BAB III
OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2009;41) menyatakan "...Sebelum peneliti memilih variabel apa yang akan diteliti perlu melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu pada obyek yang akan diteliti. Jangan sampai terjadi membuat rancangan penelitian dilakukan di belakang meja, dan tanpa mengetahui terlebih dahulu permasalahan yang ada di obyek penelitian."

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa objek penelitian adalah hal atau perkara yang menjadi pokok sasaran atau tujuan, yang akan diteliti oleh peneliti. Objek penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah *corporate social responsibility* serta citra perusahaan (*corporate image*) pada PT. Telkom Tbk yang bertempat di Jl. Japati No. 1, Bandung 40133. Maka yang akan diteliti adalah tanggapan masyarakat (yayasan) mengenai program CSR yang telah dilakukan oleh PT. Telkom Tbk.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:2) menyatakan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

Cara ilmiah didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, data yang diperoleh adalah data empiris, tujuannya untuk membuktikan data yang diperoleh terhadap informasi tertentu, dan kegunaannya untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif analisis dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Metode kuantitatif artinya penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka). Dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Sedangkan metode kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan pada fakta-fakta yang ditemui di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori.

Menurut Sugiyono (2005;21) Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

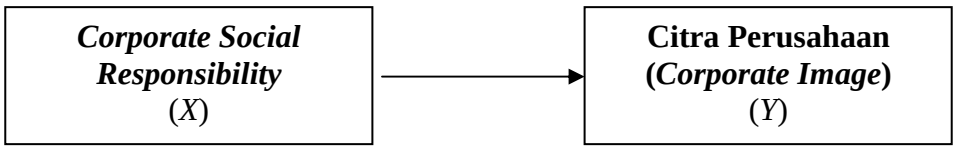
Pendekatan Verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisa data untuk kemudian dilakukan uji statistik, sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan

dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan dapat ditarik kesimpulan.

3.2.1 Desain Penelitian

Menurut Moh. Nazir (2005 : 84) menyatakan bahwa desain penelitian adalah semua proses yang dilakukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam hal ini sesuai dengan judul "Analisis *Corporate Social Responsibility* Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan (*Corporate Image)* Pada PT. Telkom Tbk" maka desain penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Model Penelitian

Dari gambar 3.1 tentang model penelitian di atas, dapat dijelaskan secara matematis sebagai berikut:

$$Y = f(x)$$

Di mana : X = *Corporate Social Responsibility* f = Fungsi

Y = Citra Perusahaan

Dari gambaran matematis di atas dapat dijelaskan bahwa:

Citra Perusahaan = f (*Corporate Social Responsibility*). Yang artinya bahwa Y adalah fungsi dari X. Hal ini berarti bahwa Citra Perusahaan dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility*. Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencakup proses-proses berikut ini :

1. Identifikasi dan pemilihan masalah dalam penelitian
2. Memformulasikan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan, luas jangkauan (*scope*), dan hipotesis untuk diuji.
3. Memilih serta memberi definisi terhadap pengukuran variabel-variabel
4. Menyusun alat serta teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket atau kuisioner
5. Menganalisis data serta memilih prosedur spesifik untuk mengadakan generalisasi serta informasi yang lebih sedikit.
6. Pelaporan hasil penelitian termasuk proses penelitian dan interpretasi

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yaitu "Analisis Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan (*Corporate Image)* Pada PT. Telkom Tbk"maka terdapat dua variabel penelitian yaitu:

1. Variabel Independen X (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2009 : 39) menyatakan *variable independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *variable dependent* (terikat). Variabel Independen ini merupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel lainnya. Dalam kaitannya dengan masalah yang akan diteliti maka yang menjadi variabel independen adalah *Corporate Social Responsibility*. Untuk menjelaskan tentang variabel independen (X) dalam hal ini *Corporate Social Responsibility*, terdapat kriteria pengukuran *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan

indikator yang dianggap pantas untuk menghasilkan *Corporate Social Responsibility* yang baik.

