

BAB V

PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan dari penelitian yang telah dibahas dalam bab sebelumnya disertai dengan saran berdasarkan pedoman hasil analisis yang telah didapat serta berisi implikasi manajerial dan keterbatasan penelitian.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada penelitian di bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi pada generasi milenial yang diteliti secara keseluruhan untuk variabel-variabel yang telah diuji mempunyai hubungan positif. Dengan kata lain, antar variabel saling mempengaruhi satu dengan variabel lainnya. Peneliti menemukan bahwa elemen maupun atribut penerapan CSR juga memberikan efek pada minat para sampel untuk melamar pekerjaan pada organisasi bersangkutan yang menerapkan CSR. Bagi calon karyawan menjadi daya tarik yang memiliki dampak besar karena manfaat yang didapat ketika mereka bekerja didalam suatu perusahaan, maka akan muncul suatu motivasi untuk mengikuti proses rekrutmen pada perusahaan tersebut.

5.2. Implikasi Manajerial

Manajemen strategis dalam penelitian ini secara substantive perlu untuk membuat perencanaan untuk memperbarui keunggulan kompetitif menggunakan penemuan nilai sebagai tujuan primer dimana perusahaan harus membentuk permintaan konsumen dan memanfaatkan pasar yang belum diciptakan dan atau belum dimanfaatkan. Demi kemajuan perusahaan kedepannya, sebaiknya perusahaan lebih memfokuskan dan meningkatkan kualitas perusahaan dari aspek penerapan CSR sehingga manfaatnya lebih diketahui secara luas oleh masyarakat. Dengan menggunakan analisis tematik yang bersifat studi perkara yang sudah difokuskan pada bukti dan kekurangan secara general pada hal yang menyelesaikan perdebatan yang ada mengenai dampak dari penerapan CSR pada sebuah perusahaan. Selanjutnya dengan meninjau penatagunaan dalam hubungannya sebagai dasar untuk mengkomunikasikan serta menyajikan kesan yang lebih manusiawi sehingga menjadi pencerahan mengenai imbas tindakan yang diambil dewan & manajer.

Organisasi dalam penata layanan perlu dimotivasi dengan kepentingannya dalam melakukan aktivitas yang mereka coba lakukan. Dalam kaitannya menggunakan CSR, opini berupa beberapa perusahaan terlibat pada praktik CRS menjadi output berupa perspektif mereka menjadi perawatan lingkungan ditempat mereka beroperasi. Mengaitkan teori-teori yang sudah ada, menggunakan tujuan menurut penelitian ini mungkin akan menjadi yang paling cocok buat studi yang lebih intens

terhadap perspektif pemangku kepentingan. Dan pada akhirnya etos kerja yang baik harus tetap dijaga dengan cara meningkatkan perhatian sesama rekan kerja untuk membangun rasa saling memiliki dalam perusahaan, meningkatkan tanggung jawab dan kepentingan bersama dalam melaksanakan tugas, meningkatkan kerjasama tim untuk membangun kekompakan dalam mencapai tujuan, menanamkan sifat empati saat rekan kerja mengalami kesulitan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan dalam penulisan, keterbatasan yang menjadi kendala dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya dilakukan kepada generasi milenial dengan pembatasan tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian ini sehingga hal tersebut berdampak pada keterbatasan data yang didapatkan. Selain itu, peneliti mengalami kesulitan dalam mewawancarai calon karyawan, hal ini disebabkan karena beberapa pegawai sedang ke luar kota dan ditambah lagi keadaan pandemik virus Corona yang meresahkan masyarakat dunia dan secara langsung maupun tidak langsung memberikan dampak pada regulasi pemerintah mengenai situasi *new normal* dan *social distancing* yang membatasi pergerakan masyarakat secara umum sehingga menyebabkan beberapa penundaan pengumpulan data dan dalam pengisian kuesioner responden menilai menurut pandangan sendiri, pada kenyataannya setiap orang akan mempunyai persepsi baik dan tidak mungkin buruk pada perusahaan yang menerapkan CSR sehingga tidak

akan akurat apabila digeneralisasikan pada sudut pandang manajerial perusahaan bersangkutan.

5.4. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka saran peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dalam pendistribusian kuesioner dilakukan dengan metode kualitatif yang berbeda tetapi memperhatikan kesesuaian persyaratan penelitian yang telah ditentukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar hasil penelitian memberikan perbandingan agar pembahasan menjadi lebih luas dan menarik yang belum sempat teridentifikasi oleh penelitian ini dengan memberikan kontrol yang lebih baik dalam pengambilan sampel sehingga mampu menjelaskan serta mengikat secara lebih nyata umur dari milenial yang menjadi responden.

Daftar Pustaka

- Almıaçık, E., & Almıaçık, Ü. (2012). Identifying dimensions of attractiveness in employer branding: effects of age, gender, and current employment status. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1336-1343.
- Anastasi, A., & Urbina, S. (1997). *Psychological Testing*. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Barrena-Martínez, J., López-Fernández, M., Márquez-Moreno, C., & Romero-Fernández, P. M. (2015). Corporate social responsibility in the process of attracting college graduates. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(6), 408-423.
- Bhattacharya, C. B., Sen, S., & Korschun, D. (2008). Using corporate social responsibility to win the war for talent. *MIT Sloan management review*, 49(2).
- Cooke, F. L., & He, Q. (2010). Corporate social responsibility and HRM in China: a study of textile and apparel enterprises. *Asia pacific business review*, 16(3), 355-376.
- Davis, J. H., Schoorman, F. D., & Donaldson, L. (1997). Toward a stewardship theory of management. *Academy of Management review*, 22(1), 20-47.
- Deephouse, D. L., & Carter, S. M. (2005). An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of management Studies*, 42(2), 329-360.
- Duarte, A. P., Gomes, D., & Neves, J. (2014). Finding the jigsaw piece for our jigsaw puzzle with corporate social responsibility: The impact of CSR on prospective applicants' responses. *Management Research: The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, (3), 240-258.
- Duda, J. (2014). The requirements of university students in the employee benefits by a prospective employer. *Procedia Economics and Finance*, 12, 130-137.
- Eddleston, K. A., & Kellermanns, F. W. (2007). Destructive and productive family relationships: A stewardship theory perspective. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 545-565.
- Goltz, S. M., & Giannantonio, C. M. (1995). Recruiter friendliness and attraction to the job: The mediating role of inferences about the organization. *Journal of Vocational Behavior*, 46(1), 109-118.
- Gomes, D., & Neves, J. (2011). Organizational attractiveness and prospective applicants' intentions to apply. *Personnel Review*.
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & society*, 39(3), 254-280.
- Highhouse, S., Thornbury, E. E., & Little, I. S. (2007). Social-identity functions of attraction to organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103(1), 134-146.

