

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra CV. HM Barokah Group. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Karangnom kecamatan Pasrujambe kabupaten Lumajang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 72 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi dan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap citra CV. HM Barokah Group. Hasil dari aspek ekonomi pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra CV. HM Barokah Group berpengaruh signifikan, aspek sosial pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra CV. HM Barokah Group berpengaruh signifikan, dan aspek lingkungan pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra CV. HM Barokah Group berpengaruh signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR) dengan koefisien determinasi sebesar 64,2%. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR) mampu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap citra CV. HM Barokah Group. Kemudian sisanya 0,358 atau 35,8% citra CV. HM Barokah Group dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini antara lain identitas fisik, identitas non fisik dan manajemen organisasi.

Kata Kunci : Aspek Ekonomi pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR), Aspek Sosial pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR), Aspek Lingkungan pada *Coreporate Social Responsibility* (CSR), dan Citra Perusahaan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of economic aspects, social aspects, and environmental aspects on Corporate Social Responsibility (CSR) on the image of CV. HM Barokah Group. The population in this study is the Karanganom village community, Pasrujambe district, Lumajang district. The number of samples in this study were 72 respondents. The sampling technique used is Probability Sampling using Simple Random Sampling technique and data collection methods used in this study using observation and questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of multiple linear regression analysis in this study indicate that the economic, social, and environmental aspects of Coreporate Social Responsibility (CSR) affect the image of CV. HM Barokah Group. The results of the economic aspect of the Corporate Social Responsibility (CSR) on the image of CV. HM Barokah Group has a significant effect, social aspects of Coreporate Social Responsibility (CSR) on the image of CV. HM Barokah Group has a significant effect, and environmental aspects on Coreporate Social Responsibility (CSR) on the image of CV. HM Barokah Group has a significant effect. The results showed that the economic aspects, social aspects, and environmental aspects of the Corporate Social Responsibility (CSR) with a coefficient of determination of 64.2%. The test results in this study indicate that the independent variables consisting of economic aspects, social aspects, and environmental aspects in Corporate Social Responsibility (CSR) are able to have a significant positive impact on the image of CV. HM Barokah Group. Then the remaining 0.358 or 35.8% CV image. HM Barokah Group is influenced by other variables not examined in this study, including physical identity, non-physical identity and organizational management.

Keywords: Economic Aspects on Coreporate Social Responsibility (CSR), Social Aspects on Corporate Social Responsibility (CSR), Environmental Aspects on Coreporate Social Responsibility (CSR), and Corporate Image