

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelaksanaan program kemitraan terhadap citra PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung. Variabel bebas yang diteliti adalah pembinaan (PEMB) dan penyaluran kredit (PK), sedangkan variabel terikat adalah *personality*(PERS), *reputation*(REP), *value/ethics*(VE) dan *corporate identity*(CI).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mitra binaan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung dan sampel yang diambil sebanyak 100 mitra binaan dengan teknik *disproportionate stratified random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *partial least square modeling* (PLS).

Setelah mengkaji masing-masing set variabel bebas dan pengaruhnya terhadap masing-masing set variabel terikat, maka terlihat bahwa memang pelaksanaan Program Kemitraan sebagai kegiatan CSR BUMN yang dilaksanakan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung terbukti berpengaruh pada citra perusahaan. Variabel laten pembinaan (PEMB) rata-rata berpengaruh lebih besar dibandingkan dengan variabel laten penyaluran kredit (PK) terhadap masing-masing variabel laten *personality*(PERS), *reputation*(REP), *value/ethics*(VE) dan *corporate identity*(CI) yang menjadi set variabel dari variabel terikat dalam penelitian ini, yaitu *corporate image*

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of the implementation of partnership program to corporate image PT. Pegadaian Regional Office XI Bandung. The independent variables studied are coaching (PEMB) and credit (PK), while the dependent variables are personality (PERS), reputation (REP), value / ethics (VE) and corporate identity (CI).

The population in this study are those foster partners in PT Pegadaian Regional Office XI Bandung and the samples that taken to conduct this study is 100 respondents using disproportionate stratified random sampling. The data analysis technique used in this fieldwork is partial least square modeling (PLS)

After reviewing each set of independent variables and their effects on each set of dependent variables, it is seen that indeed the implementation of the partnership program as a CSR activity undertaken by PT. Pegadaian Regional Office XI Bandung proven influence on corporate image. The average influence of coaching (PEMB) is greater than credit (PK) to each of dependent variables in this study which are personality (PERS), reputation (REP), value / ethics (VE) and corporate identity (CI).