

SKRIPSI

**Peran Program CSR dengan Strategi *Cause Related Marketing* dalam
rangka Pemberdayaan Konsumen
(Studi Kasus program “Satu untuk Sepuluh” Aqua)**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Kesarjanaan S1 pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UGM



Oleh :

AGUNG PRABOWO 07/257596/SP/22507

JURUSAN PEMBANGUNAN SOSIAL DAN KESEJAHTERAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2016