

## **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN JNE CABANG UTAMA PURWAKARTA**

**Bheben Oscar - Mahsha Gianina**

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Politeknik Pos Indonesia

Email : [bheben.oscar@gmail.com](mailto:bheben.oscar@gmail.com) - [mahshagianina20@gmail.com](mailto:mahshagianina20@gmail.com)

### ***Abstract***

*For companies that have a business that is well known to the wider community, a form of social concern is highly expected by the community. Basically, the company's concern for CSR programs is very necessary to maintain good relations between the company and the community around the company. Company image can be influenced by one of them, namely Corporate Social Responsibility. This research was conducted with the aim of knowing how much influence the Corporate Social Responsibility towards the company's image at PT Jalur Nugraha Ekakurir, Purwakarta Main Branch. In this study using a quantitative design with data collection techniques using a questionnaire. The method used in this research is descriptive analysis and simple linear analysis. From the results of the research conducted shows that the sig value is smaller ( $<$ ) 0.10. So it can be concluded that Corporate Social Responsibility has a positive and significant effect on Company Image. The magnitude of the influence of Corporate Social Responsibility on Company Image at PT. Nugraha Ekakurir, Purwakarta Main Branch, is worth 0.599 which means that 59.9% of the Company's Image can be influenced by Corporate Social Responsibility.*

***Keywords:*** *Corporate Social Responsibility, Company Image*

### **1. PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Program *Corporate Social Responsibility* merupakan program yang mempunyai kepentingan untuk memperhatikan keuntungan bagi masyarakat banyak dan bukan untuk kepentingan perusahaan semata. *Corporate Social Responsibility* dapat digunakan perusahaan sebagai strategi pencitraan bagi perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan bagi masyarakat khususnya masyarakat di sekitar area perusahaan. Bagi perusahaan - perusahaan yang memiliki usaha cukup dikenal masyarakat luas, bentuk kepedulian sosial sangat diharapkan oleh masyarakat, pada dasarnya adanya kepedulian perusahaan akan program *Corporate Social Responsibility* sangat diperlukan demi terjaganya hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar lingkungan

perusahaan. Selain itu perusahaan sebagai salah satu pelaku ekonomi tentunya mempunyai peranan yang sangat penting terhadap kelangsungan hidup perekonomian dan masyarakat luas. Meskipun mereka telah berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, produk, dan jasa namun tekanan pada bisnis untuk berperan dalam isu-isu social yang melibatkan karyawan, stakeholder, masyarakat, lingkungan dan pemerintah terus meningkat. Sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan sekaligus membantu pemerintah dalam memerangi kemiskinan serta mengurangi kesenjangan social, PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta memiliki beberapa jenis

program CSR yang telah membantu dan diimplementasikan pada masyarakat yang berada disekitar PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta. Diantaranya yang terdiri dari berbagai bidang, seperti JNE pendidikan, sosial dan JNE komunitas.

Seperti kegiatan CSR yang dilakukan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta di bidang social yaitu JNE Purwakarta bersama dengan warga berpartisipasi memberikan donasi berupa sembako kepada panji jompo dan dhuafa yang terdampak Covid-19 di kelurahan Nagri kaler, Kecamatan Purwakarta. Serta diselenggarakan acara pembantuan alat medis yang disalurkan ke Rumah sakit dan tenaga medis di berbagai daerah yang membutuhkan. Selain itu dibidang komunitas untuk memajukan UKM, JNE Purwakarta mengadakan seminar yang dihadiri Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purwakarta mengapresiasi kegiatan yang dihadiri ari 100

peserta UKM Purwakarta. Di bidang Pendidikan JNE Purwakarta turut berkontribusi memberikan donasi berupa 10.000 paket belajar dirumah untuk adik adik PAUD, TK dan SD 1&2 di 5 provinsi epicentrum Covid-19 dan membantu biaya pendidikan bagi yang tidak mampu. Kegiatan lain yang dilakukan yaitu mengadakan program terjaganya keamanan (Poskambling) dilingkungan warga sekitar PT JNE Purwakarta serta bergotong royong mengadakan kegiatan lingkungan yang asri di Purwakarta.