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2009 : 39) Variabel *dependent* (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Citra Perusahaan. Untuk menjelaskan tentang variabel dependen (Y) dalam hal ini Citra Perusahaan, terdapat kriteria pengukuran Citra Perusahaan dengan menggunakan indikator yang dianggap pantas untuk menghasilkan Citra Perusahaan.

Untuk lebih jelas mengenai operasionalisasi variabel independen (X) dan dependen (Y), dapat dijelaskan dalam tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teori	Indikator	Ukuran	Skala
***Corporate Social Responsibility* (X)**	Komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan. Kotler & Nancy (2005,p.4)	**Pendidikan (*Education*)** • Pelatihan Guru • Internet go to School & Internet go to kampus	• Tingkat pengetahuan repsonden terhadap pelatihan guru yang dilakukan PT. Telkom Tbk • Tingkat pengetahuan reponden terhadap program Internet go to School & Internet go to	Ordinal

			kampus PT. Telkom Tbk	
		Kesehatan (*Health*) • Membangun prasarana kesehatan di sekolah atau warga • Donor darah	• Tingkat pengetahuan responden terhadap usaha PT. Telkom Tbkdalam Membangun prasarana kesehatan di sekolah atau warga • Tingkat pengetahuan responden terhadap keiatan donor darah yang dilakukan oleh PT. Telkom Tbk	Ordinal
		Kebudayaan dan Keadaban Indonesia (*Culture of Civility*) • Bantuan untuk pelaksanaan olimpiade bagi penyandang cacat	• Tingkat pengetahuan reponden dalam Bantuan yang dilakukan PT. Telkom Tbk untuk pelaksanaan olimpiade bagi penyandang cacat	Ordinal

		Kemitraan (*Partnership*) • Bantuan kredit lunak kepada pengusaha kecil	• Tingkat pengetahuan reponden dalam Bantuan kredit lunak kepada pengusaha kecil yang dilakukan PT. Telkom Tbk untuk pengusaha kecil	Ordinal
		Layanan umum (*Public Service Obligation*) • Pembangunan gedung sekolah dan sarana ibadah	• Tingkat pengetahuan reponden dalam Pembangunan gedung sekolah dan sarana ibadah yang dilakukan PT. Telkom Tbk	Ordinal
		Lingkungan (*Environmen*) • Penghijauan	• Tingkat pengetahuan reponden dalam Penghijauan yang dilakukan PT. Telkom Tbk	Ordinal
		Bantuan Kemanusiaan dan bencana alam (*Disaster & Rescue*) • Bantuan untuk korban bencana alam	• Tingkat pengetahuan reponden untuk Bantuan	Ordinal

			untuk korban bencana alam yang dilakukan PT. Telkom Tbk	
		Pemerintahan • Penyedia Lapangan kerja	• Tingkat pengetahuan reponden yang dilakukan PT. Telkom Tbk untuk Penyedia Lapangan kerja	Ordinal
Citra Perusahaan (Corporate Image)	Total persepsi terhadap suatu obyek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Sutisna (2001:83)	**Personality** • Dapat dipercaya	• Tingkat kepercayaan responden terhadap CSR yang dilakukan PT. Telkom Tbk	Ordinal
		• Mempunyai tanggung jawab sosial	• Tingkat pengetahuan reponden terhadap tanggung jawab sosial yang dilakukan PT. Telkom Tbk	
		Reputasi	• Tingkat pengetahuan reponden terhadap reputasi PT. Telkom Tbk	Ordinal
		Value • Sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan	• Tingkat kepedulian PT. Telkom Tbk terhadap pelanggan/ masyarakat	Ordinal
		Corporate Identity • Logo,Warna, Slogan	• Tingkat pengetahuan reponden terhadap Logo,Warna, Slogan PT. Telkom Tbk	Ordinal

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

Dalam melaksanakan penelitian ini, terlebih dahulu harus mengidentifikasi dan mempelajari mengenai populasi yang akan diteliti. Apakah populasi tersebut memerlukan sampel atau tidak dan bagaimana cara pemngambilan sampel tersebut. Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2009 : 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Andi Supangat (2007 : 3) populasi adalah sekumpulan objek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian (penelaahan) dengan ciri mempunyai karakteristik

Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

Populasi yang digunakan adalah sebanyak 30 yayasan yang dibantu oleh pihak PT. Telkom Tbk yang seluruhnya di teliti dalam penelitian ini.

