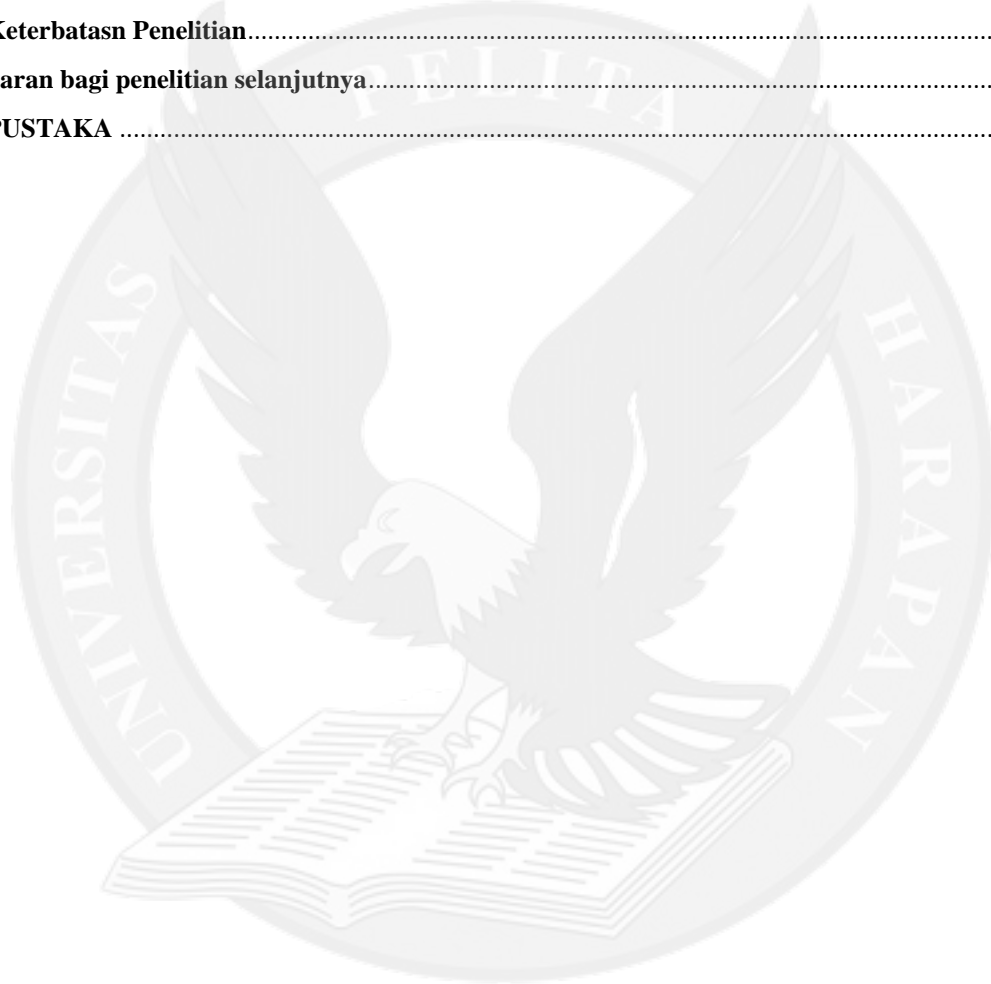


DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI DARI CO CREATION PADA PELANGGAN TELKOMSEL.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	10
2.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	10
2.2 <i>Co-creation</i>	15
2.3 Kepercayaan Pelanggan.....	18
2.4 Loyalitas Pelanggan.....	21
2.5 Hubungan Antar Variable.....	24
2.6 Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Unit Analisis.....	31
3.3 Operasional Variable Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.5 Pengumpulan Data.....	36
3.5.1 Sumber Data.....	36
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.6 Pre- tes kuesioner.....	39
3.7 Metode Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Profil Responden	43
4.2 Statistik Deskriptif	45
4.3 Statistik Inferensial	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Implikasi Teoritis	65
5.3 Implikasi Managerial.....	66
5.4 Keterbatasn Penelitian.....	69
5.5 Saran bagi penelitian selanjutnya.....	70
DAFTAR PUSTAKA	iv



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Resonales for responsible business.....	11
Tabel 2. 2 Lima perspektif CSR	14
Tabel 2. 3 Model hipotesis.....	30
Tabel 3. 1 Tabel Definisi konseptual dan definisi operasional setiap variabel.....	32
Tabel 4. 1 Jenis kelamin responden	43
Tabel 4. 2 Rentang usia responden	44
Tabel 4. 3 Domisili responden	44
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Corporate social responsibility	46
Tabel 4. 5 Deskriptif variabel <i>Co-creation</i>	47
Tabel 4. 6 Deskriptif variabel kepercayaan pelanggan	48
Tabel 4. 7 Deskriptif variabel loyalitas pelanggan	49
Tabel 4. 8 Validity & Reliability	52
Tabel 4. 9 <i>Fornell-lacker</i>	54
Tabel 4. 10 <i>Coefficient of Determination</i>	55
Tabel 4. 11 <i>Size and significance of path coefficient</i>	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pelanggan PT Telkomsel dari tahun 2017 sampai 2020.....	2
--	---

Gambar 2. 1 Menjadi perusahaan co-creative..... 17

Gambar 2. 2 Prinsip co-creation dengan empat komponen 17

Gambar 2. 3 Komponen kepercayaan pelanggan 21

Gambar 2. 4 Potensi profitabilitas dan matriks loyalitas perkiraan 23

