

ABSTRAK

Nama : Janica Caroline Chandra
Program Studi : Kewirausahaan
Judul : **KORELASI ANTARA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *BEHAVIORAL INTENTION* DI JAKARTA**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan korelasi antara *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) dengan *behavioral intention* (niat perilaku) pelanggan (secara keseluruhan) maupun secara niat perilaku spesifik yaitu: *purchase intention* (niat beli), *word-of-mouth*, *willingness-to-pay* (kesediaan untuk membayar) dan *loyalty intention* (niat loyalitas). Penelitian kuantitatif dilaksanakan terhadap 168 responden untuk mengetahui seberapa kuat hubungan korelasi antara CSR dan BI konsumen. Dalam penelitian ini, signifikansi hubungan korelasi antara variable juga di teliti. *Spearman correlation coefficient* menunjukkan hubungan korelasi positif yang cukup kuat dan signifikan antara CSR dan BI secara keseluruhan ($r = 0.477$). Secara individu, *purchase intention* memiliki nilai hubungan korelasi tertinggi ($r = 0.455$) yang diikuti oleh *word-of-mouth* ($r = 0.358$) dimana untuk *willingness-to-pay* dan *loyalty intention* memiliki nilai korelasi yang tergolong rendah ($r = 0.251$, $r = 0.299$). Hubungan korelasi positif antara CSR dan BI menandakan bahwa bila CSR dinaikan maka BI konsumen juga akan meningkat. Hasil data juga menandakan bahwa mayoritas konsumen kosmetik di Jakarta mendukung aktivitas-aktivitas CSR. Salah satu dimensi CSR yang sangat didukung oleh konsumen kosmetik Jakarta adalah *ethical responsibilities*. Diharapkan dengan meningkatkan aktivitas CSR, BI konsumen terhadap perusahaan-perusahaan kosmetik juga dapat meningkat terutama dalam *purchase intention* (intensi pembelian).

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Behavioral Intention, purchase intention, word-of-mouth, willingness-to-pay, loyalty intention*