- Hong, G., & Kim, E. (2017). Overcoming country-of-origin image constraints on hiring: the moderating role of CSR. *Asian Business & Management*, 16(4), 253-271.
- Huddy, L. (2001). From social to political identity: A critical examination of social identity theory. *Political psychology*, 22(1), 127-156.
- Jones, D. A., Willness, C. R., & Glavas, A. (2017). When corporate social responsibility (CSR) meets organizational psychology: New frontiers in micro-CSR research, and fulfilling a quid pro quo through multilevel insights. *Frontiers in psychology*, 8, 520.
- Lee, E. M., Park, S. Y., & Lee, H. J. (2013). Employee perception of CSR activities: Its antecedents and consequences. *Journal of business research*, 66(10), 1716-1724.
- Lew, E. B., & Henokh Parmenas, (2009). Membangun strategi employer branding kelompok usaha Bina Nusantara (Doctoral dissertation, BINUS).
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of management studies*, 43(1), 1-18.
- Meister, J. (2012). Corporate social responsibility: A lever for employee attraction & engagement. *Forbes*. Available at: <http://www.forbes.com/sites/jeannemeister/2012/06/07/corporate-social-responsibility-a-lever-for-employee-attraction-engagement> Diakses 13 Mei 2020.
- Miles, S. J., & Mangold, G. (2004). A conceptualization of the employee branding process. *Journal of relationship marketing*, 3(2-3), 65-87.
- Randy Evans, W., & Davis, W. D. (2011). An examination of perceived corporate citizenship, job applicant attraction, and CSR work role definition. *Business & Society*, 50(3), 456-480.
- Sarwono, Jonathan. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Schneider, B., Goldstein, H. W., & Smith, D. B. (1995). The ASA framework: An update. *Personnel psychology*, 48(4), 747-773.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Sekiguchi, T., & Huber, V. L. (2011). The use of person–organization fit and person–job fit information in making selection decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 116(2), 203-216.
- Simpson, S. N. Y., & Aprim, E. K. (2018). Do corporate social responsibility practices of firms attract prospective employees? Perception of university students from a developing country. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(1), 6.
- Story, J., Castanheira, F., & Hartig, S. (2016). Corporate social responsibility and organizational attractiveness: Implications for talent management. *Social Responsibility Journal*.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2012), *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Alfabeta: Bandung.
- Teo, H. A., & Poon, J. T. F. (1994). Career choice of undergraduates and SMEs in Singapore. *International Journal of Career Management*.
- Terry, D. J., Hogg, M. A., & White, K. M. (1999). The theory of planned behaviour: self-identity, social identity and group norms. *British journal of social psychology*, 38(3), 225-244.
- Tilling, M. V. (2004). Some thoughts on legitimacy theory in social and environmental accounting. *Social and Environmental Accountability Journal*, 24(2), 3-7.
- Tilt, C. A. (2016). Corporate social responsibility research: the importance of context. *International journal of corporate social responsibility*, 1(1), 1-9.
- Turban, D. B., & Greening, D. W. (1997). Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *Academy of management journal*, 40(3), 658-672.
- Turban, D. B., & Keon, T. L. (1993). Organizational attractiveness: An interactionist perspective. *Journal of applied psychology*, 78(2), 184.
- Turban, D. B., Forret, M. L., & Hendrickson, C. L. (1998). Applicant attraction to firms: Influences of organization reputation, job and organizational attributes, and recruiter behaviors. *Journal of vocational behavior*, 52(1), 24-44.
- Yu, K. Y. T. (2014). Person-organization fit effects on organizational attraction: A test of an expectations-based model. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 124(1), 75-94.
- Yuda, T. K. (2016). Memaknai ulang corporate social responsibility: Upaya mewujudkan fair responsibility. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(3), 200-217.

LAMPIRAN I

Kuesioner Penelitian

Kami memohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi generasi milenial sebagai calon karyawan terhadap sebuah organisasi yang menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Kami harap Anda membaca informasi ini dengan seksama sebelum memutuskan untuk berpartisipasi. Jika Anda memenuhi kriteria dan setuju untuk berpartisipasi, Anda kemudian akan diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan yang sudah kami siapkan sebelumnya.

Beberapa kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Generasi milenial yang berumur 20 hingga 25 tahun
2. Calon karyawan (Kaum milenial) yang belum dan atau memiliki beberapa tawaran pekerjaan dan memiliki hak untuk memilih satu dari yang lain atau bahkan sudah bekerja namun ingin mengganti pekerjaannya.
3. Memilih untuk bekerja di sebuah organisasi dan tidak bekerja sendiri.

