, bertahan hidup dan lain-lain.
- ✓ Untuk seluruh teman-teman angkatan manajemen 2015, terima kasih atas semua info yang sangat bermanfaat pada saat kuliah, ilmu, hiburan dan candaan. Setelah lulus jangan lupa teman dan SEMOGA SUKSES jangan jadi orang biasa-biasa ayo.

Untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, manfaat dan dukungan selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini. Terimakasih banyak yang sebesar-besarnya.

Salam hangat

Mochammad Abdul Muid Al Choiri



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran ALLAH SWT yangtelah memberikan rahmat dan kasih sayang serta berkat dan hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR) TERHADAP NIAT BELI MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK TELKOM DI SURABAYA”**.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian Program Studi Sarjana Manajemen Konsentrasi Pemasaran STIE PERBANAS SURABAYA.

Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan pihak-pihak yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

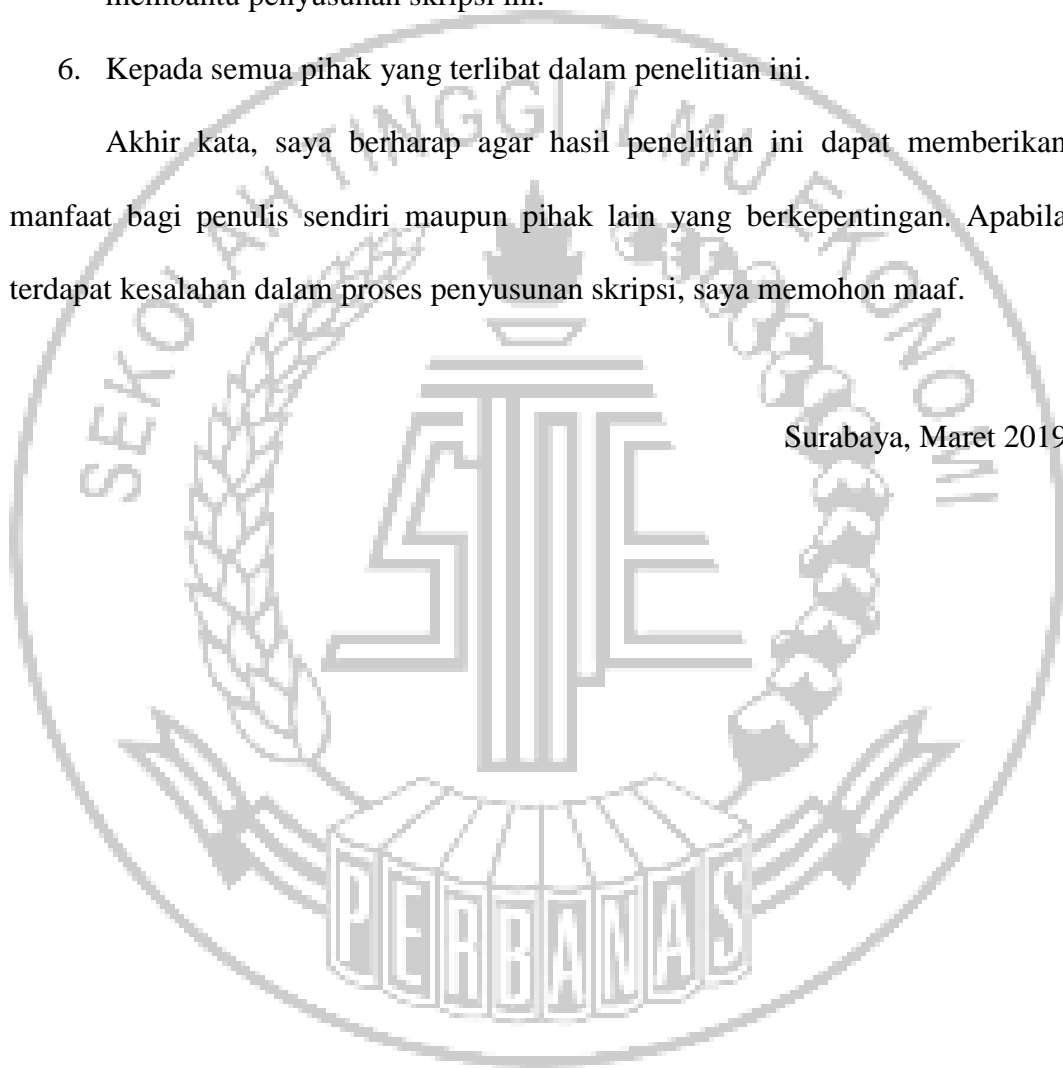
1. **Bapak Dr. Yudi Sutarso, S.E.,M.Si.** selaku ketua STIE Perbanas Surabaya periode 2018-2022.
2. **Bapak Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D** selaku ketua program studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. **Rohmad Fuad Armansyah, SE.,M.Si.** selaku dosen wali yang telah menjadi wali dari penulis selama masa kuliah dan meluangkan waktu serta tenaganya untuk memberikan arahan serta masukan dari awal penulisan skripsi sampai terselesaikannya skripsi ini.
4. **Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M.** selaku dosen pembimbing yang telah berjasa memberikan bimbingan skripsi dan bersedia meluangkan

