



Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility dan Corporate Image terhadap Loyalitas Nasabah Industri Perbankan (Studi Kasus Bank Rakyat Indonesia dan Bank Central Asia di Daerah Istimewa Yogyakarta)

INTAN PERMATASARI, Sony Warsono, MAFIS., Ak., CA., Ph.D

PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN CORPORATE IMAGE TERHADAP LOYALITAS NASABAH INDUSTRI PERBANKAN (STUDI KASUS PADA BANK RAKYAT INDONESIA DAN BANK CENTRAL ASIA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)

Intan Permatasari (17/411770/EK/21420)

Dosen Pembimbing: Sony Warsono, MAFIS., Ak., CA., Ph.D

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah industri perbankan. Loyalitas nasabah yang diuji dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah dari Bank Rakyat Indonesia dan Bank Central Asia yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kedua bank tersebut dipilih dengan tujuan untuk membandingkan perbedaan yang terdapat di dalamnya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan distribusi kuisioner digunakan sebagai instrumen pengambilan data. Sampel penelitian ini adalah nasabah dari BRI, BCA, serta nasabah BRI dan BCA berusia 17 - 55 tahun yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* dan *corporate image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah industri perbankan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa apabila dilakukan perbandingan, dengan keadaan bahwa BRI dan BCA menerapkan CSR dan memiliki *corporate image* pada tingkat sama, maka pengaruh positif penerapan CSR dan *corporate image* terhadap loyalitas nasabah akan lebih tinggi di BCA dibandingkan di BRI.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, *corporate image*, loyalitas nasabah, lembaga perbankan.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility dan Corporate Image terhadap Loyalitas Nasabah Industri Perbankan (Studi Kasus Bank Rakyat Indonesia dan Bank Central Asia di Daerah Istimewa Yogyakarta)

INTAN PERMATASARI, Sony Warsono, MAFIS., Ak., CA., Ph.D

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IMPLEMENTATION AND CORPORATE IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY OF THE BANKING INDUSTRY (CASE STUDY ON BANK RAKYAT INDONESIA AND BANK CENTRAL ASIA IN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)

Intan Permatasari (17/411770/EK/21420)

Thesis Supervisor: Sony Warsono, MAFIS., Ak., CA., Ph.D

Abstract

This study aims to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) implementation and corporate image on customer loyalty in the banking industry. Customer loyalty tested in this study is customer loyalty from Bank Rakyat Indonesia and Bank Central Asia who are domiciled in the Special Region of Yogyakarta. These banks were chosen to compare the differences in them. This research is quantitative research and the distribution of questionnaires is used as a data collection instrument. The sample of this research is BRI, BCA, and BRI and BCA customers aged 17 - 55 years who live in the Special Region of Yogyakarta. Multiple linear regression analysis method were used in this study to answer the research hypothesis. The results showed that the variables of Corporate Social Responsibility and corporate image had a positive and significant influence on customer loyalty in the banking industry. This study also proves that if a comparison is made, with the condition that BRI and BCA implement CSR and have a corporate image at the same level, the positive influence of CSR implementation and corporate image on customer loyalty will be higher at BCA than at BRI.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, corporate image, loyalitas nasabah, lembaga perbankan.*