Kerahasiaan

Respons yang Anda berikan akan kami jaga kerahasiaannya. Temuan dari penelitian ini mungkin akan dipublikasikan dalam jurnal ilmiah serta dipresentasikan dalam pertemuan ilmiah. Namun, hanya data kelompok yang akan ditampilkan dan identitas Anda akan tetap terjaga kerahasiaannya. Partisipasi Anda bersifat sukarela. Jika Anda sudah menyetujui berpartisipasi namun kemudian berubah pikiran, Anda dapat membatalkan persetujuan Anda kapan pun dengan tidak melanjutkan pengisian kuesioner. Keputusan Anda untuk berpartisipasi maupun tidak, tidak akan memengaruhi hubungan Anda dengan peneliti.

Peneliti

Bintang mahasiswa angkatan 2015 program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

- Saya merupakan generasi milenial
 - Ya
 - Tidak
- Jenis kelamin (pilih salah satu)
 - Laki-laki
 - Perempuan

- Apakah Anda pernah mendengar mengenai CSR? (Pilih salah satu)
 - Ya, dan saya cukup memahaminya
 - Ya, tapi saya kurang paham
 - Ya, saya pernah mendengarnya tapi tidak mengerti sama sekali
 - Tidak pernah mendengarnya dan tidak tahu sama sekali



Elements of Organisational Attractiveness

Pada bagian ini Anda dipersilahkan untuk mengisi berdasarkan tingkat kepentingannya sehingga membuat sebuah organisasi menjadi menarik bagi Anda.

Keterangan:

1: Sangat tidak penting

2: Tidak penting

3: Netral

4: Penting

5: Sangat penting

- Arah pikiran (atau dalam hal ini visi) yang masuk akal
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Nilai yang ditampilkan dan dijalankan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Standar etika kerja yang jelas
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Sikap ramah perekrut
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Besarnya nilai gaji
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Kualitas Manajerial dan hubungan antara manajer dengan para karyawan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Prospek karir jangka panjang
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Banyaknya tanggung jawab yang diberikan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Hak atau otoritas yang diberikan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Keikutsertaan dalam pengambilan keputusan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting

- *Marketability* (Daya tarik daya tarik bagi calon pegawai atau klien serta kemampuan produk atau jasa untuk dijual atau dipasarkan)
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Tingkat keamanan kerja
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Kebijakan pemberian informasi atau pengetahuan mengenai penerapan CSR
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting

CSRP Disclosures and Job Attraction

Beberapa aspek CSR yang paling penting dalam daya tarik. Penerapan CSR dari suatu organisasi akan mempengaruhi persepsi daya tarik organisasi dibagi dalam beberapa atribut yang berpengaruh yaitu:

Economic Factors,
Environmental,
Social-Labour Practices and Decent Work,
Social – Human Rights,
Society, dan
Social Product Responsibility.

Menurut Anda sebagai calon karyawan yang peduli dengan adanya penerapan CSR dalam suatu organisasi, apakah hal-hal tersebut akan berpengaruh dengan adanya penerapan CSR sebuah organisasi?

Keterangan:

1. Sangat tidak berpengaruh
2. Tidak berpengaruh
3. Netral
4. Berpengaruh
5. Sangat berpengaruh

Economic Factors

- Performa ekonomi
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Kehadiran di pasar (Apakah organisasi punya performa yang baik di industri tempat dia terjun didalamnya)
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting

- Pengaruh tidak langsung
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Tingkat pembelian
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting

Environmental

- Bahan baku yang ramah lingkungan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Energi bersih dan terbarukan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Konservasi Air
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Keanekaragaman hayati
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Pengurangan emisi
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Pengurangan limbah
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Produk yang ramah lingkungan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Kepatuhan terhadap Standar Perlindungan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Dampak supplier (pemasok)
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Saluran pengaduan dampak lingkungan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting

Social-Labour Practices and Decent Work

- Keuntungan karyawan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting

- Hubungan antara sesama karyawan dan atasan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Kesehatan dan keselamatan kerja
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Pelatihan dan Edukasi
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Keragaman dan kesempatan yang sama
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Remunerasi (pemberian upah) yang sesuai
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Supplier Assessment (kelayakan suatu perusahaan menjadi suplier kita) untuk Tenaga Kerja
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Saluran Keluhan Tenaga Kerja
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting

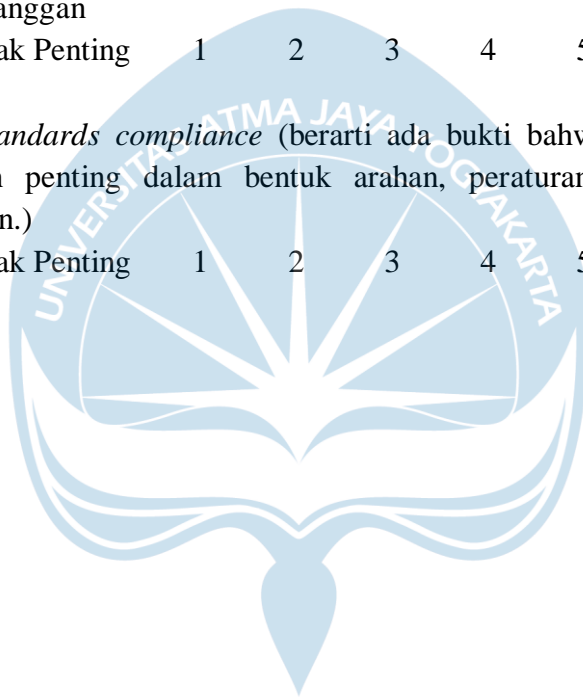
Social – Human Rights

- Investasi dalam Hak Asasi Manusia
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Non- diskriminasi
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Asosiasi dan posisi tawar barang atau jasa
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Pekerja anak
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Kerja paksa (pekerjaan atau layanan apa pun yang terpaksa dilakukan orang atas kehendaknya, di bawah ancaman hukuman)
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting

- Praktik keamanan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
 - *Indigenous Rights* (hak-hak yang ada sebagai pengakuan atas kondisi khusus pribumi atau masyarakat adat)
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
 - Dampak supplier
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
 - Saluran keluhan HAM
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Society*
- Masyarakat sekitar
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
 - Anti korupsi
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
 - Kebijakan publik
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
 - Perilaku Anti-kompetitif (praktik bisnis, pemerintah atau agama yang mencegah atau mengurangi persaingan di pasar. Perdebatan tentang moralitas praktik-praktik bisnis tertentu yang disebut sebagai anti-persaingan terus berlanjut baik dalam studi sejarah ekonomi maupun dalam budaya populer.)
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
 - Kepatuhan terhadap hukum
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
 - Dampak pemasok dari masyarakat
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
 - Saluran keluhan untuk dampak (*Grievance channel for Impacts*)
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting

Social Product Responsibility

- Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Pelabelan Produk dan Layanan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Komunikasi pemasaran bisnis
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- Privasi Pelanggan
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting
- *Product standards compliance* (berarti ada bukti bahwa produk memenuhi persyaratan penting dalam bentuk arahan, peraturan, dan standar yang diselaraskan.)
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 Sangat Penting



LAMPIRAN II
Hasil Kuesioner Penelitian

Perempuan	108
Laki-laki	101

Tingkat pemahaman CSR	Respon
Ya, dan saya cukup memahaminya	181
Ya, tapi saya kurang paham	23
Ya, saya pernah mendengarnya tapi tidak mengerti sama sekali	5
Tidak pernah mendengarnya dan tidak tahu sama sekali (Berhenti hingga pertanyaan ini)	0

X	1	2	3	4	5
Common sense of direction	0	3	7	112	87
Shared values	0	0	14	148	47
Similar ethical standards	0	0	4	109	96
Friendliness of the recruiter	4	15	17	101	72
Pay	0	2	6	67	134
Managerial quality and relationships	0	0	0	81	128
Long term career prospects	0	2	3	59	145
Level of responsibility given at work	0	2	24	130	53
Authority given to work	0	0	15	113	81
Involvement in decision making	0	1	9	96	103
Marketability	0	0	5	138	66
Job security	0	2	2	38	167
The level of CSRP disclosures, policies	0	3	16	123	67

	Y	1	2	3	4	5
Economic	Economic performance	0	0	11	79	119
	Market presence	0	0	8	122	79
	Indirect impacts	0	0	36	115	58
	Procurement	0	2	8	118	81
Environmental	Safe raw materials	0	6	15	98	90
	Clean and renewable energy	0	0	11	128	70
	Water conservation	0	1	7	120	81
	Biodiversity	0	0	11	127	71
	Reduced emissions	0	0	19	128	62
	Reduced waste	0	0	3	116	90
	Environmentally safe products	0	9	9	76	115
	Compliance with protection standards	0	5	4	130	70
	Supplier impacts	0	1	17	135	56
	Environmental impact grievance channels	0	2	8	133	66
Social-labour practices and decent work	Employment benefits	0	0	0	104	105
	Labour/Mgt Relations	0	2	7	96	104
	Health and safety	0	2	5	47	155
	Training and edu	0	0	5	71	133
	Diversity and equal opportunity	0	2	5	48	154
	Equal remuneration	0	2	3	57	147
	Supplier assessment for labour	0	1	2	101	105
	Labour grievance channels	0	0	13	100	96
Social-human rights	Investment in human right	0	0	0	113	96
	Non-discrimination	0	1	1	83	124
	Association and bargaining	0	0	19	118	72
	Child labour	25	19	18	108	39
	Forced labour	25	22	22	107	33
	Security practices	0	0	1	65	143
	Indigenous rights	4	7	14	116	68
	Supplier impact	0	0	11	123	75
	Human rights grievance channels	0	2	3	135	69
Society	Local communities	1	0	5	112	91
	Anti-corruption	0	0	2	86	121
	Public policy	0	0	2	130	77
	Anti-competitive behaviour	4	11	17	105	72
	Compliance with laws	0	0	5	117	87
	Supplier impacts	0	0	7	121	81
	Grievance channel for impacts	0	0	9	128	72

Social product responsibility	Customer health and safety	0	0	3	91	115
	Product and service labelling	0	0	4	133	72
	Marketing communications	0	0	3	109	97
	Customer privacy	1	10	20	69	109
	Product standars compliance	0	0	2	102	105



LAMPIRAN III
Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Elements of Organisational Attractiveness

		Correlations													TOTAL_E
		EOA1	EOA2	EOA3	EOA4	EOA5	EOA6	EOA7	EOA8	EOA9	EOA10	EOA11	EOA12	EOA13	OA
EOA1	Pearson Correlation	1	.289**	.325**	.473**	.053	.106	.196**	.039	.228**	.237**	.344**	.169*	.255**	.511**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.445	.126	.004	.576	.001	.001	.000	.014	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA2	Pearson Correlation	.289**	1	.373**	.069	.239**	.281**	.103	.400**	.318**	.131	.392**	-.118	.013	.435**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.324	.000	.000	.137	.000	.000	.060	.000	.089	.852	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA3	Pearson Correlation	.325**	.373**	1	.289**	.382**	.417**	.455**	.229**	.478**	.231**	.411**	.198**	.269**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.004	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA4	Pearson Correlation	.473**	.069	.289**	1	.131	.126	.132	-.029	.314**	.426**	.295**	.192**	.392**	.567**
	Sig. (2-tailed)														
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209