waktu serta tenaganya untuk memberikan arahan dan masukan dari awal penulisan skripsi sampai terselesainya proposal skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pengajar, staf akademik dan staf perpustakaan STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu dan membantu penyusunan skripsi ini.
6. Kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

Akhir kata, saya berharap agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang berkepentingan. Apabila terdapat kesalahan dalam proses penyusunan skripsi, saya memohon maaf.

Surabaya, Maret 2019



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 Adenan, Mohd Adenan (2018).....	10
2.1.2 Mulaessa, Naveedullah and Wang, Hong (2017).....	12
2.1.3 Rizal Bagus Setiawan (2014).....	14
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Tanggung jawab sosial (CSR).....	19
2.2.2 Citra merek.....	21
2.2.3 Niat beli.....	22
2.2.4 Pengaruh tanggung jawab sosial (CSR) terhadap niat beli.....	25
2.2.5 Pengaruh tanggung jawab sosial (CSR) terhadap citra merek.....	26
2.2.6 Pengaruh citra merek terhadap niat beli.....	27
2.2.7 Citra merek sebagai variabel yang memediasi hubungan tanggung jawab sosial (CSR) terhadap niat beli.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Rancangan Penelitian.....	32
3.2 Batasan Penelitian.....	32
3.3 Identifikasi Variabel.....	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.4.1 Definisi operasional.....	34

