

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	37
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	63
1.4. Tujuan Penelitian.....	64
1.5. Manfaat Penelitian.....	64
1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	67
1.7. Sistematika Penulisan.....	68
 <b>BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	 <b>69</b>
2.1. Landasan Teori .....	69
2.1.1. Teori Pemangku Kepentingan .....	69
2.1.2. Teori Legitimasi.....	88
2.1.3. Perilaku Konsumen.....	92
2.2. Tinjauan Pustaka dan Hipotesis .....	102
2.2.1. Tinjauan Pustaka.....	102
2.2.2. Penelitian Terdahulu .....	130
2.2.3. Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Keputusan Pembelian.....	135
2.2.5. Model Penelitian .....	139
 <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	 <b>140</b>

3.1. Desain Penelitian .....	140
3.1.1. Tujuan studi .....	140
3.1.2. Lingkungan penelitian .....	140
3.1.3. Dimensi waktu .....	140
3.1.4. Ruang lingkup.....	140
3.1.5. Metode pengumpulan data.....	141
3.1.6. Tingkat rumusan masalah .....	141
3.1.7. Pengendalian variabel oleh peneliti .....	142
3.2. Definisi Operasional Variabel .....	142
3.3. Populasi dan Sampel .....	146
3.3.1. Populasi.....	146
3.3.2. Teknik Pengambilan Sampel .....	146
3.3.3. Sampel .....	147
3.3.4. Objek Penelitian.....	148
3.4. Instrumen Penelitian.....	150
3.4.1. Uji Validitas .....	173
3.4.2. Uji Reliabilitas .....	174
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	175
3.6. Teknik Analisis Data .....	177
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	179
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	179
3.6.3. Analisis Koefisien.....	181
3.6.4. Uji Hipotesis .....	183
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>186</b>
4.1. Deskripsi Data .....	186
4.1.1. Pre-test .....	186
4.1.2. Responden Penelitian.....	188
4.1.3. Analisis Statistik Deskriptif .....	197
4.1.4. Uji Asumsi Klasik.....	223
4.1.5. Analisis Koefisien.....	226
4.2. Pengujian Hipotesis .....	228
4.2.1. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	228
4.2.2. Uji t .....	229

4.3. Pembahasan / Diskusi.....	230
4.3.1. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap keputusan pembelian produk <i>blue beauty</i> .....	230
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>247</b>
5.1. Simpulan.....	247
5.2. Keterbatasan .....	247
5.3. Implikasi .....	249
5.3.1. Implikasi Praktis .....	249
5.3.2. Implikasi Teoretis .....	253
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>255</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>307</b>