

ABSTRAK

Tujuan utama pengusaha adalah mencari keuntungan. Namun, tujuan perusahaan yang lebih penting adalah perusahaan yang dijalankan harus berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melaksanakan tanggung jawab sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kesadaran merek tabungan Bank Mandiri.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 108 responden yang merupakan mahasiswa Undip yang memiliki rekening tabungan Bank Mandiri. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil analisis SEM menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek, tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, serta reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek.

Kata Kunci: Tanggung jawab sosial perusahaan, reputasi perusahaan, kesadaran merek.