

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	4
HALAMAN PERSEMBAHAN	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK.....	9
ABSTRACT	10
DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR	4
DAFTAR TABEL	5
DAFTAR LAMPIRAN.....	6
BAB I PENDAHULUAN.....	7
1.1. Latar Belakang	7
1.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.5. Jadwal Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Mengidentifikasi Pengelolaan Stakeholder Dalam Program USR	16
2.1.1 Membangun Hubungan dengan Stakeholder	16
2.1.2 Ten Principles of Managing for Stakeholders	20
2.2 Manajemen Stakeholder dalam Implementasi Program USR.....	25
2.3 Mengidentifikasi <i>Corporate Branding</i> Dalam Program USR	22
2.4 Jurnal Penelitian Terdahulu.....	29
2.4.1 Jurnal Nasional	29

2.4.2 Jurnal Internasional	35
2.5 Kerangka Pemikiran	40
2.6 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Paradigma	43
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampling	44
3.3.1 Populasi	44
3.4 Definisi Operasional	45
3.5 Skala Pengukuran	53
3.4 Teknik Analisis Data	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.7 Regresi Linear Sederhana	58
3.8 Uji Normalitas	59
3.9 Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	60
4.1 Pengumpulan Data	60
4.2 Gambaran Data	61
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	61
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	62
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program USB	62
4.3 Penyajian Data	63
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Strategi Manajemen Stakeholder	63
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Dampak University Branding	71
4.4 Pengujian Data	74

4.4.1 Uji Normalitas	75
4.4.2 Uji Regresi Linear Sederhana	77
4.4.3 Uji Hipotesis Uji T	79
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.5.1 <i>Management Stakeholder</i>	80
4.5.2 <i>Corporate Branding</i>	86
4.5.3 Pengaruh Manajemen Stakeholder Terhadap <i>Corporate Branding</i> Melalui Program Pengabdian Kepada Masyarakat Telkom University	89
BAB V HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
DAFTAR LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1 Garis Kontinuum	50
Gambar 3.2 Rumus perhitungan Cornbach Alpha	54
Gambar 4.1 Penentu Jumlah Sampel Dan Populasi	57
Gambar 4.2 Persebaran Gender Responden	58
Gambar 4.2 Persebaran Umur Responden	60
Gambar 4.3 Persebaran Program USB Responden	60
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas	72
Gambar 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	73
Gambar 4.6 Hasil Uji T	74
Gambar 4.18 Hasil Uji ANOVA	59
Gambar 4.19 Hasil Model Summary	59
Gambar 4.20 Hasil Uji T	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian	13
Tabel 2.2.1 Jurnal Nasional Terdahulu	30
Tabel 2.2.2 Jurnal Internasional Terdahulu	35
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 3.4 Skala Likert	49
Tabel 3.5 Kriteria Interpretasi	50
Tabel 3.6 Uji Validitas Instrumen Penelitian	52
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel X	54
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Variabel Y	54
Tabel 4.1 Rata-Rata Persentase Dimensi X1	61
Tabel 4.2 Rata-Rata Persentase Dimensi X2	62
Tabel 4.3 Rata-Rata Persentase Dimensi X3	63
Tabel 4.4 Rata-Rata Persentase Dimensi X4	64
Tabel 4.5 Rata-Rata Persentase Dimensi X5	65
Tabel 4.6 Rata-Rata Persentase Dimensi X6	66
Tabel 4.7 Rata-Rata Persentase Dimensi X7	67
Tabel 4.8 Rata-Rata Persentase Dimensi Y1	68
Tabel 4.9 Rata-Rata Persentase Dimensi Y2	69
Tabel 4.10 Rata-Rata Persentase Dimensi Y3	70
Tabel 4.11 Rata-Rata Persentase Dimensi Y4	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil iThenticate	84
Lampiran 2 : SK	85
Lampiran 3 Draft Pertanyaan Penelitian	86
Lampiran 4 Data Tanggapan 100 Responden Variabel <i>Management Stakeholder</i> (X)	94
Lampiran 5 Data Tanggapan 100 Responden Variabel <i>Corporate Branding</i> (Y)100	
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	103
Lampiran 7 Hasil Uji T	104
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	104
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	104