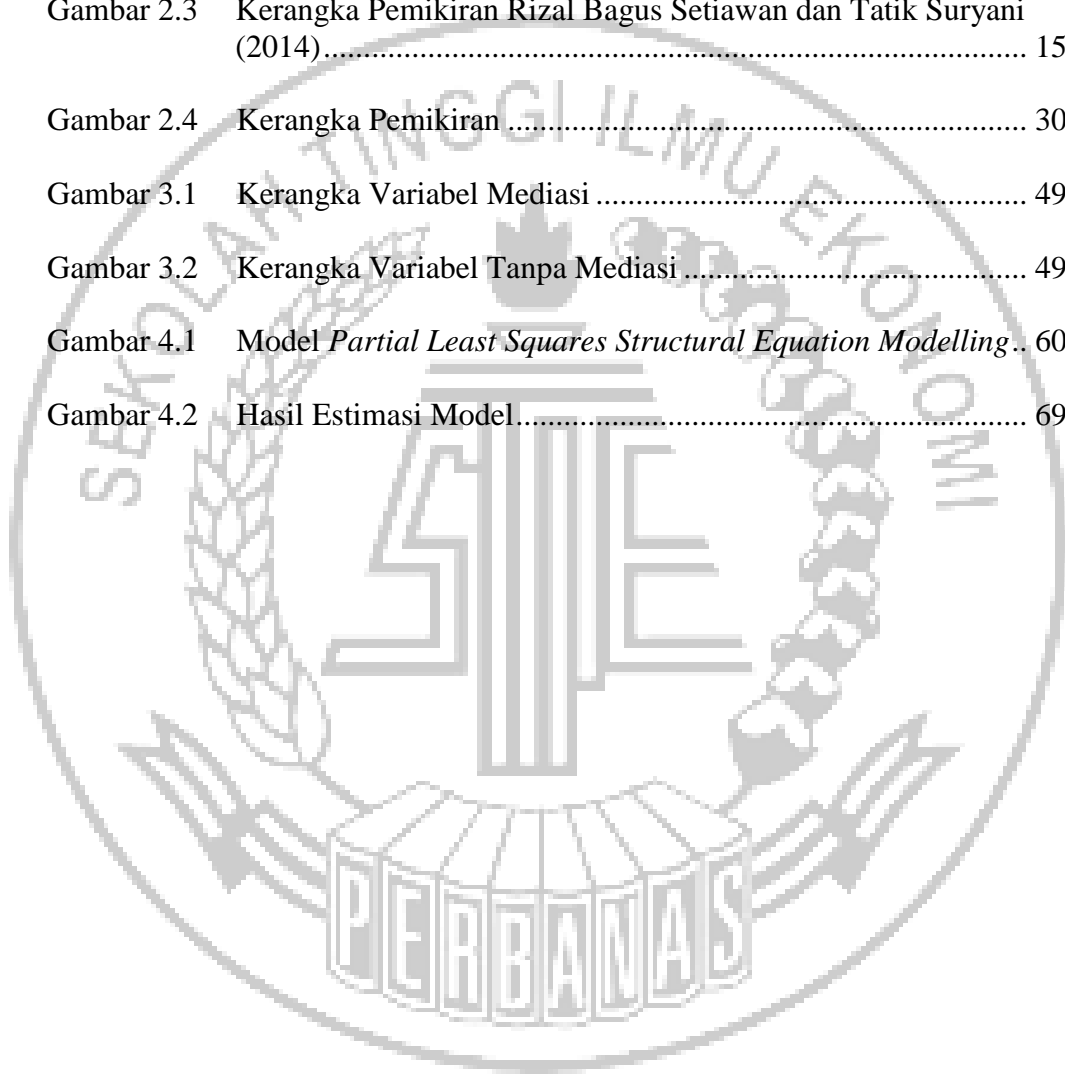
3.4.2 Pengukuran variabel .....	37
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.5.1 Populasi.....	38
3.5.2 Sampel.....	38
3.5.3 Teknik pengambilan sampel .....	39
3.6 Instrumen Penelitian .....	40
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	42
3.7.1 Data .....	42
3.7.2 Teknik pengumpulan data.....	43
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	43
3.8.1 Uji validitas .....	43
3.8.2 Uji reliabilitas.....	44
3.9 Teknik Analisis Data .....	44
3.9.1 Analisis deskriptif .....	45
3.9.2 Analisis inferensial.....	45
<b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	52
4.1.1 Karakteristik responden .....	54
4.2 Analisis Data.....	55
4.2.1 Analisis deskriptif .....	55
4.2.2 Analisis Inferensial .....	59
4.3 Pembahasan .....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	83
5.3 Saran .....	84
<b>DAFTAR RUJUKAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Kriteria Penilaian Indikator	37
Tabel 3.2	Kategori Nilai Mean Setiap Variabel	38
Tabel 3.3	Kisi-Kisi Kuesioner	41
Tabel 4.1	Total Penyebaran Kuesioner	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden	54
Tabel 4.3	Kategori Nilai <i>Mean</i> setiap Variabel	56
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap Variabel CSR	57
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek	58
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Variabel Niat Beli	59
Tabel 4.7	Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil	62
Tabel 4.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar	65
Tabel 4.9	Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar setelah di <i>Drop</i>	67
Tabel 4.10	<i>Correlations Among L Vs. with Sq. Rts. Of AVEs</i>	69
Tabel 4.11	<i>Path Coefficients dan P-Values</i>	70
Tabel 4.12	<i>R-Squared Coefficients</i>	70
Tabel 4.13	Uji Sobel	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Adenan, Mohd Amirul, Ali, Jati Kusuma and Rahman, Dayang Humida Abang Abdul (2018) .....	11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Mulaessa, Naveedullah and Wang, Hong (2017).....	13
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Rizal Bagus Setiawan dan Tatik Suryani (2014).....	15
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran .....	30
Gambar 3.1	Kerangka Variabel Mediasi .....	49
Gambar 3.2	Kerangka Variabel Tanpa Mediasi .....	49
Gambar 4.1	Model <i>Partial Least Squares Structural Equation Modelling</i> ..	60
Gambar 4.2	Hasil Estimasi Model.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian Sampel Kecil & Sampel Besar
- Lampiran 2 : Data Responden Sampel Kecil
- Lampiran 3 : Data Tabulasi Sampel Kecil
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 5 : Data Responden Sampel Besar
- Lampiran 6 : Data Tabulasi Sampel Besar
- Lampiran 7 : Karakteristik Responden Sampel Besar
- Lampiran 8 : Data Statistik Tanggapan Responden Sampel Besar
- Lampiran 9 : Hasil Analisis Inferensial PLS-SEM
- Lampiran 10 : Jadwal Penulisan Skripsi
- Lampiran 11 : Berkas Lain-Lain





**THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) ON  
PURCHASE INTENTION THROUGH BRAND IMAGES AS A  
VARIABLE MEDIATION IN TELKOM PRODUCT  
IN SURABAYA**

Mochammad Abdul Muid Al Choiri

2015210875

[abdulmuid1403@gmail.com](mailto:abdulmuid1403@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Corporate social responsibility (CSR) is a concepts where companies combine or integrate social and environmental problems into their business operations. This concept requires companies that need to pay attention to social and environmental issues when carrying out their business operations. The aim of this research are to find more information and empirical evidence about the influence of corporate social responsibility and brand images to purchase intention and the influence of brand images in mediating the relationship between corporate social responsibility (CSR) to purchase intention. This research uses 110 Surabaya people who are at least 20 years old who have never used Telkom products and intend to buy Telkom products, have knowledge about corporate social responsibility programs implemented by Telkom. This is a quantitative research, which data will be analyzed by using Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). The result of this research shows that corporate social responsibility (CSR) have no significant effect on purchase intention, corporate social responsibility (CSR) have significant effect on brand images, brand images have significant effect on purchase intention brand images can't mediate the relationship between corporate social responsibility (CSR) on purchase intention. This result are expected to be used as material for consideration for Telkom to make new policies so that people are more intent on buying Telkom products.*

*Keyword: purchase intention, corporate social responsibility (CSR) and brand images.*

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR) TERHADAP NIAT  
BELI MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI PADA PRODUK TELKOM  
DI SURABAYA**

Mochammad Abdul Muid Al Choiri  
2015210875  
abdulmuid1403@gmail.com

**ABSTRAK**

Tanggung jawab sosial (CSR) merupakan sebuah konsep dimana perusahaan menggabungkan atau mengintegrasikan masalah sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis mereka. Konsep ini menekankan bahwa perusahaan perlu untuk memperhatikan masalah sosial dan lingkungan disamping menjalankan operasi bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi dan bukti empiris adanya pengaruh tanggung jawab sosial (CSR) dan citra merek terhadap niat beli serta pengaruh citra merek dalam memediasi hubungan antara tanggung jawab sosial (CSR) terhadap niat beli. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Surabaya yang berusia minimal 20 tahun yang belum pernah menggunakan produk Telkom dan berniat untuk membeli produk Telkom serta memiliki pengetahuan mengenai program tanggung jawab sosial (CSR) yang diterapkan oleh Telkom. Responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil pengujian mengindikasikan bahwa tanggung jawab sosial (CSR) tidak berpengaruh terhadap niat beli, tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh terhadap citra merek, citra merek berpengaruh terhadap niat beli dan citra merek tidak dapat memediasi hubungan antara tanggung jawab sosial (CSR) terhadap niat beli. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan Telkom untuk membuat kebijakan baru agar masyarakat lebih berniat untuk membeli produk Telkom.

Kata kunci: niat beli, tanggung jawab sosial (CSR) dan citra merek.