

ABSTRAK

Kafilatus Syarifah, 2022, *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Menabung dengan Citra Perusahaan sebagai Variabel Intervening di KSPPS BMT NU Cabang Larangan Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing : Ira Hasti Priyadi, S.Pd., M.A.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Keputusan Menabung, Citra Perusahaan.

Corporate social responsibility merupakan kontribusi dari perusahaan untuk menjaga hubungannya dengan masyarakat yang tidak berorientasi pada *profit*. Kontribusi tersebut akan membentuk citra positif perusahaan dimata masyarakat dan akan berdampak pada pengambilan keputusan nasabah dalam hal ini penabung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap keputusan menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan, (2) Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan, (3) Pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan, dan (4) Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap keputusan menabung dengan citra perusahaan sebagai variabel *intervening* di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penabung yang berjumlah 3.303 penabung. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria pernah merasakan manfaat csr atau sekedar mengetahui adanya program csr oleh KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan Pamekasan. Sampel yang digunakan berjumlah 97 orang dengan menggunakan rumus slovin. Analisis data yang digunakan adalah uji t (parsial) dan uji sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan memperoleh nilai t_{hitung} senilai 5,140 lebih besar daripada nilai t_{tabel} ($5,140 > 1,661$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (2) *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($2,813 > 1,661$) dan nilai sig. $\leq 0,05$ ($0,006 \leq 0,05$). (3) Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan dibuktikan oleh hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} >$ t_{tabel} senilai $3,800 > 1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$. (4) Citra Perusahaan mampu memediasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap keputusan menabung dengan dibuktikan hasil uji sobel yang menghasilkan nilai Z_{hitung} sebesar 2,287 yang lebih besar dari Z_{tabel} 1,96.