

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi terhadap keputusan pembelian pelanggan perbankan di Indonesia serta mengetahui bagaimana pengaruh aktivitas kegiatan CSR terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan distribusi kuesioner sebagai teknik pengambilan data. Responden penelitian ini adalah 104 generasi milenial dan Z yang terdaftar di minimal satu bank diantara Bank Rakyat Indonesia, Bank Mandiri, Bank Central Asia, dan Bank Negara Indonesia. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab ekonomi dan etika berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan tanggung jawab hukum dan filantropi tidak menunjukkan pengaruh. Dari keempat jenis, tanggung jawab ekonomi memberikan pengaruh terbesar.

Kata kunci : *corporate social responsibility*, keputusan pembelian, perbankan.

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of perceptions of Corporate Social Responsibility (CSR), namely economic, legal, ethical, and philanthropic responsibilities on purchasing decisions of banking customers in Indonesia and to find out how CSR activities influence purchasing decisions. This research is quantitative research with the distribution of questionnaires as a data collection technique. Respondents to this study were 104 millennials and Z generations registered at at least one bank including Bank Rakyat Indonesia, Bank Mandiri, Bank Central Asia, and Bank Negara Indonesia. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis to test the research hypothesis. The study results show that economic and ethical responsibility positively affect purchasing decisions, while legal responsibility and philanthropy have no effect. Of the four types, economic responsibility exerts the most significant influence.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility, purchasing decisions, banking*