	Sig. (2-tailed)	.000	.324	.000		.060	.069	.057	.678	.000	.000	.000	.005	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA5	Pearson Correlation	.053	.239**	.382**	.131	1	.495**	.491**	.322**	.346**	.326**	.347**	.358**	.129	.585**	
	Sig. (2-tailed)	.445	.000	.000	.060		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.062	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA6	Pearson Correlation	.106	.281**	.417**	.126	.495**	1	.537**	.168*	.353**	.354**	.110	.320**	.084	.540**	
	Sig. (2-tailed)	.126	.000	.000	.069	.000		.000	.015	.000	.000	.113	.000	.229	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA7	Pearson Correlation	.196**	.103	.455**	.132	.491**	.537**	1	.254**	.464**	.461**	.302**	.575**	.259**	.660**	
	Sig. (2-tailed)	.004	.137	.000	.057	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA8	Pearson Correlation	.039	.400**	.229**	-.029	.322**	.168*	.254**	1	.473**	.241**	.223**	.208**	.175*	.471**	
	Sig. (2-tailed)	.576	.000	.001	.678	.000	.015	.000		.000	.000	.001	.002	.011	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA9	Pearson Correlation	.228**	.318**	.478**	.314**	.346**	.353**	.464**	.473**	1	.557**	.565**	.415**	.372**	.766**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209

EOA10	Pearson Correlation	.237**	.131	.231**	.426**	.326**	.354**	.461**	.241**	.557**	1	.428**	.476**	.301**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.001	.060	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA11	Pearson Correlation	.344**	.392**	.411**	.295**	.347**	.110	.302**	.223**	.565**	.428**	1	.207**	.280**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.113	.000	.001	.000	.000		.003	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA12	Pearson Correlation	.169*	-.118	.198**	.192**	.358**	.320**	.575**	.208**	.415**	.476**	.207**	1	.347**	.558**
	Sig. (2-tailed)	.014	.089	.004	.005	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.003		.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EOA13	Pearson Correlation	.255**	.013	.269**	.392**	.129	.084	.259**	.175*	.372**	.301**	.280**	.347**	1	.534**
	Sig. (2-tailed)	.000	.852	.000	.000	.062	.229	.000	.011	.000	.000	.000	.000		.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
TOTAL_EO A	Pearson Correlation	.511**	.435**	.650**	.567**	.585**	.540**	.660**	.471**	.766**	.687**	.635**	.558**	.534**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Economic

Correlations

		EC1	EC2	EC3	EC4	TOTAL_EC
EC1	Pearson Correlation	1	.239**	.335**	.422**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209
EC2	Pearson Correlation	.239**	1	.428**	.301**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209
EC3	Pearson Correlation	.335**	.428**	1	.167*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.016	.000
	N	209	209	209	209	209
EC4	Pearson Correlation	.422**	.301**	.167*	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.016		.000
	N	209	209	209	209	209
TOTAL_EC	Pearson Correlation	.716**	.688**	.714**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Environmental

Correlations

		EN1	EN2	EN3	EN4	EN5	EN6	EN7	EN8	EN9	EN10	TOTAL_EN
EN1	Pearson Correlation	1	.597**	.608**	.603**	.225**	.541**	.460**	.269**	.282**	.401**	.700**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EN2	Pearson Correlation	.597**	1	.634**	.806**	.453**	.504**	.418**	.409**	.439**	.510**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EN3	Pearson Correlation	.608**	.634**	1	.778**	.232**	.567**	.525**	.257**	.556**	.450**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EN4	Pearson Correlation	.603**	.806**	.778**	1	.375**	.594**	.479**	.376**	.568**	.550**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EN5	Pearson Correlation	.225**	.453**	.232**	.375**	1	.533**	.392**	.470**	.426**	.427**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EN6	Pearson Correlation	.541**	.504**	.567**	.594**	.533**	1	.687**	.458**	.452**	.555**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209

EN7	Pearson Correlation	.460**	.418**	.525**	.479**	.392**	.687**	1	.359**	.316**	.582**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EN8	Pearson Correlation	.269**	.409**	.257**	.376**	.470**	.458**	.359**	1	.256**	.471**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EN9	Pearson Correlation	.282**	.439**	.556**	.568**	.426**	.452**	.316**	.256**	1	.613**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
EN10	Pearson Correlation	.401**	.510**	.450**	.550**	.427**	.555**	.582**	.471**	.613**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
TOTAL_EN	Pearson Correlation	.700**	.786**	.769**	.835**	.617**	.810**	.736**	.594**	.662**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Social-labour practices and decent work

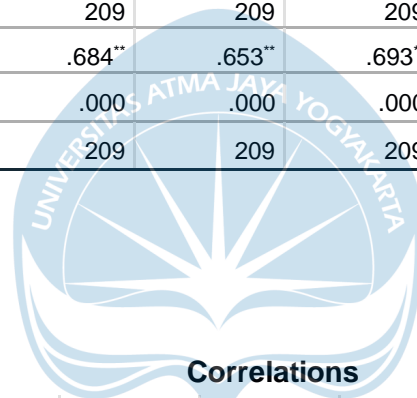
Correlations

		SLPDW1	SLPDW2	SLPDW3	SLPDW4	SLPDW5	SLPDW6	SLPDW7	SLPDW8	SLPDW_TOTAL
SLPDW1	Pearson Correlation	1	.350**	.249**	.640**	.546**	.270**	.303**	.322**	.666**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SLPDW2	Pearson Correlation	.350**	1	.573**	.324**	.508**	.392**	.303**	.196**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SLPDW3	Pearson Correlation	.249**	.573**	1	.376**	.630**	.479**	.210**	.000	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.997	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SLPDW4	Pearson Correlation	.640**	.324**	.376**	1	.448**	.279**	.380**	.359**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SLPDW5	Pearson Correlation	.546**	.508**	.630**	.448**	1	.657**	.450**	.301**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SLPDW6	Pearson Correlation	.270**	.392**	.479**	.279**	.657**	1	.290**	.206**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.003	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SLPDW7	Pearson Correlation	.303**	.303**	.210**	.380**	.450**	.290**	1	.609**	.657**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SLPDW8	Pearson Correlation	.322**	.196**	.000	.359**	.301**	.206**	.609**	1	.560**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.997	.000	.000	.003	.000		.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SLPDW_TOTAL	Pearson Correlation	.666**	.684**	.653**	.693**	.838**	.662**	.657**	.560**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Social-human rights



