

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Pernyataan Keaslian.....	v
Motto.....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel .....	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
Abstrak.....	xix
Abstract .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
1. Kegunaan Secara Teoretis .....	10
2. Kegunaan Secara Praktis .....	10
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	11
G. Penegasan Istilah .....	11

1. Definisi Konseptual .....	11
2. Definisi Operasional .....	12
H. Sistematika Pembahasan Skripsi .....	13
BAB II LANDASAN TEORI .....	15
A. Kerangka Teori .....	15
1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	15
a. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	15
b. Arti Penting <i>Corporate Social Responsibility</i> bagi Perusahaan .....	17
c. Pendekatan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	19
d. Prinsip-prinsip Utama <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	19
e. <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Islam .....	23
2. <i>Service Quality</i> .....	28
a. Pengertian <i>Service Quality</i> .....	28
b. <i>Service Quality</i> dalam Islam.....	29
c. Dimensi <i>Service Quality</i> .....	31
d. Etika <i>Service</i> .....	35
3. <i>Marketing Mix</i> .....	37
a. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	37
b. Elemen <i>Marketing Mix</i> .....	38
4. <i>Corporate Image</i> .....	41
a. Pengertian <i>Corporate Image</i> .....	41
b. Proses Pembentukan <i>Corporate Image</i> .....	43
c. Indikator <i>Corporate Image</i> .....	46
d. Manfaat <i>Corporate Image</i> .....	47
B. Penelitian Terdahulu.....	47
C. Kerangka Konseptual .....	60
D. Hipotesis Penelitian .....	61
BAB III METODE PENELITIAN .....	62
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	62
1. Pendekatan Penelitian.....	62

2. Jenis Penelitian .....	62
B. Populasi, Sampel dan Sampling .....	63
1. Populasi .....	63
2. Teknik Sampling .....	63
3. Sampel .....	64
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya .....	66
1. Sumber Data .....	66
2. Variabel Penelitian .....	67
3. Skala Pengukuran .....	68
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	69
1. Teknik Pengumpulan Data .....	69
2. Instrumen Penelitian .....	70
E. Analisis Data .....	71
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
a. Uji Validitas.....	72
b. Uji Reliabilitas .....	73
2. Uji Asumsi Klasik .....	74
a. Uji Normalitas .....	74
b. Uji Multikolinieritas .....	75
c. Uji Heteroskedastisitas .....	75
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	76
4. Uji Hipotesa.....	77
a. Uji T.....	77
b. Uji F.....	78
c. Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ).....	78
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>79</b>
A. Profil Lembaga .....	79
B. Profil Responden .....	87
C. Karakteristik Responden.....	88
D. Deskripsi Data .....	91
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	97
1. Uji Validitas.....	97

2. Uji Reliabilitas .....	99
F. Uji Asumsi Klasik .....	99
1. Uji Normalitas .....	100
2. Uji Multikolinieritas .....	101
3. Uji Heteroskedastisitas .....	102
G. Uji Regresi Linier Berganda.....	103
H. Uji Hipotesa.....	106
1. Uji t.....	106
2. Uji F.....	109
3. Koefisien Determinasi .....	111
BAB V PEMBAHASAN.....	112
A. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Corporate Image</i> .....	112
B. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i> .....	115
C. Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap <i>Corporate Image</i> .....	117
D. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility, Service Quality, dan Marketing Mix</i> terhadap <i>Corporate Image</i> .....	119
BAB VI PENUTUP .....	121
A. Kesimpulan.....	121
B. Saran .....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	129
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	177