

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan PT Semen Padang”. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu upaya perusahaan dalam membangun dan menjaga citra perusahaan yang positif.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari aspek sosial, aspek ekonomi, dan aspek lingkungan terhadap citra perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat Kecamatan Pauh Kota Padang menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek sosial dan aspek lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan, sedangkan aspek ekonomi berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara bersama-sama ketiga aspek CSR berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 59.3%

Kata Kunci: Citra Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, Aspek Lingkungan.

ABSTRACT

This research is entitled “The Influence of the Corporate Social Responsibility (CSR) Program on the Corporate Image of PT Semen Padang” In carrying out its operational activities, a company is not only profit-oriented but also has responsibilities toward the surrounding community and environment. Corporate Social Responsibility (CSR) is one of the company’s efforts to build and maintain a positive corporate image.

This study aims to explain the influence of the Corporate Social Responsibility (CSR) Program in terms of social, economic, and environmental aspects on corporate image. This research uses an associative quantitative method with a total sample of 100 respondents, who are residents of Pauh District, Padang City, selected using a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression with IBM SPSS version 26. The results show that the social and environmental aspects have a positive and significant effect on corporate image, while the economic aspect has a positive but not significant effect. Simultaneously, the three CSR aspects have a significant effect on corporate image, with a coefficient of determination value of 59.3%.

Keywords: *Corporate Image, Corporate Social Responsibility, Social Aspect, Economic Aspect, Environmental Aspect.*