



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Halo, Bapak/Ibu/Teman-teman! 🙌🙌

Perkenalkan saya, Nicholas Calvin Wijaya, salah satu mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis tingkat akhir di Kwik Kian Gie School of Business. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi sebagai tugas akhir mengenai faktor pengaruh *corporate social responsibility*/tanggung jawab sosial dan *corporate reputation*/reputasi perusahaan terhadap customer loyalty/loyalitas pelanggan PT. Unilever Indonesia Tbk. Maka dari itu, saya berharap kesediaan Bapak/Ibu/Teman-teman untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini dengan lengkap.

Kuesioner ini terdiri dari beberapa bagian, bagian pertama adalah screening, bagian kedua adalah mengenai informasi demografi dan kemudian bagian terakhir berisi mengenai penilaian terhadap variabel-variabel penelitian. Tidak ada jawaban yang salah dalam skala ini selama pilihan yang bapak/ibu/teman-teman berikan adalah pilihan yang menggambarkan kondisi sesungguhnya.

Kesediaan serta partisipasi bapak/ibu/teman-teman dalam kuesioner ini akan sangat mendukung dalam keberhasilan ini. Seluruh data yang terekam dalam kuesioner ini hanya digunakan untuk keperluan akademik dan dijamin kerahasiaannya. Silahkan menghubungi saya melalui e-mail: 78190190@student.kwikkiangie.ac.id apabila ada pertanyaan lebih lanjut mengenai kuesioner ini.

Thank You and Have a Nice Day! 🙌🙌

1. SCREENING

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial adalah gaya manajemen bisnis yang mengintegrasikan sosial, lingkungan, nilai etis dan isu-isu hak asasi manusia kepada aktivitas dan strategi bisnis, dalam bekerja sama dengan pemangku kepentingan atau *stakeholders*.

Sebagai upaya mendukung pemerintah dalam pertumbuhan ekonomi yang merata dan sejahtera di negara Indonesia, PT. Unilever Indonesia Tbk yakin bahwa program CSR dapat meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, selaras dengan komitmen *The Unilever Compass Strategy* dengan *purpose-led program* dan *future-fit program* dalam menciptakan masa depan yang lebih baik, meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta berdampak positif secara sosial. PT. Unilever Indonesia Tbk mengukung program CSR dengan fokus utamanya kepada *Planet and Society* yang terbagi menjadi 6 tipe program, *Positive Nutrition* atau gizi yang positif, *Health and Wellbeing* atau Kesehatan dan kesejahteraan, *Climate Action* atau aksi perubahan iklim, *Waste-Free World* atau dunia yang



bersih dari sampah, *Equity, Diversity and Inclusion* atau kesetaraan, keberagaman dan inklusivitas, dan *Future of Work* atau pekerjaan dimasa depan. (Sumber: Unilever Indonesia)

Beberapa bentuk kegiatan CSR yang dilakukan oleh Unilever Indonesia adalah sebagai berikut:

1. **Program Kolaborasi Pepsodent dengan BAZNAS** yaitu edukasi terkait kesehatan gigi dan mulut, donasi kepada 31 fasilitas menyikat gigi dan 150.000 paket edukasi kepada yatim piatu.
2. **Donasi 50.000 unit Pepsodent Active Defense Mouthwash** kepada fasilitas layanan kesehatan, organisasi dan lingkungan akademik.
3. **Kontribusi 1.400 kabinet** pendingin untuk sukseskan program vaksinasi nasional.
4. **Webinar dalam menyambut hari toleransi sedunia** dengan tema “Zero Tolerance for Workplace Bullying”.
5. **Distribusi 40.000 Test Kit PCR** via satgas Nasional dan donasi 60.000 masker N95 melalui dinas kesehatan dan PERSI.
6. **Dukungan bersama dengan BAZNAS kepada Lombok, Palu dan Donggala** dalam membangun sejumlah infrastruktur yang terdampak bencana.
7. **Peluncuran sikat gigi Pepsodent** terbuat dari gagang bambu 100%.
8. **Kolaborasi Rinso dan World Cleanup Day (WCD)** Indonesia dalam aksi bersih – bersih Indonesia di hutan kota Bekasi.
9. **Inovasi Botol Detergen Rinso & Kecap Bango** menggunakan 100% plastik hasil daur ulang
10. **Bekerja sama dengan Dewan Masjid Indonesia (DMI)** dalam gerakan bersihkan masjid tahunan sebanyak 100.000 masjid.

FYI: Brand Unilever di Indonesia seperti Kecap Bango, Rinso, Pepsodent, AXE Bodyspray, Buavita, Cif, Citra, Dove, Clear, Close Up, Lifebuoy, Molto, Pond’s, Magnum, Lipton, Lux, Love Beauty & Planet, Jawara, Feast, Hellman’s, Glow & Lovely, dan Cornetto

Apakah anda mengetahui bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk mengusung program *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial?

- Ya
- Tidak

2. INFORMASI DEMOGRAFI

Gender:

- Laki-laki
- Perempuan

Umur:

- 13 - 16 Tahun
- 17 - 34 Tahun
- 35 - 43 Tahun
- 44 - 52 Tahun



- > 52 Tahun

C

Domisili

- Jakarta (termasuk Jakarta Utara, Barat, Pusat, Timur, dan Selatan)
- Tangerang (termasuk Tangerang Selatan, Gading Serpong, Alam Sutera, BSD, dan sekitarnya)
- Bogor (termasuk Bogor Utara, Selatan, Timur, Tengah, Barat, dan Tanah Sareal)
- Depok
- Bekasi (termasuk Bekasi Timur, Selatan, Barat, Utara, Pondok Gede, Jatiasih, Medan Satria, dan sekitarnya)

Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- PNS
- Wirausaha
- Ibu Rumah Tangga
- Other:

3. PENILAIAN

Silakan jawab setiap pernyataan berikut di bawah ini sesuai dengan pertimbangan Anda dengan memilih salah satu jawaban sesuai dengan keterangan dibawah ini

Informasi:

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS) 2 : Tidak Setuju (TS) 3 : Netral (N)
4 : Setuju (S) 5 : Sangat Setuju (ST)

I. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	PT. Unilever Indonesia Tbk meningkatkan industri perekonomian negara.					
2	PT. Unilever Indonesia Tbk terus meningkatkan kualitas dari produk-produk yang dimilikinya.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBLKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBLKKG.



3	PT. Unilever Indonesia Tbk memaksimalkan nilai dari produk yang dimilikinya bagi konsumen.					
4	PT. Unilever Indonesia Tbk terus konsisten berupaya dalam berinovasi.					
5	PT. Unilever Indonesia Tbk adalah perusahaan yang mematuhi aturan regulasi nasional dan internasional					
6	PT. Unilever Indonesia Tbk adalah perusahaan yang beroperasi sesuai dengan regulasi pemerintah					
7	PT. Unilever Indonesia Tbk beroperasi dengan senantiasa menaati aturan hukum ketenagakerjaan yang berlaku.					
8	PT. Unilever Indonesia Tbk menjamin keamanan produk perusahaan dan sesuai dengan hukum peraturan negara Indonesia.					
9	PT. Unilever Indonesia Tbk adalah perusahaan yang beretika dalam memperlakukan dan memberdayakan karyawan, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya.					
10	PT. Unilever Indonesia Tbk mempunyai produk yang berjalan dengan norma dan etika dalam hal ramah lingkungan dan keamanan (<i>safety</i>).					

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



11	PT. Unilever Indonesia Tbk mencoba menjadi perusahaan yang baik secara etika dengan memenuhi ekspektasi masyarakat.					
12	PT. Unilever Indonesia Tbk mendukung kesejahteraan sosial bagi yang kurang mampu (<i>underprivileged</i>).					
13	PT. Unilever Indonesia Tbk mendukung adanya program-program edukasi bagi setempat.					
14	PT. Unilever Indonesia Tbk berkomitmen dan aktif berkontribusi dalam meningkatkan kualitas kehidupan pada komunitas disekitar.					

II. CORPORATE REPUTATION

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	PT. Unilever Indonesia Tbk adalah salah satu perusahaan terbaik di bidang <i>Fast Moving Consumer Goods</i> atau FMCG dalam sektor <i>home</i> dan <i>personal care</i> .					
2	PT. Unilever Indonesia Tbk adalah perusahaan yang saya kagumi dan saya hormati.					
3	PT. Unilever Indonesia Tbk adalah perusahaan yang saya percayai.					

1. Ditarang memutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Hak Cipta Milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



4	PT. Unilever Indonesia Tbk adalah perusahaan yang baik menurut saya.					
5	PT. Unilever Indonesia Tbk mempunyai reputasi yang bagus secara menyeluruh (<i>overall</i>).					
6	PT. Unilever Indonesia Tbk adalah perusahaan yang peduli akan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar.					

III. CUSTOMER LOYALTY

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya melakukan pembelian produk dari PT. Unilever Indonesia Tbk secara rutin.					
2	Saya membeli produk yang berbeda-beda dari PT. Unilever Indonesia Tbk					
3	Saya akan mengatakan hal-hal positif mengenai PT. Unilever Indonesia Tbk kepada teman/keluarga.					
4	Saya akan merekomendasikan produk PT. Unilever Indonesia Tbk kepada teman/keluarga.					
5	Saya memilih membeli produk-produk PT. Unilever Indonesia Tbk sebagai pilihan pertama.					

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



LAMPIRAN 2

HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS

Hasil Uji Validitas

Variabel *Corporate Social Responsibility*

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CSR_1	56,60	32,490	,577	,887
CSR_2	56,67	32,589	,551	,888
CSR_3	56,60	32,965	,500	,890
CSR_4	56,61	32,478	,530	,889
CSR_5	56,75	32,957	,482	,891
CSR_6	56,68	31,928	,604	,885
CSR_7	56,60	31,906	,634	,884
CSR_8	56,58	32,008	,625	,885
CSR_9	56,65	32,133	,576	,887
CSR_10	56,68	32,120	,570	,887
CSR_11	56,60	31,754	,656	,883
CSR_12	56,72	31,597	,605	,885
CSR_13	56,66	31,306	,668	,882
CSR_14	56,67	32,978	,503	,890

Hasil Uji Validitas

Variabel *Corporate Reputation*

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CR_1	21,87	5,371	,406	,743
CR_2	22,06	4,547	,536	,711
CR_3	21,85	4,698	,573	,700
CR_4	21,89	4,864	,511	,717
CR_5	21,93	4,963	,500	,720
CR_6	21,90	5,108	,455	,732

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hasil Uji Validitas
Variabel *Customer Loyalty*

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CL_1	17,06	4,547	,581	,699
CL_2	17,05	4,970	,478	,736
CL_3	17,13	5,101	,527	,720
CL_4	17,08	4,885	,515	,723
CL_5	17,22	4,732	,549	,711

HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel *Corporate Social Responsibility*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,894	14

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel *Corporate Reputation*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,757	6



Hasil Uji Reliabilitas
Variabel *Customer Loyalty*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,761	5

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

LAMPIRAN 4

HASIL OUTPUT UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		169	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,98205195	
Most Extreme Differences	Absolute	,061	
	Positive	,049	
	Negative	-,061	
Test Statistic		,061	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,140	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,131
		Upper Bound	,149

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

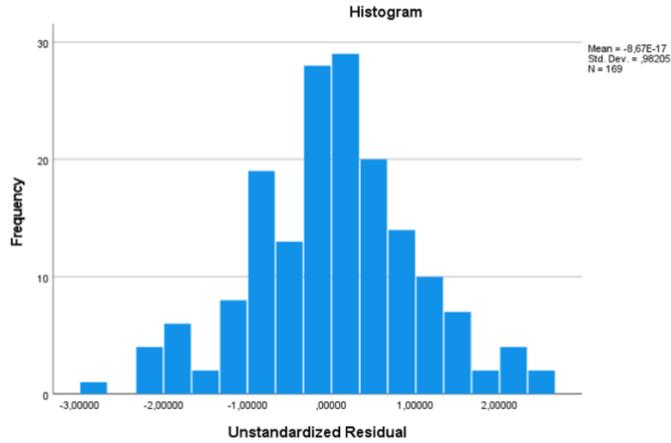
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

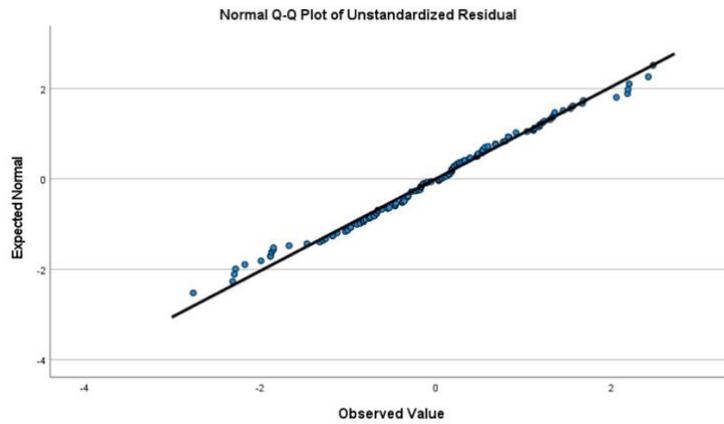
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Grafik Histogram Residual Uji Normalitas



Grafik PP Plot Penyebaran Residual Uji Normalitas



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN 5

HASIL OUTPUT Uji MULTIKOLINEARITAS

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.446	,972		-.459	,647		
	CSR	,146	,018	,411	8,201	<,001	,571	1,750
	CR	,503	,046	,547	10,904	<,001	,571	1,750

a. Dependent Variable: CL



LAMPIRAN 6

HASIL OUTPUT UJI HETEROSKEDASTISITAS

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,272	,605		3,754	<,001
	CSR	-,012	,011	-,108	-1,070	,286
	CR	-,030	,029	-,104	-1,035	,302

a. Dependent Variable: Abs_UT

LAMPIRAN 7

HASIL OUTPUT UJI REGRESI BERGANDA

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,446	,972		-,459	,647
	CSR	,146	,018	,411	8,201	<,001
	CR	,503	,046	,547	10,904	<,001

a. Dependent Variable: CL

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	518,000	2	259,000	265,356	<,001 ^b
	Residual	162,024	166	,976		
	Total	680,024	168			

a. Dependent Variable: CL

b. Predictors: (Constant), CR, CSR

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,873 ^a	,762	,759	,988

a. Predictors: (Constant), CR, CSR

LAMPIRAN 8

HASIL OUTPUT UJI PLAGIARISME

NicholasCal.pdf

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	2%
2	www.unilever.co.id Internet Source	1%
3	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	1%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
5	123dok.com Internet Source	1%
6	journal.univpancasila.ac.id Internet Source	1%
7	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%
8	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1%

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.