

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi salah satu tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. CSR yang dilakukan pada dasarnya memiliki tujuan untuk mendapat izin beroperasi dari masyarakat. Berkembangnya CSR dapat menjadi strategi bisnis yang memberikan dampak terhadap citra perusahaan. Citra perusahaan yang baik dari perspektif konsumen akan menunjang keberlangsungan bisnis terutama model bisnis B2C. Dalam mempengaruhi citra perusahaan kegiatan CSR memiliki beberapa dimensi yang membentuk piramida yaitu *economic*, *legal*, *ethical*, dan *philanthropic*.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana CSR mempengaruhi citra perusahaan Auto2000 Asia Afrika. Aspek CSR yang digunakan dibuat lebih spesifik dengan menggunakan dimensi CSR atau lebih dikenal dengan Piramida CSR. Serta melihat bagaimana citra perusahaan dimata konsumen saat ini..

Metode yang digunakan ialah kuantitatif dengan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 100 konsumen Auto2000 Asia Afrika diambil dari rumus Slovin. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Pengambilan data menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis uji F dan uji T.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa CSR berpengaruh secara simultan terhadap citra perusahaan. Dimensi CSR yang berpengaruh signifikan terhadap ialah *economic*, dan *philanthropic* yang berpengaruh positif serta dimensi *ethical* yang berpengaruh negative terhadap citra perusahaan.

Perusahaan jika ingin mendapatkan efek yang baik terhadap citra perusahaan dari jalannya kegiatan CSR ini dapat memperkuat dimensi CSR *economic* karena dimensi tersebut masih dapat dimaksimalkan dibandingkan dimensi lainnya dan dimensi tersebut merupakan pengaruh terbesar terhadap citra perusahaan. Dengan begitu perusahaan mendapatkan manfaat yang lebih baik dari kegiatan CSR ini.

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