3.2.4 Jenis dan Teknik Pengolahan Data

3.2.4.1 Jenis Data

Data yang diperlukan dari penelitian ini adalah data yang berhubungan dengan penerapan *corporate social responsibility* dan citra perusahaan. Penulis

melakukan penelitian untuk mendapatkan data objek yang akan diteliti, data tersebut dikelompokan ke dalam 2 jenis yaitu:

1. Data Primer

   Yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama, dari individu seperti hasil wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang dilakukan peneliti yang diberikan kepada bagian-bagian yang terkait dalam penelitian.

2. Data Sekunder

   Yaitu data yang diperoleh dari pihak lain/badan yang telah dikumpulkan/diolah menjadi informasi. Dengan demikian penulis hanya bertindak sebagai pemakai. Data sekunder yang digunakan diperoleh dari laporan-laporan yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti

3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara untuk memperoleh data keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti. Pengumpulan data dari lapangan ini dilakukan untuk memperoleh data primer. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan perusahaan sebagai objek penelitian, yang mana dalam hal ini diteliti dengan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menunjang pengumpulan data.

b. Wawancara

Yaitu proses memperoleh data untuk tujuan penelitian dengan mengadakan wawancara langsung atau berupa tanya jawab dengan masyarakat.

c. Angket

Yaitu merupakan alat bantu untuk mengumpulkan data dengan caramengajukan daftar pertanyaan tertutup, yaitu bentuk pertanyaan yang dilengkapi atau disertai dengan sejumlah alternatif atau kategori tersebut sesuai dengan pilihannya.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur kepustakaan yang berhubungan dengan pendidikan dan pengalaman serta keberhasilan wirausaha, guna memperoleh data sekunder yang akan digunakan sebagai dasar perbandingan dalam melakukan penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Selama data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Setelah data dikumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah

melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang ditetapkan, *scoring* dilakukan dengan melakukan skala likert 5-4-3-2-1.

Adapun metode analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan uji kualitas data, analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Kesimpulan jawaban yang berupa jawaban atau memecahkan masalah penelitian, dibuat berdasarkan hasil proses pengujian data yang meliputi: pemilihan, pengumpulan dan analisis data. Metode analisis yang digunakan yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengkaji sejauh mana alat ukur, dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang hendak diukur atau sejauh mana alat ukur yang digunakan sebagai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes maka alat tersebut semakin mengenai sasarannya atau semakin menunjukan apa yang seharusnya diukur. Tingkat signifikan dinyatakan sebagai berikut:

a. Jika $r_{hitung} \geq r\ 0{,}30 \rightarrow$ valid

b. Sebaliknya jika $r_{hitung} \leq r\ 0.30 \rightarrow$ tidak valid

Pertanyaan yang diajukan dalam kusioner yang mengandung variabel *Corporate Social Responsibility* (Variabel X) ada 16 pertanyaan dengan jumlah responden 30 diperoleh hasil bahwa semua pertanyaan adalah valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 3.2

Hasil Pengujian Validitas Variabel X

Corporate Social Responsibility

Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
p1	0,514	0,3	valid
p2	0,625	0,3	valid
p3	0,475	0,3	valid
p4	0,576	0,3	valid
p5	0,440	0,3	valid
p6	0,490	0,3	valid
p7	0,499	0,3	valid
p8	0,516	0,3	valid
p9	0,681	0,3	valid
p10	0,596	0,3	valid
p11	0,573	0,3	valid
p12	0,570	0,3	valid
p13	0,474	0,3	valid
p14	0,471	0,3	valid
p15	0,672	0,3	valid
p16	0,508	0,3	valid

Keterangan:

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan *Corporate Social Responsibility* (Variabel X) valid untuk digunakan dalam proses pengolahan analisis data, karena semua hasil korelasi tiap item menghasilkan nilai yaitu $r_{hitung} \geq r_{tabel,}$ sehingga validitas terpenuhi.

Pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner yang mengandung variabel Citra Perusahaan (Variabel Y) ada 8 pertanyaan dengan jumlah responden 30 diperoleh hasil bahwa semua pertanyaan adalah valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 3.3

Hasil Pengujian Validitas Variabel Y

Citra Perusahaan

Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
P1	0,679	0,3	valid
P2	0,724	0,3	valid
P3	0,626	0,3	valid
P4	0,643	0,3	valid
P5	0,478	0,3	valid
P6	0,704	0,3	valid
P7	0,517	0,3	valid
P8	0,731	0,3	valid

Keterangan

Berdasarkan tabel diatas maka dapat di simpulkan bahwa semua pernyataan instrumen Citra Perusahaan (Variabel Y) valid untuk digunakan dalam proses pengolahan analisis data, karena semua hasil korelasi tiap item menghasilkan nilai yaitu r hitung $\geq$ r tabel, sehingga validitas terpenuhi.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Teknik perhitungan reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 14.0 for Windows. Tes reliabilitas untuk *skala likert* paling sering menggunakan analisis item, yaitu untuk masing-masing skor item tertentu dikorelasikan dengan skor totalnya.

Menurut Sugiyono (2003:124) menyatakan bahwa “Besarnya koefisien batasana minimum reliabilitas adalah antara 0.6 dan 0.7.” Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan teknik belah dua, yang langkah kerjanya sebagai berikut:

1. Membagi pertanyaan-pertanyaan atau peryataan-peryataan menjadi dua belah
2. Skor untuk masing-masing pertanyaan atau peryataan pada tiap belahan dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total untuk masing-masing responden
3. Mengkorelasikan skor total belahan pertama dengan skor total belahan kedua, dengan menggunakan *product moment*
4. Mencari reliabilitas untuk keseluruhan pertanyaan atau peryataan dengan rumus Spearman Brown. Reliabilitas dari setiap pertanyaan akan ditunjukan dengan hasil r_{hitung} yang lebih besar atau sama dengan r_{tabel} dan rayonisasi hitungnya positif seperti rumus dibawah ini:

$$ri = \frac{2\,rh}{1+rh}$$

Sugiyono (2004:149)

Keterangan: r_i = reliabilitas instrument seluruh instrument

r_i = korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Tabel 3.4

Hasil Pengujian

Realibilitas

Variabel	Koef Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Variabel X	0,796	0,7	Reliabel
Variabel Y	0,730	0,7	Reliabel

Nilai koefisien adalah reliabel dibandingkan dengan tabel pada ά = 0,05 dari perbandingan tersebut selanjutnya di uji signifikannya. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ hasil pengujian reliabilitas bersifat signifikan terhadap alat pengungkapan data diseluruh variabel.

3. Teknik Pengolahan Data

Sejalan dengan penelitian ini yaitu untuk mengetahui korelasi atau hubungan antara variabel *corporate social responsibility* dan citra perusahaan, maka teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

1. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kualitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang bersifat deskriptif digunakan dalam penelitian ini, untuk maksud mendeskripsikan data setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penilaian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju (1995:45). Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Setiap indikator/ sub variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban. Peringkat jawaban setiap indikator diberi skor antara 1 sampai dengan 5

2. Dihitung total skor setiap variabel/ sub variabel = jumlah skor dari seluruh skor indikator variabel untuk semua responden
3. Dihitung skor setiap variabel/ subvariabel = rata-rata dari total skor
4. Untuk mendeskripsikan jawaban responden juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan ditampilkan dalam bentuk tabel ataupun grafik dengan menggunakan bantuan *software Excell* dan SPSS
5. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$RS = \frac{n\,(m-1)}{m}$$

n = jumlah sampel m = jumlah alternatif jawaban tiap item

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden. Sehingga pengkategorian skor responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut.