## Tinjauan Pustaka

### *Corporate Social Responcibility*

Menurut Kotler dan Lee (2016), *Corporate Social Responcibility* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. Rusdianto

← Postingan (2016)



142 tayangan

 jne.purwakarta



66 suka

mendefinisikan *Corporate Social Responcibility* sebagai sebuah komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas komunitas local pada masyarakat secara lebih luas.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responcibility* (CSR) adalah kegiatan yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan hubungan yang baik antar perusahaan dan masyarakat sehingga terjalinnya kesan yang baik pada perusahaan.

Menurut Ilona V. O. Situmeang (2016), *Corporate Social Responcibility* sebagai komunikasi organisasi perusahaan yang ditunjukkan kepada masyarakat merupakan sebuah ide dan gagasan, dimana perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijakpada single bottom line, yaitu nilai

perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. Tetapi juga dihadapkan pada CSR harus berpijak pada *triple bottom lines*. Disini *bottom lines* lainnya selain ekonomi adalah social dan lingkungan.

- a. Aspek social adalah tanggung jawab terhadap dampak social yang diakibatkan oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap bidang pendidikan, keagamaan, kesehatan, kesenian, olahraga, kegiatan social lainnya dan membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar.
- b. Aspek ekonomi adalah dampak ekonomi dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan berkomitmen membantu mensejahterakan masyarakat melalui beberapa program-program CSR dengan dana yang diperoleh dari perusahaan.
- c. Aspek lingkungan adalah mampu menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan turut menyediakan sarana – sarana dalam menjaga lingkungan sekitar dan dapat mengelola limbah dan polusi dengan baik.

### **Citra Perusahaan**

Citra perusahaan merupakan persepsi dari suatu organisasi yang direkam di memori konsumen dan berkerja sebagai filter yang mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan. Citra menunjukkan kesan suatu objek terhadap objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya.

Menurut (Papeo, 2018) citra adalah persepsi masyarakat terhadap organisasi didasari pada apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang organisasi yang bersangkutan. Citra yang baik merupakan salah satu alat yang penting bagi setiap perusahaan, bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau jasa, melainkan juga dapat memperbaiki sikap

kepuasan pelanggan terhadap organisasi/perusahaan.

Menurut (David & Lego, 2016) citra perusahaan adalah cara masyarakat memandang perusahaan, produk dan segala akibat keberadaan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap masyarakat.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan merupakan hasil dari proses persepsi dan opini individu terhadap aktivitas yang dilakukan perusahaan. Persepsi sendiri merupakan cara pandang yang dimiliki individu yang berbeda dengan individu lain. Persepsi terbentuk karena adanya informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa. Persepsi yang baik dari masyarakat terhadap perusahaan akan membentuk citra yang baik bagi perusahaan dan sebaliknya, persepsi yang buruk dari masyarakat akan membentuk citra yang jelek bagi perusahaan.

Menurut Pasaribu (2016) ada beberapa dimensi dari Citra Perusahaan. Diantaranya sebagai berikut :

- a. *Personality*  
Seluruh karakteristik perusahaan yang dipahami oleh public seperti perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial dan dapat dipercaya.
- b. *Reputation*  
Berkaitan dengan kegiatan atau hal yang telah dilakukan perusahaan seperti kinerja keamanan dalam bertransaksi di sebuah perusahaan dan hal tersebut sudah diakui oleh public.
- c. *Value*  
Nilai atau budaya yang dimiliki oleh suatu perusahaan seperti bagaimana bersikap terhadap permintaan dan keluhan konsumen.

d. *Corporate Identity*

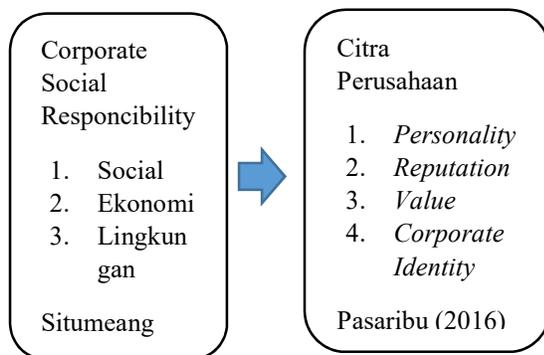
Komponen yang dimiliki perusahaan untuk mempermudah pengenalan ke public atau masyarakat seperti logo, slogan, dan warna yang menjadi dominan bagi perusahaan.