		SHR1	SHR2	SHR3	SHR4	SHR5	SHR6	SHR7	SHR8	SHR9	SHR_TOTAL
SHR1	Pearson Correlation	1	.478**	.562**	-.006	-.089	.217**	.269**	.521**	.540**	.442**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.934	.198	.002	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SHR2	Pearson Correlation	.478**	1	.448**	.017	-.048	.544**	.271**	.495**	.566**	.484**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.812	.493	.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209

SHR3	Pearson Correlation	.562**	.448**	1	.397**	.279**	.230**	.456**	.624**	.669**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SHR4	Pearson Correlation	-.006	.017	.397**	1	.843**	.175*	.444**	.222**	.231**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.934	.812	.000		.000	.011	.000	.001	.001	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SHR5	Pearson Correlation	-.089	-.048	.279**	.843**	1	.143*	.477**	.153*	.137*	.697**
	Sig. (2-tailed)	.198	.493	.000	.000		.039	.000	.027	.047	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SHR6	Pearson Correlation	.217**	.544**	.230**	.175*	.143*	1	.170*	.383**	.367**	.458**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.011	.039		.014	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SHR7	Pearson Correlation	.269**	.271**	.456**	.444**	.477**	.170*	1	.498**	.477**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.014		.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SHR8	Pearson Correlation	.521**	.495**	.624**	.222**	.153*	.383**	.498**	1	.719**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.027	.000	.000		.000	.000

	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SHR9	Pearson Correlation	.540**	.566**	.669**	.231**	.137*	.367**	.477**	.719**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.047	.000	.000	.000		.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209
SHR_TOTAL	Pearson Correlation	.442**	.484**	.738**	.750**	.697**	.458**	.731**	.680**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209	209	209

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Society

Correlations

		SC1	SC2	SC3	SC4	SC5	SC6	SC7	SC_TOTAL
SC1	Pearson Correlation	1	.360**	.591**	.325**	.570**	.579**	.598**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209
SC2	Pearson Correlation	.360**	1	.621**	.334**	.545**	.528**	.549**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209
SC3	Pearson Correlation	.591**	.621**	1	.391**	.637**	.695**	.764**	.843**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209
SC4	Pearson Correlation	.325**	.334**	.391**	1	.388**	.370**	.537**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209
SC5	Pearson Correlation	.570**	.545**	.637**	.388**	1	.509**	.661**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209
SC6	Pearson Correlation	.579**	.528**	.695**	.370**	.509**	1	.641**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209
SC7	Pearson Correlation	.598**	.549**	.764**	.537**	.661**	.641**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	209	209	209	209	209	209	209	209
SC_TOTAL	Pearson Correlation	.733**	.704**	.843**	.685**	.780**	.781**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209	209	209	209

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Social product responsibility

Correlations

		SPR1	SPR2	SPR3	SPR4	SPR5	TOTAL_SPR
SPR1	Pearson Correlation	1	.475**	.339**	.405**	.645**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209
SPR2	Pearson Correlation	.475**	1	.545**	.397**	.608**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209
SPR3	Pearson Correlation	.339**	.545**	1	.287**	.380**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209
SPR4	Pearson Correlation	.405**	.397**	.287**	1	.537**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	209	209	209	209	209	209
SPR5	Pearson Correlation	.645**	.608**	.380**	.537**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	209	209	209	209	209	209
TOTAL_SPR	Pearson Correlation	.736**	.769**	.644**	.772**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	209	209	209	209	209	209

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Elements of Organisational Attractiveness

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.830	.841	13

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
EOA1	4.35	.619	209
EOA2	4.16	.518	209
EOA3	4.44	.535	209
EOA4	4.06	.941	209
EOA5	4.59	.598	209
EOA6	4.61	.488	209
EOA7	4.66	.559	209
EOA8	4.12	.628	209
EOA9	4.32	.601	209
EOA10	4.44	.602	209
EOA11	4.29	.506	209
EOA12	4.77	.505	209



EOA13	4.22	.640	209
-------	------	------	-----

Inter-Item Correlation Matrix

	EOA1	EOA2	EOA3	EOA4	EOA5	EOA6	EOA7	EOA8	EOA9	EOA10	EOA11	EOA12	EOA13
EOA1	1.000	.289	.325	.473	.053	.106	.196	.039	.228	.237	.344	.169	.255
EOA2	.289	1.000	.373	.069	.239	.281	.103	.400	.318	.131	.392	-.118	.013
EOA3	.325	.373	1.000	.289	.382	.417	.455	.229	.478	.231	.411	.198	.269
EOA4	.473	.069	.289	1.000	.131	.126	.132	-.029	.314	.426	.295	.192	.392
EOA5	.053	.239	.382	.131	1.000	.495	.491	.322	.346	.326	.347	.358	.129
EOA6	.106	.281	.417	.126	.495	1.000	.537	.168	.353	.354	.110	.320	.084
EOA7	.196	.103	.455	.132	.491	.537	1.000	.254	.464	.461	.302	.575	.259
EOA8	.039	.400	.229	-.029	.322	.168	.254	1.000	.473	.241	.223	.208	.175
EOA9	.228	.318	.478	.314	.346	.353	.464	.473	1.000	.557	.565	.415	.372
EOA10	.237	.131	.231	.426	.326	.354	.461	.241	.557	1.000	.428	.476	.301
EOA11	.344	.392	.411	.295	.347	.110	.302	.223	.565	.428	1.000	.207	.280
EOA12	.169	-.118	.198	.192	.358	.320	.575	.208	.415	.476	.207	1.000	.347
EOA13	.255	.013	.269	.392	.129	.084	.259	.175	.372	.301	.280	.347	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EOA1	52.68	17.950	.399	.370	.824
EOA2	52.88	18.658	.335	.472	.828
EOA3	52.59	17.569	.573	.461	.812
EOA4	52.97	16.490	.399	.441	.834
EOA5	52.44	17.623	.487	.436	.818
EOA6	52.42	18.283	.456	.496	.820
EOA7	52.37	17.408	.581	.568	.811
EOA8	52.91	18.146	.353	.403	.828
EOA9	52.72	16.627	.701	.613	.802
EOA10	52.59	17.050	.606	.511	.809
EOA11	52.74	17.779	.561	.519	.814
EOA12	52.26	18.137	.473	.491	.819
EOA13	52.82	17.746	.421	.293	.823

