

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kontribusi Penelitian.....	11
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penelitian.....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS/.....	14
2.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Persepsian.....	14
2.2 Niat Mengejar Pekerjaan.....	17
2.3 Perceived Organizational Prestige.....	18
2.4 Kesadaran Sosial-Lingkungan.....	19
2.5 Perumusan Hipotesis.....	20
2.5.1 Pengaruh Langsung CSR Persepsian terhadap JPI.....	20
2.5.2 POP sebagai Pemediasi Pengaruh CSR Persepsian terhadap JPI... ..	22
2.5.3 SEC sebagai Pemoderasi Pengaruh Tidak Langsung CSR Persepsian terhadap JPI melalui POP.....	23
2.6 Model penelitian.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	27
3.4.1 CSR Persepsian.....	27
3.4.2 Niat Mengejar Pekerjaan.....	28
3.4.3 <i>Perceived Organizational Prestige</i>	28
3.4.4 Kesadaran Sosial-Lingkungan.....	29
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.5.1 Uji Validitas.....	29
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.6 Metode Analisis data.....	30
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	32
4.2 Profil Responden.....	33
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	35
4.3.1 Uji Validitas.....	35
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.3.3 Statistik Deskriptif.....	38
4.4 Pengujian Hipotesis.....	39
4.4.1 Pengujian Hipotesis 1.....	39
4.4.2 Pengujian Hipotesis 2.....	40
4.4.3 Pengujian Hipotesis 3.....	41
4.5 Pembahasan.....	45
4.5.1 CSR Persepsian Berpengaruh Positif terhadap JPI.....	45
4.5.2 POP Memediasi Pengaruh Positif CSR Persepsian terhadap JPI...47	
4.5.3 SEC Memoderasi Hubungan antara CSR Persepsian dan JPI yang Dimediasi oleh POP.....	48
BAB 5 PENUTUP.....	50
5.1 Simpulan.....	50
5.2 Implikasi.....	51
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	51
5.2.2 Implikasi Praktis.....	51
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	52
5.4 Saran Penelitian.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	61