**2. Faktor pembentuk Citra**

Menurut Gassing (2016) faktor pembentuk Citra diantaranya :

- a. Identitas fisik, dimana suatu organisasi bisa dikenal dari identitas yang dipakainya seperti identitas visual, audio, maupun media komunikasinya dimana identitas dapat menjadi pengenalan organisasi tersebut.
- b. Identitas nonfisik, yang melekat pada suatu organisasi yang tidak dapat dilihat seperti sejarah, struktur organisasi, susunan manajemen dan lain-lain
- c. Kualitas Mutu dan pelayanan artinya suatu Citra Perusahaan juga dilihat dari bagaimana produk yang ia hasilkan, gaimana mutu dan kualitasnya produk yang baik mencerminkan perusahaan yang baik.
- d. Aktivitas dan pola hubungan dimana perusahaan dengan produk yang baik pasti memiliki hubungan yang baik dengan para relasi maupun konsumen yang memperlihatkan tanggung jawab dan Citra Perusahaan yang baik.

**Kerangka Pemikiran**



**2 METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti

dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat potivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, Sugiyono (2018; 8). Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan pada fenomena fenomena yang objektif dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel-sampel tertentu. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menerima program CSR PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta) yang jumlahnya 120 orang yang menerima bantuan program CSR. Pengujian dalam penelitian ini mengambil signifikasnsi sebesar 10%. Pengujian validitas harus mengkorelasikan skor item dengan total item dan dinyatakan *valid* jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  Pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* yaitu dinyatakan *reliable* jika nilainya diatas 0,6 (Bruno, 2019). Pengujian normalitas menggunakan Kolmogorof Smirnov yang memiliki syarat *Asymp. Sig > 0,050* untuk dinyatakan data tersebar normal. Selain itu juga normalitas mengguakan P-Plot dan Histogram. Penjelasan deskriptif dilakukan dengan penggunaan skala likert dan garis kontinum dengan kriteria sangat tidak baik, tidak baik, kurang baik, baik, dan sangat baik. Penelitian ini juga dilakukan dengan menganalisa regresinya dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Pengujian hipotesis juga dilakukan dengan menggunakan uji f maupun uji t. Syarat uji f yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Syarat uji t yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas**

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Corporate Sosial Responcibility (X)

PERNYATAAN	R <sub>HITUNG</sub>	R <sub>TABEL</sub>	KETERANGAN
X1.1	790	0,2329	VALID
X1.2	883	0,2329	VALID
X2.1	833	0,2329	VALID
X2.2	877	0,2329	VALID
X3.1	891	0,2329	VALID
X3.2	931	0,2329	VALID

Dari hasil tabel data diatas bahwa keseluruhan pernyataan yang dimuat pada kuesioner penelitian ini memiliki nilai r hitung > r tabel. Sehingga, seluruh pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil uji Validitas Citra Perusahaan (Y)

PERNYATAAN	R <sub>HITUNG</sub>	R <sub>TABEL</sub>	KETERANGAN
Y1.1	747	0,2329	VALID
Y.2	822	0,2329	VALID
Y1.3	784	0,2329	VALID
Y1.4	800	0,2329	VALID
Y2.1	846	0,2329	VALID
Y2.2	898	0,2329	VALID
Y3.1	855	0,2329	VALID
Y3.2	872	0,2329	VALID
Y4.1	894	0,2329	VALID
Y4.2	854	0,2329	VALID
Y5.1	784	0,2329	VALID
Y5.2	797	0,2329	VALID

Dari hasil tabel data diatas bahwa keseluruhan pernyataan yang dimuat pada kuesioner penelitian ini memiliki nilai r hitung > r tabel. Sehingga, seluruh pernyataan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	3

Dari hasil analisis diatas dikatakan bahwa koefisien reliabilitas untuk variable Corporate Social Responcibility (X) sebesar 0,787. Sehingga instrument penelitian variable CSR dinyatakan reliable dan layak untuk dijadikan variable dalam pengukuran penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	5

Dari hasil analisis diatas dikatakan bahwa koefisiensi reliabilitas untuk variable Citra Perusahaan (Y) sebesar 0,904. Sehingga instrument penelitian variable Citra Perusahaan dinyatakan reliable dan layak untuk dijadikan variable dalam pengukuran penelitian.

### Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Penelitian

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual	
N	51	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.98095648
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.076
	Negative	-.109
Test Statistic	.109	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.189 <sup>c</sup>	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Asymp. Sig>0,10

0,189>0,10 berarti normal.

Dari hasil tabel uji normalitas diatas dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,189, sehingga memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,10 yang berarti normal.