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
57.03	20.427	4.520	13

Economic

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.645	.648	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
EC1	4.52	.597	209
EC2	4.34	.550	209
EC3	4.11	.664	209
EC4	4.33	.597	209

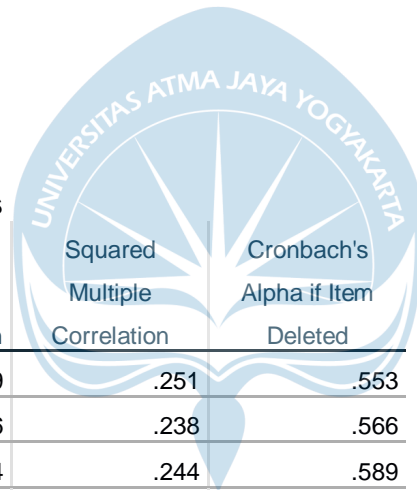


Inter-Item Correlation Matrix

	EC1	EC2	EC3	EC4
EC1	1.000	.239	.335	.422
EC2	.239	1.000	.428	.301
EC3	.335	.428	1.000	.167
EC4	.422	.301	.167	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EC1	12.78	1.742	.459	.251	.553
EC2	12.95	1.853	.446	.238	.566
EC3	13.19	1.672	.414	.244	.589
EC4	12.96	1.835	.390	.224	.601



Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.29	2.823	1.680	4

Environmental

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.896	.901	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
EN1	4.30	.727	209
EN2	4.28	.556	209
EN3	4.34	.568	209
EN4	4.29	.558	209
EN5	4.21	.589	209
EN6	4.42	.522	209
EN7	4.42	.769	209
EN8	4.27	.616	209
EN9	4.18	.582	209
EN10	4.26	.572	209



Inter-Item Correlation Matrix

	EN1	EN2	EN3	EN4	EN5	EN6	EN7	EN8	EN9	EN10
EN1	1.000	.597	.608	.603	.225	.541	.460	.269	.282	.401
EN2	.597	1.000	.634	.806	.453	.504	.418	.409	.439	.510
EN3	.608	.634	1.000	.778	.232	.567	.525	.257	.556	.450
EN4	.603	.806	.778	1.000	.375	.594	.479	.376	.568	.550
EN5	.225	.453	.232	.375	1.000	.533	.392	.470	.426	.427
EN6	.541	.504	.567	.594	.533	1.000	.687	.458	.452	.555
EN7	.460	.418	.525	.479	.392	.687	1.000	.359	.316	.582
EN8	.269	.409	.257	.376	.470	.458	.359	1.000	.256	.471
EN9	.282	.439	.556	.568	.426	.452	.316	.256	1.000	.613
EN10	.401	.510	.450	.550	.427	.555	.582	.471	.613	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EN1	38.66	15.322	.599	.509	.890
EN2	38.68	15.728	.730	.715	.880
EN3	38.62	15.747	.707	.715	.882
EN4	38.67	15.480	.789	.791	.877
EN5	38.76	16.416	.523	.483	.893
EN6	38.55	15.816	.762	.652	.879
EN7	38.54	14.884	.638	.589	.888
EN8	38.69	16.425	.491	.357	.896
EN9	38.78	16.218	.576	.588	.890
EN10	38.70	15.758	.699	.617	.882

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
42.96	19.258	4.388	10

Social-labour practices and decent work

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.829	.831	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SLPDW1	4.50	.501	209
SLPDW2	4.44	.611	209
SLPDW3	4.70	.563	209
SLPDW4	4.61	.535	209
SLPDW5	4.69	.565	209
SLPDW6	4.67	.556	209
SLPDW7	4.48	.547	209
SLPDW8	4.40	.605	209



Inter-Item Correlation Matrix

	SLPDW1	SLPDW2	SLPDW3	SLPDW4	SLPDW5	SLPDW6	SLPDW7	SLPDW8
SLPDW1	1.000	.350	.249	.640	.546	.270	.303	.322
SLPDW2	.350	1.000	.573	.324	.508	.392	.303	.196
SLPDW3	.249	.573	1.000	.376	.630	.479	.210	.000
SLPDW4	.640	.324	.376	1.000	.448	.279	.380	.359
SLPDW5	.546	.508	.630	.448	1.000	.657	.450	.301
SLPDW6	.270	.392	.479	.279	.657	1.000	.290	.206
SLPDW7	.303	.303	.210	.380	.450	.290	1.000	.609
SLPDW8	.322	.196	.000	.359	.301	.206	.609	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SLPDW1	32.00	7.404	.557	.552	.809
SLPDW2	32.06	7.016	.552	.404	.810
SLPDW3	31.80	7.264	.524	.585	.813
SLPDW4	31.89	7.214	.582	.509	.805
SLPDW5	31.81	6.627	.766	.706	.779
SLPDW6	31.83	7.255	.538	.453	.811
SLPDW7	32.02	7.298	.534	.465	.811
SLPDW8	32.11	7.489	.399	.444	.831

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.50	9.174	3.029	8

Social-human rights

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.791	.834	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SHR1	4.46	.500	209
SHR2	4.58	.532	209
SHR3	4.25	.611	209
SHR4	3.56	1.235	209
SHR5	3.48	1.225	209
SHR6	4.68	.478	209
SHR7	4.13	.827	209
SHR8	4.31	.565	209
SHR9	4.30	.544	209



