

ABSTRAK

SUMIATI 2017, “*Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility terhadap citra perusahaan pada PT. Hadji Kalla (toyota) cabang Sultan Alauddin Makassar*”. SKRIPSI Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. (Pembimbing 1 H. Muchram. BL dan Asri Jaya).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh baik secara bersama-sama maupun parsial antara CSR (*corporate social responsibility*) terhadap citra perusahaan PT.HADJI KALLA (Toyota) cabang Sultan Alauddin, Makassar, yang diukur dari variabel-variabel CSR, yaitu *profit*, *peolpe* dan *planet*. Diharapkan dari informasi yang diperoleh dapat digunakan oleh perusahaan untuk menambah kegiatan-kegiatan CSR dan kualitas program CSR sehingga lebih dapat meningkatkan lagi citra perusahaan di masa yang akan datang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian dengan menggunakan data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT.HADJI KALLA (Toyota) cabang Sultan Alauddin kota Makassar dan sebanyak 96 orang dewasa yang dijadikan sampel penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dan parsial dengan menggunakan SPSS 22.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam konsep CSR (*corporate social responsibility*) yang terdiri dari *profit* (X1) $t_{hitung} (1,750) > t_{tabel} (1,6449)$, *people* (X2) $t_{hitung} (1,896) > t_{tabel} (1,6449)$, secara simultan mempunyai pengaruh dan hubungan yang signifikan terhadap citra perusahaan (Y). Sedangkan *planet* (X3) $t_{hitung} (1,635) < t_{tabel} (1,6449)$ tidak mempunyai pengaruh terhadap citra perusahaan (Y). *People* (X2) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh lebih besar dan dominan terhadap variabel citra perusahaan (Y).

Keywords : CSR, *profit*, *people*, *planet*.