### Analisis Deskriptif

Tabel 6 Rata-rata Variabel CSR (X)

NO	PERNYATAAN	SUM	SKOR RATA-RATA
X1.1	Kegiatan social yang dilakukan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta menghasilkan dampak positif.	214	4,20
X1.2	Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta Memberi tunjangan pendidikan/beasiswa kepada masyarakat yang tidak mampu.	199	3,90
X2.1	Mengadakan berbagai pelatihan yang bermanfaat kepada masyarakat sekitar PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta.	205	4,02
X2.2	PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta	211	4,14

	membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar		
X3.1	PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta Ikut dalam gotong royong melestarikan lingkungan yang asri.	207	4,06
X3.2	PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta mengadakan kegiatan poskambing secara rutin agar terjaganya keamanan	195	3,82
<b>Rata-Rata Total Variabel X</b>		<b>1231</b>	<b>4,02</b>

Berdasarkan keseluruhan tabel diatas untuk keseluruhan Variabel X berkriteria Baik dengan Skor Rata-rata 4,02. Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dimensi yang paling tinggi atau lebih besar yaitu dengan skor 214, sedangkan dimensi yang paling rendah atau kecil yaitu dengan skor 195.

Tabel 7. Rata-rata Variabel Citra Perusahaan (Y)

NO	PERNYATAAN	SUM	SKOR RATA-RATA
Y1.1	Pelayanan yang dilakukan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta sudah sesuai dengan harapan konsumen.	203	3,98

Y.2	Pengemasan paket yang dilakukan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta sudah sesuai dengan keinginan konsumen.	197	3,86
Y1.3	Saya merasa puas menggunakan layanan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta	197	3,86
Y1.4	PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta tanggap dalam menangani komplain	194	3,80
Y2.1	Konsumen sudah percaya apabila menggunakan jasa paket dari PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta	204	4,00
Y2.2	Ketepatan waktu pengiriman barang yang dilakukan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta sudah sesuai harapan.	192	3,76

Y3.1	Promosi yang dilakukan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta sudah sesuai yang diharapkan konsumen.	201	3,94
Y3.2	Pelayanan yang diberikan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta sesuai dengan promosi yang dilakukan.	191	3,75
Y4.1	Merasakan manfaat pelayanan yang diberikan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta	191	3,75
Y4.2	Memilih layanan jasa PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta) karena kegiatan CSR yang dilakukan.	203	3,98
Y5.1	Menanggapi secara positif kegiatan CSR yang dilakukan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor	199	3,90

	Cabang Utama Purwakarta		
Y5.2	Saya akan tetap menggunakan layanan pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Utama Purwakarta secara berkelanjutan.	203	3,98
<b>Rata-Rata Total Variabel Y</b>		<b>2375</b>	<b>3,88</b>

Berdasarkan keseluruhan tabel diatas untuk keseluruhan Variabel Y ber kriteria Baik dengan Skor Rata-rata 3,88. Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dimensi yang paling tinggi atau lebih besar yaitu dengan skor 204, sedangkan dimensi yang paling rendah atau kecil yaitu dengan skor 191.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 8 Analisis Regresi Linear Sederhana

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 <sup>a</sup>	.599	.573	5.13746

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel *Model Summary* diatas , dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai R sebesar 0,774 berarti hubungan atau pengaruh antara *Corporate Sosial Responcibility* terhadap Citra Perusahaan sebesar 77,4% yang artinya hubungan atau pengaruh yang kuat terhadap antar variabel.
2. Nilai R square adalah 0,599 dimana memiliki arti 59,9% *Corporate Sosial Responcibility* PT JNE Cabang Utama

Purwakarta dapat dipengaruhi oleh Citra Perusahaan. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

#### a. Uji F (Simultan)

Tabel 9 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1850.013	3	616.671	23.364	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1240.496	47	26.394		
Total		3090.510	50			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

$$F_{tabel} = k ; n - k - 1$$

$$F_{tabel} = 1 ; 51 - 1 - 1$$

$$F_{tabel} = 1 ; 49$$

$$F_{tabel} = 2,81$$

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa nilai Fhitung > Ftabel yaitu 23.364 > 2,81.

