

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	14
1.4 Sistematika Penulisan .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Perbankan Syariah .....	18
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility : Mainstream View</i> .....	19
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility : Islamic View</i> .....	20
2.1.4 <i>Authenticity</i> .....	23
2.1.5 Strategi Pemasaran.....	25
2.1.6 <i>Trust</i> .....	26
2.1.7 <i>Brand Image</i> .....	27
2.1.8 <i>Purchase Intention</i> .....	29
2.2 <i>Roadmap</i> Penelitian .....	31
2.3 Penelitian Terdahulu .....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	38
3.2 Sampel.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5 Analisis Data Kualitatif .....	48

BAB IV	HASIL DAN ANALISIS .....	51
4.1	Profil Sosial Demografi Informan .....	51
4.2	Analisis Data Kualitatif.....	56
BAB V	PENUTUP .....	81
5.1	Kesimpulan .....	81
5.2	Saran .....	83
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	84
DAFTAR PUSTAKA	.....	86
LAMPIRAN.....		94

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Negara dengan Perkembangan Keuangan Syariah Terpesat berdasarkan IFDI.....	4
Tabel 1. 2 Jumlah Nasabah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS).....	7
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Daftar Nama Informan (Akademisi, Bankir, Komunitas dan Pemerintah) .....	44
Tabel 4. 1 Profil Sosial Demografi Narasumber.....	51
Tabel 4. 2 Jumlah dan Proporsisi Narasumber Menurut Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 3 Jumlah dan Proporsisi Narasumber Menurut Usia .....	53
Tabel 4. 4 Jumlah dan Proporsisi Narasumber Menurut Pendidikan Terakhir .....	54
Tabel 4. 5 Jumlah dan Proporsisi Narasumber Menurut Pekerjaan .....	55
Tabel 4. 6 Jumlah dan Proporsisi Narasumber Menurut Durasi (Tahun) di Bidang Profesi .....	56
Tabel 4. 7 Skeptisme Masyarakat terhadap CSR ( <i>World Café Method</i> ) .....	59
Tabel 4. 8 Penerapan <i>CSR Authenticity</i> yang Optimal ( <i>World Café Method</i> ) .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penurunan Angka Kemiskinan (AK) oleh Dana Bantuan Sosial (Bansos) .....	2
Gambar 1. 2 Kontribusi Ekonomi Syariah terhadap PDB Republik Indonesia (2020).....	5
Gambar 1. 3 Total Aset Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia.....	6
Gambar 2. 1 Posisi Islam dalam Kontinum CSR Perusahaan .....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. 1 Koding Skeptisme Masyarakat terhadap CSR .....	57
Gambar 4. 2 Skeptisme Masyarakat Terhadap CSR (ATLAS Ti).....	58
Gambar 4. 3 <i>CSR Authenticity</i> sebagai Strategi Pemasaran.....	63
Gambar 4. 4 Pengaruh Minat Beli oleh <i>CSR Authenticity</i> .....	70
Gambar 4. 5 Koding Penerapan <i>CSR Authenticity</i> yang Optimal.....	74
Gambar 4. 6 Penerapan <i>CSR Authenticity</i> yang Optimal (ATLAS Ti).....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman <i>Semi-structured interview Informan</i> .....	94
Lampiran 2. List Narasumber ABCG (Semi-structured Interview).....	101
Lampiran 3. Hasil Transkrip <i>Semi-structured Interview</i> .....	102
Lampiran 4. Hasil Jaring Atlas Ti <i>Semi-structured Interview</i> .....	144
Lampiran 5. Pedoman <i>World Café Informan</i> .....	147
Lampiran 6. <i>List Narasumber World Café Method</i> .....	149
Lampiran 7. Hasil <i>Mind-map World Café Method</i> .....	151