

## ABSTRAK

Bagi setiap perusahaan reputasi dan citra perusahaan merupakan aset yang tidak ternilai harganya. Salah satu unsur pembentuk tersebut adalah tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana realisasi CSR yang dilakukan bank Danamon, manfaat yang diterima masyarakat Pekalongan (khususnya di area pasar Grogolan), bagaimana citra bank Danamon dimata masyarakat Pekalongan, dan seberapa besar pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap citra perusahaan PT Bank Danamon Indonesia, Tbk.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan secara manual kepada para pedagang pasar Grogolan kota Pekalongan yang berjumlah 100 responden dengan total dua puluh enam butir pernyataan. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *nonprobability* dan untuk menjelaskan hasil dari penelitian digunakan teknik analisis regresi linier sederhana serta analisis deskriptif.

Adapun hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan bank Danamon berupa “Pasar Sejahtera” pada pasar Grogolan Kota Pekalongan termasuk dalam kriteria baik dan tingkat citra perusahaan bank Danamon tergolong baik pula. Sehingga program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan positif terhadap citra perusahaan Bank Danamon Indonesia Tbk.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan agar perusahaan mampu menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik dan realisasinya sesuai dengan program yang telah dibuat oleh perusahaan. Sehingga dapat mendatangkan manfaat untuk kedua belah pihak yaitu masyarakat dan perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility* (CSR) , Citra Perusahaan