#### b. Uji T (Parsial)

Tabel 10 Hasil uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.656	4.321		2.466	.017
	X	1.488	.177	.769	8.426	.000

a. Dependent Variable: Y

$$Y = a + bx$$

$$Y = 10.656 + 1,488x$$

Dari tabel diatas mengetahui bahwa nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari kriteria signifikansi 0,10. Sehingga variable CSR terhadap Citra Perusahaan yaitu signifikan.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh penerapan *Corporate Sosial Responcibility* terhadap Citra

Perusahaan di PT Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Utama Purwakarta berdasarkan analisis regresi linear sederhana bahwa koefisien sebesar 59,9% dengan koefisiensi bertanda positif sehingga dapat dikatakan bahwa jika variable *Corporate Sosial responsibility* meningkat, maka akan meningkatkan Citra Perusahaan sebesar 59,9%. Oleh karena itu semakin baik *Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan maka akan baik pula Citra Perusahaan PT JNE Cabang Utaman Purwakarta. Berdasarkan hasil uji simultan F, nilai sig lebih kecil ( $<$ ) 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan serta menyatakan bahwa hipotesis diterima. Besar pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap Citra Perusahaan PT JNE Cabang Utaman Purwakarta bernilai 0,599% berdasarkan koefisiensi determinasi dalam hal ini berarti 59,9% Citra perusahaan PT JNE Cabang Utaman Purwakarta dapat dipengaruhi oleh *Corporate Sosial Reponcibility*.

#### 4 KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai penerapan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap Citra Perusahaan di PT Jalur nugraha Ekakurir Cabang Utama Purwakarta, dapat disimpulkan :

Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel *Corporate Sosial Responsibility* yang terdiri dari Ekonomi (X1), Lingkungan (X2), dan Sosial (X3) terhadap variabel Citra Perusahaan PT Jalur

nugraha Ekakurir Cabang Utama Purwakarta. Berdasarkan hasil uji simultan F, nilai sig lebih kecil ( $<$ ) 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel CSR. Citra Perusahaan PT Jalur nugraha Ekakurir Cabang Utama Purwakarta menjadi bertambah baik seiring penerapan *Corporate Sosial Responsibility* yang telah dilakukan serta konsumenpun menjadi tertarik dan percaya menggunakan jasa pengiriman barang dari PT Jalur nugraha Ekakurir Cabang Utama Purwakarta.

##### Saran

Untuk perencanaan program *Corporate Sosial Responsibility* selanjutnya, perusahaan perlu lebih melibatkan seluruh aspek masyarakat agar program-program yang dilakukan benar-benar bermanfaat dan tepat guna bagi masyarakat. PT Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Utama Purwakarta harus mempertahankan penerapan program *Corporate Sosial Responsibility* yang sudah diterapkan serta meningkatkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* lainnya agar lebih lagi untuk meningkatkan Citra Perusahaan.

#### 5 REFERENSI

- Hardiani. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Brand Image (Citra Perusahaan) Studi Pada PT. Bank BRI Tbk (Persero) Cabang Makassar*. STIEM Bongaya.
- Yaskun. 2016. *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap CitraPerusahaan (Studi pada PT. Semen Indonesia (Persero), Tbk.)*. Universitas Islam. Lamongan.

- Viani. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.*
- Made. et. al. 2017. *Pengaruh Faktor Corporate Social Responsibility (Aspek Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan.* Universitas Udayana (Unud), Bali.
- Rusdian. et. al. 2020. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada CV. Cemilankunik Garut).*
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran.* Edisi 15. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- Dwi. Et. al. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responcibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Bank Danamon Indonesia TBK.* Universitas Telkom
- Novia. et. al. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional (Survei pada Konsumen Unilever di Indonesia Mengenai Program "Project Sunlight" PT Unilever Indonesia Tbk.).* Universitas Brawijaya Malang.
- Husni. et. al. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. PINDAD (Persero) di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang).* Universitas Brawijaya Malang.
- Sigit. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Pt. Pln (Persero) (Studi Pada Masyarakat Kota Malang Yang Menggunakan Bank Sampah Malang).* Universitas Brawijaya Malang.
- Kartika. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan PT. BNI (PERSERO), TBK (Survey Pada Pengunjung Café Sawah Desa Wisata Pujon Kidul).* Universitas Brawijaya malang.
- Dina. et. al. 2018. *Pengaruh Penerapan Strategi Csr (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. PERTAMINA (PERSERO).* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Mayasari. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Telekomunikasi Selular (Studi Pada Pengunjung Taman Singha Merjosari Malang Yang Menggunakan Loop Arena).* Universitas Brawijaya.