Inter-Item Correlation Matrix

	SHR1	SHR2	SHR3	SHR4	SHR5	SHR6	SHR7	SHR8	SHR9
SHR1	1.000	.478	.562	-.006	-.089	.217	.269	.521	.540
SHR2	.478	1.000	.448	.017	-.048	.544	.271	.495	.566
SHR3	.562	.448	1.000	.397	.279	.230	.456	.624	.669
SHR4	-.006	.017	.397	1.000	.843	.175	.444	.222	.231
SHR5	-.089	-.048	.279	.843	1.000	.143	.477	.153	.137
SHR6	.217	.544	.230	.175	.143	1.000	.170	.383	.367
SHR7	.269	.271	.456	.444	.477	.170	1.000	.498	.477
SHR8	.521	.495	.624	.222	.153	.383	.498	1.000	.719
SHR9	.540	.566	.669	.231	.137	.367	.477	.719	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SHR1	33.29	16.775	.341	.458	.788
SHR2	33.17	16.489	.381	.521	.784
SHR3	33.50	14.924	.662	.617	.753
SHR4	34.19	11.992	.573	.744	.768

SHR5	34.27	12.591	.498	.747	.783
SHR6	33.07	16.769	.363	.373	.786
SHR7	33.62	13.910	.620	.451	.750
SHR8	33.44	15.440	.599	.605	.762
SHR9	33.45	15.499	.612	.646	.762

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
37.75	18.419	4.292	9

Society

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.867	.889	7



Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SC1	4.40	.589	209
SC2	4.57	.515	209
SC3	4.36	.500	209
SC4	4.10	.896	209
SC5	4.39	.536	209
SC6	4.35	.545	209
SC7	4.30	.546	209



Inter-Item Correlation Matrix

	SC1	SC2	SC3	SC4	SC5	SC6	SC7
SC1	1.000	.360	.591	.325	.570	.579	.598
SC2	.360	1.000	.621	.334	.545	.528	.549
SC3	.591	.621	1.000	.391	.637	.695	.764
SC4	.325	.334	.391	1.000	.388	.370	.537
SC5	.570	.545	.637	.388	1.000	.509	.661
SC6	.579	.528	.695	.370	.509	1.000	.641
SC7	.598	.549	.764	.537	.661	.641	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SC1	26.08	7.552	.626	.478	.850
SC2	25.90	7.904	.605	.450	.854
SC3	26.11	7.516	.786	.701	.833
SC4	26.37	6.860	.482	.297	.895
SC5	26.08	7.575	.698	.537	.842
SC6	26.12	7.539	.698	.555	.842
SC7	26.17	7.220	.820	.699	.826

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30.47	9.924	3.150	7

Social product responsibility

Reliability Statistics

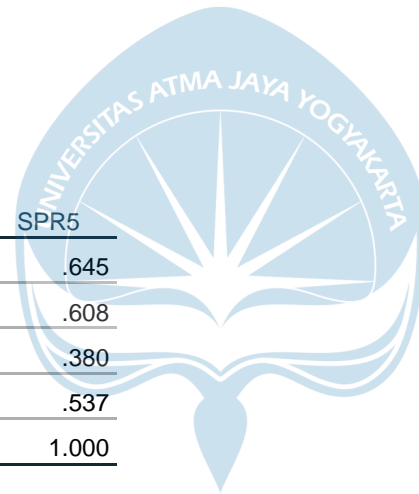
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.783	.811	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SPR1	4.54	.528	209
SPR2	4.33	.509	209
SPR3	4.45	.527	209
SPR4	4.32	.869	209
SPR5	4.49	.520	209

Inter-Item Correlation Matrix

	SPR1	SPR2	SPR3	SPR4	SPR5
SPR1	1.000	.475	.339	.405	.645
SPR2	.475	1.000	.545	.397	.608
SPR3	.339	.545	1.000	.287	.380
SPR4	.405	.397	.287	1.000	.537
SPR5	.645	.608	.380	.537	1.000

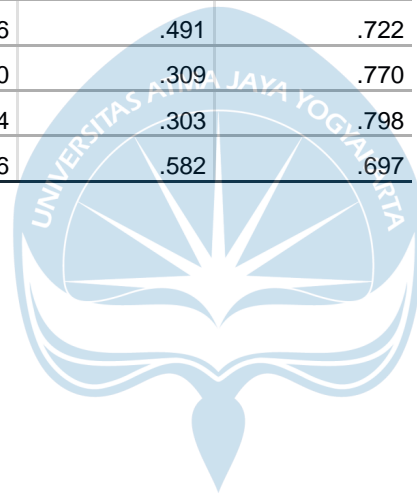


Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SPR1	17.58	3.485	.593	.433	.735
SPR2	17.79	3.453	.646	.491	.722
SPR3	17.67	3.703	.470	.309	.770
SPR4	17.80	2.707	.514	.303	.798
SPR5	17.63	3.293	.726	.582	.697

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22.12	4.933	2.221	5



LAMPIRAN IV
Hasil Analisis

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Error	Std. Deviation	Deskriptif
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic		Statistic	
CSR	209	45	65	57,03	0,313	4,520	
Persepsi	209	155	215	187,10	1,065	15,392	
Valid N (listwise)	209						

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Uji F
1	Regression	5518,741	1	5518,741	26,107	,000 ^b	
	Residual	43758,149	207	211,392			
	Total	49276,890	208				

a. Dependent Variable: Persepsi

b. Predictors: (Constant), CSR

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	122,100	12,761		9,568	0,000
	CSR	1,140	0,223	0,335	5,109	0,000

Uji T

a. Dependent Variable: Persepsi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,335 ^a	0,112	0,108	14,539

Koefisien Determinasi

a. Predictors: (Constant), CSR

