

ABSTRAK

PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA SIKAP KONSUMEN TERHADAP AQUA Studi Kasus pada Mahasiswa Kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Joni
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2009

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Sikap konsumen terhadap program CSR yang diselenggarakan oleh Aqua; 2) Karakteristik psikografis konsumen yang mempunyai sikap paling positif terhadap CSR yang diselenggarakan oleh Aqua; 3) Pengaruh sikap terhadap CSR pada kepuasan konsumen; 4) Pengaruh sikap terhadap CSR pada minat beli konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan studi kasus pada Mahasiswa Kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Purposive Convenience Sampling*. Uji Validitas menggunakan teknik Korelasi *Pearson's Product Moment* dan Uji Reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Persentase, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji Asumsi Klasik, dan Uji t.

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa: 1) Konsumen mempunyai sikap yang positif terhadap program CSR. 2) Karakteristik psikografis konsumen yang mempunyai sikap paling positif terhadap CSR yang diselenggarakan oleh Aqua adalah tanggung jawab pribadi dan sosial. 3) Sikap terhadap CSR berpengaruh positif pada kepuasan konsumen. 4) Sikap terhadap CSR berpengaruh positif pada minat beli konsumen.

ABSTRACT

INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAM ON CONSUMER ATTITUDE TOWARD AQUA A Case Study on College Students of Sanata Dharma University in Campus 1 Yogyakarta

Joni
Management Study Program of Economics Faculty
Sanata Dharma University Yogyakarta
2009

The objectives of this research were to know: 1) Consumers' attitude toward CSR program conducted by Aqua; 2) Influence of consumers' psychographic characteristics on their attitude toward CSR; 3) Influence of consumers' attitude on satisfaction; 4) Influence of consumers' attitude towards CSR on purchase intention.

The research was a case study on college students of Sanata Dharma University in Campus 1 in Yogyakarta. The data were collected by distributing questionnaires to respondents. The population of this research was the college students of Sanata Dharma University in Campus 1 in Yogyakarta. There were 100 respondents as the research samples. The sampling technique used in this research was Purposive Convenience Sampling. The techniques of data analysis used in this research were the Percentage Analysis, Multiple Regression Analysis, and Simple Linier Regression Analysis.

Based on the data analysis, it can be concluded that: 1) Consumers' had positive attitude toward the CSR program. 2) Consumers' psychographic characteristics which influenced attitude toward CSR was "personal and social responsibility". 3) The attitude toward CSR influenced customers' satisfaction. 4) The attitude toward CSR influenced consumers' purchase intention.