Tabel 3.5

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

Interval tingkat intensitas	Kriteria
20.00 - 36.00	Tidak Baik
36.01 - 52.00	Kurang Baik
52.01 - 68.00	Cukup
68.01 - 84.00	Baik
84.01 - 100	Sangat Baik

Catatan : batas bawah 20% diperoleh dari 1/5 dan batas atas 100% dari 5/5

2. Analisis Kuantitatif

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan penelitian untuk mengetahui pengaruh antara variabel X (*corporate social responsibility*) dengan variabel Y (citra perusahaan) serta berapa besar pengaruhnya.

a. Analisis regresi linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk peramalan atau memprediksi apakah variabel dependen terhadap variabel independen. Bentuk regresi ini dapat dinyatakan dalam persamaan matematik atau disebut dengan persamaan regresi, model atau persamaan regresi, secara umum dapat dilukiskan dalam bentuk:

$$\mathbf{Y = a + bx}$$

Dimana:

Y = subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = harga Y bila X = 0 (Harga Konstanta).

b = koefisien regresi variabel bebas.

X = angka observasi variabel bebas ke n

Dimana nilai a dan b dicari terlebih dahulu dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$a = \frac{\left(\sum X^2\right)\left(\sum Y\right) - \left(\sum X\right)\left(\sum XY\right)}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

$$b = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

Keterangan:

a = Konstanta (nilai Y pada saat nol)

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen

Y = Nilai variabel dependen

n = Banyaknya sampel

Berikut ini adalah data dari variabel Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (X) dan variabel Citra Perusahaan *(Corporate Image)* (Y) yang telah memiliki skala interval melalui methode succesive interval. *Method Succesive Interval* (MSI) digunakan untuk mengubah skala pengukuran dari skala ordinal menjadi skala interval.

Berikut ini adalah data dari variabel *Corporate Social Responsibility* (X) dan variabel *Citra Perusahaan* (Y) yang telah memiliki skala interval melalui methode succesive interval :

Tabel 3.6

Tabel Methode Succesive Interval

No	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	49,636	22,325	2463,690	498,422	1108,132
2	42,689	20,647	1822,386	426,311	881,421
3	52,237	24,467	2728,695	598,638	1278,085
4	41,946	17,068	1759,446	291,330	715,947
5	46,623	22,129	2173,719	489,674	1031,704
6	52,474	30,638	2753,495	938,704	1607,706
7	37,435	13,240	1401,385	175,310	495,659
8	34,559	15,784	1194,341	249,122	545,470
9	52,387	28,012	2744,433	784,691	1467,491
10	35,657	14,761	1271,447	217,877	526,326
11	27,005	16,077	729,251	258,463	434,148
12	62,137	29,429	3860,978	866,085	1828,643
13	37,441	19,426	1401,807	377,374	727,327
14	39,394	20,556	1551,873	422,562	809,792
15	20,548	10,914	422,203	119,113	224,254
16	42,180	20,230	1779,138	409,234	853,278
17	51,023	24,067	2603,312	579,231	1227,974
18	43,635	22,148	1904,046	490,527	966,429
19	41,702	19,354	1739,082	374,568	807,096
20	38,476	20,970	1480,392	439,735	806,833
21	40,333	25,673	1626,729	659,095	1035,456
22	51,299	23,117	2631,636	534,382	1185,874
23	45,976	22,813	2113,813	520,437	1048,860
24	45,985	24,780	2114,646	614,035	1139,503
25	46,755	18,286	2186,033	334,386	854,972
26	46,455	20,893	2158,102	436,515	970,589
27	43,327	17,642	1877,228	311,225	764,357
28	41,322	21,054	1707,480	443,260	869,975
29	39,381	13,212	1550,884	174,545	520,287
30	50,099	21,507	2509,899	462,539	1077,463
Total	**1300,116**	**621,218**	**58261,571**	**13497,391**	**27811,053**

b. Analisis Korelasi *Pearson*

Analisis koefisen korelasi *pearson* digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya hubungan *linier* antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) serta mempunyai tujuan untuk meyakinkan bahwa pada kenyataannya terdapat hubungan antara pelaksanaan CSR dengan citra perusahaan. Dengan formulasi sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left\{n\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\right\}\left\{n\left(\sum Y^2\right) - \left(\sum Y\right)^2\right\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Tahun Yang di Hitung

X = Variabel Bebas (Independen)

Y = Variabel Terikat (Dependen)

Angka korelasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Besarnya kecilnya angka korelasi menentukan kuat atau lemahnya hubungan kedua variabel. Keeratan variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Koefisien korelasi mempunyai nilai $-1 \leq r \leq +1$ dimana:

- Apabila r = +1, maka korelasi antara kedua variabel dikatakan sangat kuat dan searah, artinya jika X naik sebesar 1 maka Y juga akan naik sebesar 1 atau sebaliknya.
- Apabila r = 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lebar atau tidak ada hubungan sama sekali.
- Apabila r = -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan berlawanan arah, artinya apabila X naik sebesar 1 maka Y akan turun sebesar 1 atau sebaliknya.

Untuk dapat memberi interprestasi terhadap kuatnya hubungan itu maka digunakan pedoman seperti tertera pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.7

Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

c. Koefisien Determinasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen jika r^2=100 berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian sebalinya jika r^2=0

berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun rumus mencari koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Guilford yang dikutip oleh Supranto (2001:227) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8

Tinggi Rendahnya Koefisien Determinasi

Pertanyaan	Keterangan
<5	Pengaruh rendah sekali
5 - 16	Pengaruh rendah tapi pasti
17 - 49	Pengaruh cukup berarti
50 - 81	Pengaruh tinggi atau kuat
> 81	Pengaruh tinggi sekali

Sumber : Supranto (2001:227)

3.2.5.2 Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara yang digunakan sebelum dilakukannya penelitian. Menurut Jonathan Sarwono (2004 : 13).

Pengembangan hipotesis adalah suatu pernyataan yang belum terbukti mengenai hubungan antara dua variabel atau lebih yang dibuat didasarkan kerangka teori atau model analisis.

- **Uji T**

Pengujian hipotesis dilakukan sebagai alat untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* dengan citra perusahaan (*Corporate Image*). Peneliti menggunakan ketentuan sebagai berikut:

Ho : ρ = 0 Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* tidak berdampak terhadap citra perusahaan (*Corporate Image*)

Hi : ρ ≠ 0 Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* berdampak terhadap citra perusahaan (*Corporate Image*)

Menguji signifikansi dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{\sqrt{n+2}}{1+r^2}$$

Keterangan:

rs = koefisien korelasi t = statistik uji korelasi

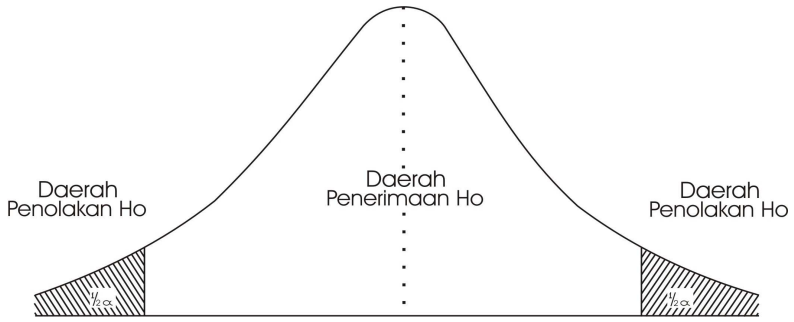
n = jumlah sampel

Jika menggunakan tingkat signifikan (ά = 0,05) untuk uji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak

jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima.

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pengujian hipotesis dan kriteria-kriteria yang ditetapkan dengan teori untuk masalah yang diteliti, seperti gambar berikut:



Gambar 3.2

Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho