

LAMPIRAN

TABEL MATRIKS

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan
1	Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Fasilitator CSR Skala data : Skala Ordinal	Responden menilai Keterbukaan (<i>openness</i>) fasilitator CSR saat menjalankan keberlanjutan program CSR.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana inisiasi fasilitator CSR untuk memastikan kejelasan dari pertanyaan yang diajukan oleh penerima manfaat. 2. Bagaimana cara fasilitator CSR menceritakan latar belakang pengalaman CSRnya 3. Bagaimana cara fasilitator CSR berbagi tentang motif dan perannya menjadi fasilitator CSR PT. Indonesia Power Semarang PGU 4. Bagaimana peraturan yang dilakukan fasilitator CSR dalam melakukan kunjungan secara rutin kepada penerima manfaat 5. Bagaimana inisiasi fasilitator CSR dalam menemui penerima manfaat diluar jadwal yang ditentukan secara resmi 6. Bagaimana cara fasilitator CSR membagikan informasi tentang tujuan perusahaan dalam proses penyelenggaraan program CSR 7. Bagaimana cara fasilitator CSR secara langsung memberikan tanggapan terkait dengan pertanyaan yang diajukan oleh penerima manfaat 8. Bagaimana ucapan dan bahasa yang digunakan fasilitator CSR saat berkomunikasi dengan penerima manfaat dalam menyampaikan materi

			<p>9. Bagaimana sikap fasilitator CSR saat penerima manfaat mengutarakan apa yang ingin disampaikan (terkait program CSR)</p> <p>10. Bagaimana inisiasi fasilitator CSR untuk memastikan kejelasan dari pertanyaan yang diajukan oleh penerima manfaat</p>
		<p>Responden menilai Empati (<i>emphaty</i>) fasilitator CSR saat menjalankan keberlanjutan program CSR</p>	<p>1. Bagaimana kesediaan fasilitator CSR dalam mendengarkan curahan penerima manfaat</p> <p>2. Bagaimana sikap yang ditunjukkan fasilitator CSR saat penerima manfaat sedang berbicara</p> <p>3. Bagaimana respon komunikasi yang dilakukan fasilitator CSR terhadap informasi yang di sampaikan oleh penerima manfaat</p> <p>4. Bagaimana respon fasilitator CSR ketika mendengar kesulitan-kesulitan yang dihadapi penerima manfaat saat menjalankan keberlanjutan program-program CSR</p> <p>5. Bagaimana ketuntasan fasilitator CSR saat mendapatkan pertanyaan dari penerima manfaat</p> <p>6. Bagaimana sikap fasilitator CSR dalam memberikan solusi terkait masalah yang dihadapi penerima manfaat saat menjalankan keberlanjutan program CSR</p> <p>7. Bagaimana sikap fasilitator CSR dalam memulai obrolan di sebuah pertemuan/ kunjungan</p> <p>8. Bagaimana cara fasilitator CSR mendorong penerima manfaat untuk berkomunikasi terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi</p>

			<p>penerima manfaat dalam menjalankan keberlanjutan program CSR</p> <p>9. Bagaimana respon yang diberikan fasilitator CSR saat menghadapi perbedaan pendapat dengan penerima manfaat</p>
		<p>Responden menilai Sikap Positif (<i>positiveness</i>) fasilitator CSR saat menjalankan keberlanjutan program CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana komunikasi non verbal yang ditunjukkan fasilitator CSR saat berkomunikasi dengan penerima manfaat 2. Bagaimana kecepatan fasilitator CSR dalam memberikan tanggapan 3. Bagaimana sikap fasilitator CSR saat mengkritik kesalahan yang dilakukan oleh penerima manfaat 4. Bagaimana sikap fasilitator CSR berkaitan dengan kesediaan untuk kooperatif dalam menerima masukan dari penerima manfaat 5. Bagaimana komunikasi yang dilakukan fasilitator CSR dalam memberikan penjelasan/ gagasan kepada penerima manfaat 6. Bagaimana upaya fasilitator CSR dalam menyampaikan informasi kepada penerima manfaat 7. Bagaimana obyektifitas fasilitator CSR dalam mengambil keputusan bersama 8. Bagaimana komitmen fasilitator CSR untuk tidak menyalahgunakan keputusan yang diambil oleh penerima manfaat dalam menjalankan bisnisnya 9. Bagaimana peran fasilitator CSR dalam mendampingi pelaku usaha mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari bisnis yang di jalankan

		<p>Responden menilai Sikap Mendukung (<i>supportiveness</i>) fasilitator CSR saat menjalankan keberlanjutan program CSR</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana upaya fasilitator CSR memberikan dorongan positif kepada penerima manfaat untuk mencapai keberhasilan dari usahanya 2. Bagaimana upaya yang dilakukan fasilitator CSR saat penerima manfaat mengutarakan pendapatnya terkait program CSR 3. Bagaimana sikap yang diberikan fasilitator CSR kepada penerima manfaat saat menjalankan keberlanjutan program CSR 4. Bagaimana sikap fasilitator CSR dalam pengambilan keputusan 5. Bagaimana sikap fasilitator CSR saat penerima manfaat melakukan keberlanjutan program CSR 6. Bagaimana upaya yang dilakukan fasilitator CSR saat penerima manfaat menjalankan keberlanjutan program CSR 7. Bagaimana sikap fasilitator CSR saat penerima manfaat mencoba untuk berkreaitifitas terhadap produk yang dihasilkan 8. Bagaimana Sikap Fasilitator saat Menerima Ide dari Penerima Manfaat 9. Bagaimana respon fasilitator CSR saat dihubungi penerima manfaat melalui daring (online)
		<p>Responden menilai Kesetaraan (<i>equality</i>) fasilitator CSR saat menjalankan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana sikap yang dilakukan fasilitator CSR saat berkomunikasi dengan penerima manfaat 2. Bagaimana peran fasilitator CSR dalam mendampingi penerima manfaat

		keberlanjutan program CSR	<ol style="list-style-type: none"> 3. Bagaimana upaya yang dilakukan fasilitator CSR saat penerima manfaat melanjutkan bisnisnya 4. Bagaimana peran yang dilakukan fasilitator CSR dalam menjalankan ide dari penerima manfaat 5. Bagaimana peran fasilitator CSR membantu penerima manfaat untuk menjalankan keberlanjutan program CSR 6. Bagaimana komunikasi yang dilakukan fasilitator CSR saat mereka hadir di tengah-tengah penerima manfaat 7. Bagaimana upaya yang dilakukan fasilitator CSR dalam membimbing penerima manfaat untuk dapat berkomunikasi dan mengutarakan pendapat 8. Bagaimana sikap fasilitator CSR saat mendapatkan kritik dan complain dari penerima manfaat
2	<p>Tingkat Kepercayaan penerima manfaat</p> <p>Skala data :</p> <p>Skala Ordinal</p>	<p>Responden memiliki <i>emotional bonding</i> dan keyakinan terhadap perusahaan PT. Indonesia Power UP Semarang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pendapat anda tentang PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menyelenggarakan program CSR 2. Bagaimana pendapat anda terkait program CSR yang diberikan oleh PT. Indonesia Power Semarang PGU 3. Bagaimana pendapat anda mengenai kepedulian yang dilakukan PT. Indonesia Power Semarang PGU untuk tidak mencemari lingkungan

			<ol style="list-style-type: none"> 4. Bagaimana pendapat anda tentang hubungan antara PT. Indonesia Power Semarang PGU dengan Komunitas 5. Bagaimana komitmen yang dilakukan PT. Indonesia Power Semarang dalam meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat di sekitar perusahaan 6. Bagaimana inisiatif yang dilakukan PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menjalin hubungan akrab dengan komunitas 7. Bagaimana pendapat anda tentang PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menerima aspirasi kritis masyarakat 8. Bagaimana sikap yang dilakukan PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam membantu penerima manfaat dalam membuka channel komunikasi untuk menindaklanjuti kritik yang masuk 9. Bagaimana sikap yang ditunjukkan PT. Indonesia Power Semarang PGU jika penerima manfaat berkunjung ke perusahaan
		<p>Responden menilai Integritas dan Keandalan Perusahaan PT. Indonesia Power UP Semarang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam mengurangi pengangguran 2. Bagaimana peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam meningkatkan penghasilan keluarga 3. Bagaimana peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menekan angka kriminalitas 4. Bagaimana peran perusahaan dalam membantu meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat di sekitar perusahaan

			<ol style="list-style-type: none"> 5. Bagaimana pendapat anda tentang iktikad baik perusahaan terhadap fasilitas publik 6. Bagaimana pendapat anda tentang peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam memberikan skill bisnis masyarakat di sekitar perusahaan 7. Bagaimana pendapat anda tentang peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menaati peraturan pemerintah untuk memiliki kepedulian pada lingkungan sekitar
		<p>Responden memiliki kerelaan untuk bersandar pada rekan kerja</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara penerima manfaat untuk terlibat dalam program CSR KUB Prima Indosutera 2. Bagaimana sikap penerima manfaat dalam menghargai iktikad baik perusahaan dalam memberikan bantuan tidak dalam bentuk dana segar 3. Bagaimana cara penerima manfaat mendukung program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Indonesia Power Semarang PGU 4. Bagaimana kontribusi anda terhadap PT. Indonesia Power Semarang PGU yang telah berpartisipasi dalam mengembangkan usaha 5. Bagaimana reaksi anda jika PT. Indonesia Power Semarang PGU di bicarakan negativ oleh orang lain 6. Bagaimana sikap anda sebagai penerima manfaat jika ada orang yang melakukan aksi kriminalitas kepada PT. Indonesia Power Semarang PGU 7. Bagaimana reaksi anda jika ada ancaman (risiko keamanan) yang terjadi pada PT. Indonesia

			<p>Power Semarang PGU (contoh : perusahaan terbakar/ terjadi pembobolan)</p> <p>8. Bagaimana pendapat anda tentang keberhasilan usaha yang anda capai</p>
3	<p>Reputasi Positif Perusahaan PT. Indonesia Power Unit Pembangkitan (UP) Semarang</p> <p>Skala data :</p> <p>Skala Ordinal</p>	<p>Responden dapat menilai daya tarik emosional (<i>emotional appeal</i>) terhadap PT. Indonesia Power UP Semarang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pendapat anda tentang kepercayaan yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat sekitar 2. Bagaimana kesediaan perusahaan dalam memberikan motivasi keberlangsungan hidup yang lebih baik melalui program CSR yang diberikan 3. Bagaimana pendapat anda tentang komitmen perusahaan dalam menjalankan keberlanjutan program CSR
		<p>Responden memberikan penilaian terhadap produk dan layanan dari PT. Indonesia Power UP Semarang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pendapat anda tentang PT. Indonesia Power Semarang PGU yang merupakan perusahaan terdepan dalam menyuplai energi listrik 2. Bagaimana pendapat anda tentang operasional perusahaan yang tidak membahayakan (keamanan) masyarakat sekitar 3. Bagaimana pendapat anda tentang kontribusi perusahaan dalam menyediakan listrik bagi PLN 4. Bagaimana kemudahan pelayanan PT. Indonesia Power Semarang PGU saat masyarakat sekitar mengajukan proposal pendanaan

		<p>Responden memberikan penilaian terkait kinerja finansial yang dilakukan PT. Indonesia Power UP Semarang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana ketersediaan perusahaan dalam membagikan keuntungan bisnis kepada masyarakat di sekitar tempat perusahaan beroperasi 2. Bagaimana keteraturan perusahaan dalam memberikan program CSR 3. Bagaimana pendapat anda tentang teknologi ramah lingkungan yang digunakan PT. Indonesia Power Semarang PGU 4. Bagaimana kesediaan perusahaan dalam merekrut karyawan di sekitar perusahaan
		<p>Responden memberikan penilaian terkait visi dan kepemimpinan yang di jalankan oleh PT. Indonesia Power UP Semarang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana penilaian anda tentang kemampuan komunikasi pimpinan saat memberikan sambutan dalam program CSR 2. Bagaimana pendapat anda tentang kemampuan fasilitator CSR dalam menyelesaikan permasalahan yang di alami berkaitan dengan program CSR 3. Bagaimana pendapat anda tentang keramahan staff perusahaan PT. Indonesia Power Semarang PGU saat berkomunikasi 4. Bagaimana peran perusahaan untuk turut berpartisipasi dalam memajukan sektor industri energi listrik di Indonesia 5. Bagaimana prestasi kepedulian lingkungan yang dimiliki perusahaan
		<p>Responden memberikan penilaian terhadap bagaimana</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kemudahan akses penerima manfaat dalam menghubungi staff perusahaan terkait program CSR

		<p>lingkungan kerja yang terjadi di PT. Indonesia Power UP Semarang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Bagaimana sikap empati yang ditunjukkan perusahaan terhadap kesulitan masyarakat di sekitar tempat perusahaan beroperasi saat mereka mendadak membutuhkan bantuan 3. Bagaimana sopan santun staff perusahaan saat berkomunikasi dengan masyarakat sekitar 4. Bagaimana pendapat anda tentang perhatian yang diberikan perusahaan kepada penerima manfaat yang memiliki prestasi tertentu
		<p>Responden menilai bagaimana CSR yang dilakukan oleh PT. Indonesia Power UP Semarang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pendapat anda tentang kepatuhan perusahaan dalam melakukan program CSR sesuai dengan himbauan pemerintah 2. Bagaimana tanggung jawab yang dilakukan perusahaan jika terdapat dampak negatif dari bisnis yang dilakukan (misal pencemaran lingkungan) 3. Bagaimana keteraturan perusahaan dalam berkomunikasi dengan komunitas di sekitar tempat perusahaan beroperasi 4. Bagaimana peran perusahaan dalam membantu membangun infrastruktur publik di sekitar perusahaan berdiri

KUESIONER

“ Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Fasilitator CSR dan Tingkat Kepercayaan Penerima Manfaat dengan Reputasi Positif Perusahaan PT. Indonesia Power Semarang Power Generation Unit”

Petunjuk Penggunaan Kuesioner :

1. Kuesioner ini digunakan untuk kebutuhan akademis/penelitian, mohon dijawab dengan jujur. Kerahasiaan jawaban akan dijaga sepenuhnya oleh peneliti
2. Baca dan jawablah semua pertanyaan secara teliti tanpa ada yang terlewat
3. Beri tanda (X) untuk jawaban yang dipilih
4. Terimakasih atas waktu dan partisipasinya

Identitas Responden :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : A. Pria B. Wanita
3. Usia : A. < 20 tahun B. 20-30 tahun
C. 31-40 tahun D. > 40 tahun
4. Telah bergabung : A. < 1 tahun B. > 1 tahun
5. Penghasilan(perbulan) :A. < Rp 1.000.000
B. Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000
C. Rp 1.500.000 – 2.000.000
D. > Rp 2.000.000
6. Jumlah tenaga kerja :

Berilah tanda (X) pada jawaban yang anda pilih

No.	Pertanyaan	Sangat Baik	Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
X1. EFEKTIVITAS KOMUNIKASI FASILITATOR CSR					
A. Keterbukaan					
1	Bagaimana perilaku fasilitator CSR saat memperkenalkan diri kepada penerima manfaat				
2	Bagaimana cara fasilitator CSR menceritakan latar belakang pengalaman CSRnya				
3	Bagaimana cara fasilitator CSR berbagi tentang motif dan perannya menjadi fasilitator CSR PT. Indonesia Power Semarang PGU				
4	Bagaimana peraturan yang dilakukan fasilitator CSR dalam melakukan kunjungan secara rutin kepada penerima manfaat				
5	Bagaimana inisiasi fasilitator CSR dalam menemui penerima manfaat diluar jadwal yang ditentukan secara resmi				
6	Bagaimana cara fasilitator CSR membagikan informasi tentang tujuan perusahaan dalam proses penyelenggaraan program CSR				
7	Bagaimana cara fasilitator CSR secara langsung memberikan tanggapan terkait dengan pertanyaan yang diajukan oleh penerima manfaat				
8	Bagaimana ucapan dan bahasa yang digunakan fasilitator CSR saat berkomunikasi dengan penerima manfaat dalam menyampaikan materi				
9	Bagaimana sikap fasilitator CSR saat penerima manfaat mengutarakan apa yang ingin disampaikan (terkait program CSR)				
10	Bagaimana inisiasi fasilitator CSR untuk memastikan kejelasan dari pertanyaan yang diajukan oleh penerima manfaat				
B. Empati					
11	Bagaimana kesediaan fasilitator CSR dalam mendengarkan curahan penerima manfaat				

12	Bagaimana sikap yang ditunjukkan fasilitator CSR saat penerima manfaat sedang berbicara				
13	Bagaimana respon komunikasi yang dilakukan fasilitator CSR terhadap informasi yang di sampaikan oleh penerima manfaat				
14	Bagaimana respon fasilitator CSR ketika mendengar kesulitan-kesulitan yang dihadapi penerima manfaat saat menjalankan keberlanjutan program-program CSR				
15	Bagaimana ketuntasan fasilitator CSR saat mendapatkan pertanyaan dari penerima manfaat				
16	Bagaimana sikap fasilitator CSR dalam memberikan solusi terkait masalah yang dihadapi penerima manfaat saat menjalankan keberlanjutan program CSR				
17	Bagaimana sikap fasilitator CSR dalam memulai obrolan di sebuah pertemuan/ kunjungan				
18	Bagaimana cara fasilitator CSR mendorong penerima manfaat untuk berkomunikasi terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi penerima manfaat dalam menjalankan keberlanjutan program CSR				
19	Bagaimana respon yang diberikan fasilitator CSR saat menghadapi perbedaan pendapat dengan penerima manfaat				
C. Sikap Positif					
20	Bagaimana komunikasi non verbal yang ditunjukkan fasilitator CSR saat berkomunikasi dengan penerima manfaat				
21	Bagaimana kecepatan fasilitator CSR dalam memberikan tanggapan				
22	Bagaimana sikap fasilitator CSR saat mengkritik kesalahan yang dilakukan oleh penerima manfaat				
23	Bagaimana sikap fasilitator CSR berkaitan dengan kesediaan untuk kooperatif dalam menerima masukan dari penerima manfaat				
24	Bagaimana komunikasi yang dilakukan fasilitator CSR dalam memberikan penjelasan/ gagasan kepada penerima manfaat				

25	Bagaimana upaya fasilitator CSR dalam menyampaikan informasi kepada penerima manfaat				
26	Bagaimana obyektifitas fasilitator CSR dalam mengambil keputusan bersama				
27	Bagaimana komitmen fasilitator CSR untuk tidak menyalahgunakan keputusan yang diambil oleh penerima manfaat dalam menjalankan bisnisnya				
28	Bagaimana peran fasilitator CSR dalam mendampingi pelaku usaha mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari bisnis yang di jalankan				
D. Sikap Mendukung					
29	Bagaimana upaya fasilitator CSR memberikan dorongan positif kepada penerima manfaat untuk mencapai keberhasilan dari usahanya				
30	Bagaimana upaya yang dilakukan fasilitator CSR saat penerima manfaat mengutarakan pendapatnya terkait program CSR				
31	Bagaimana sikap yang diberikan fasilitator CSR kepada penerima manfaat saat menjalankan keberlanjutan program CSR				
32	Bagaimana sikap fasilitator CSR dalam pengambilan keputusan				
33	Bagaimana sikap fasilitator CSR saat penerima manfaat melakukan keberlanjutan program CSR				
34	Bagaimana upaya yang dilakukan fasilitator CSR saat penerima manfaat menjalankan keberlanjutan profram CSR				
35	Bagaimana sikap fasilitator CSR saat penerima manfaat mencoba untuk berkreatifitas terhadap produk yang dihasilkan				
36	Bagaimana Sikap Fasilitator saat Menerima Ide dari Penerima Manfaat				
37	Bagaimana respon fasilitator CSR saat dihubungi penerima manfaat melalui daring (online)				
E. Kesetaraan					

38	Bagaimana sikap yang dilakukan fasilitator CSR saat berkomunikasi dengan penerima manfaat				
39	Bagaimana peran fasilitator CSR dalam mendampingi penerima manfaat				
40	Bagaimana upaya yang dilakukan fasilitator CSR saat penerima manfaat melanjutkan bisnisnya				
41	Bagaimana peran yang dilakukan fasilitator CSR dalam menjalankan ide dari penerima manfaat				
42	Bagaimana peran fasilitator CSR membantu penerima manfaat untuk menjalankan keberlanjutan program CSR				
43	Bagaimana komunikasi yang dilakukan fasilitator CSR saat mereka hadir di tengah-tengah penerima manfaat				
44	Bagaimana upaya yang dilakukan fasilitator CSR dalam membimbing penerima manfaat untuk dapat berkomunikasi dan mengutarakan pendapat				
45	Bagaimana sikap fasilitator CSR saat mendapatkan kritik dan <i>complain</i> dari penerima manfaat				

Berilah tanda (X) pada jawaban yang anda pilih

X2. TINGKAT KEPERCAYAAN PENERIMA MANFAAT	
A. Emotional Bonding dan Keyakinan	
1	Bagaimana pendapat anda tentang PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menyelenggarakan program CSR
	a. Perusahaan secara tulus memberikan bantuan CSR dengan memberikan fasilitas dan sumber daya manusia yang selalu mendampingi penerima manfaat secara berkelanjutan
	b. Perusahaan secara tulus memberikan bantuan CSR dengan memberikan fasilitas yang maksimal
	c. Perusahaan memberikan program CSR dengan fasilitas yang cukup
	d. Perusahaan memberikan program CSR dengan fasilitas seadanya

2	<p>Bagaimana pendapat anda terkait program CSR yang diberikan oleh PT. Indonesia Power Semarang PGU</p> <p>a. Program CSR yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dibandingkan dengan program yang dibuat oleh pemerintah</p> <p>b. Program CSR yang dijalankan merupakan program yang sesuai dengan program yang dibuat pemerintah serta keadaan masyarakat sekitar</p> <p>c. Program CSR yang dijalankan menyesuaikan dengan program dari pemerintah</p> <p>d. Program CSR yang dijalankan perusahaan asal-asalan, yang penting ada program meskipun tidak sesuai dengan keadaan masyarakat sekitar</p>
3	<p>Bagaimana pendapat anda mengenai kepedulian yang dilakukan PT. Indonesia Power Semarang PGU untuk tidak mencemari lingkungan</p> <p>a. Perusahaan dapat memanfaatkan limbah hasil produksi menjadi tempat budidaya ikan dan rumput laut</p> <p>b. Mengadakan program CSR bersih-bersih pantai</p> <p>c. Mengadakan sosialisasi tentang kebersihan lingkungan</p> <p>d. Tidak memperhatikan lingkungan</p>
4	<p>Bagaimana pendapat anda tentang hubungan antara PT. Indonesia Power Semarang PGU dengan Komunitas</p> <p>a. Berdiskusi dengan komunitas serta melibatkan komunitas untuk turut andil dalam pengambilan keputusan program CSR</p> <p>b. Berdiskusi dengan komunitas tapi tidak melibatkan komunitas untuk berperan dalam pengambilan keputusan (keputusan mutlak hanya dari perusahaan)</p> <p>c. Mendatangkan komunitas untuk mengetahui keputusan yang dibuat guna menjalankan program CSR</p> <p>d. Komunitas hanya menerima jadi keputusan dalam menjalankan program CSR. Tidak ada diskusi ataupun undangan</p>
5	<p>Bagaimana komitmen yang dilakukan PT. Indonesia Power Semarang dalam meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat di sekitar perusahaan</p> <p>a. Membuat program-program CSR yang dapat menyesuaikan kebutuhan dan kemampuan masyarakat</p>

	b. Membuat program CSR sesuai ketentuan pemerintah
	c. Membuat program CSR tapi tidak dijalankan
	d. Tidak membuat program CSR
6	Bagaimana inisiatif yang dilakukan PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menjalin hubungan akrab dengan komunitas
	a. Membuat suasana pertemuan nyaman, mengajak komunitas berdiskusi dan berkomunikasi menggunakan bahasa yang sesuai dengan komunitas
	b. Membuat suasana pertemuan nyaman, mengajak komunitas berdiskusi dan berkomunikasi menggunakan bahasa yang formal dengan komunitas
	c. Membuat suasana pertemuan nyaman, tidak mengajak komunitas untuk berdiskusi dan berkomunikasi menggunakan bahasa yang formal dengan komunitas
	d. Membuat suasana pertemuan tegang, tidak mengajak komunitas untuk berdiskusi dan berkomunikasi menggunakan bahasa yang formal dengan komunitas
7	Bagaimana pendapat anda tentang PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menerima aspirasi kritis masyarakat
	a. Perusahaan dapat menerima aspirasi kritis dan berupaya untuk berdiskusi tanpa ada tekanan kepada komunitas
	b. Perusahaan dapat menerima aspirasi kritis dan berupaya untuk berdiskusi dengan menggunakan sedikit tekanan secara tidak langsung dalam mengutarakan pendapat mereka
	c. Perusahann dapat menerima aspirasi kritis akan tetapi, tidak berupaya untuk mencari solusi serta menggunakan nada tinggi saat menerima aspirasi tersebut
	d. Perusahaan tidak menerima aspirasi kritis dan menggunakan nada tinggi saat ada masyarakat yang menyampaikan aspirasi kritis tersebut
8	Bagaimana sikap yang dilakukan PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam membantu penerima manfaat dalam membuka <i>channel</i> komunikasi untuk menindaklanjuti kritik yang masuk

	a. Memberikan <i>channel</i> berkomunikasi (group whatsapp) dan dapat berinteraksin secara langsung dengan seluruh staff PR dan pimpinan PR yang menangui kegiatan CSR
	b. Membuka <i>channel</i> komunikasi melalui pesan pribadi yang hanya diketahui oleh satu penerima manfaat dengan satu staff humas perusahaan
	c. Tidak memberikan <i>channel</i> berkomunikasi
	d. Menutup <i>channel</i> komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat
9	Bagaimana sikap yang ditunjukkan PT. Indonesia Power Semarang PGU jika penerima manfaat berkunjung ke perusahaan
	a. Menyapa, Menanyakan Keperluan dan Memberikan tawaran untuk mengantarkan ke tempat tujuan
	b. Menyapa dan menyempatkan waktu untuk mengobrol
	c. Pura-pura tidak melihat
	d. Tidak bisa di temui
B. Integritas dan Keandalan Perusahaan	
10	Bagaimana peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam mengurangi pengangguran
	a. Membuat Lapangan Pekerjaan Baru dan membimbing mereka untuk berkembang
	b. Melakukan workshop bagaimana cara berwirausaha
	c. Mengadakan kegiatan bersih-bersih kampung
	d. Tidak melakukan apa-apa
11	Bagaimana peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam meningkatkan penghasilan keluarga
	a. Mengajak untuk terlibat kedalam program CSR dan membimbingnya
	b. Mengajak untuk bergabung kedalam program CSR
	c. Memberikan uang saku
	d. Tidak peduli
12	Bagaimana peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menekan angka kriminalitas
	a. Mengayomi dan memberikan pekerjaan
	b. Memberikan lapangan pekerjaan
	c. Menegur Pelaku kriminal

	d. Tidak Peduli
13	Bagaimana peran perusahaan dalam membantu meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat di sekitar perusahaan
	a. Memberikan pelayanan kesehatan secara berkala sesuai dengan kebutuhan masyarakat
	b. Mengadakan pengobatan gratis sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan
	c. Memberikan pelayanan kesehatan jika di minta masyarakat
	d. tidak pernah memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat
14	Bagaimana pendapat anda tentang iktikad baik perusahaan terhadap fasilitas publik
	a. Mendanai serta melakukan pengawasan terhadap pembangunan fasilitas publik
	b. Mendanai pembangunan fasilitas publik
	c. Hanya memberikan ide terhadap fasilitas publik yang akan dibangun
	d. Tidak melakukan apa-apa
15	Bagaimana pendapat anda tentang peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam memberikan skill bisnis masyarakat di sekitar perusahaan
	a. Perusahaan memberikan skill bisnis secara berkelanjutan dan skill bisnis dipaparkan oleh praktisi
	b. Perusahaan memberikan skill bisnis berkelanjutan dan skill bisnis dipaparkan oleh fasilitator CSR sendiri
	c. Perusahaan mengadakan sosialisasi secara informal
	d. Perusahaan tidak memberikan skill bisnis
16	Bagaimana pendapat anda tentang peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam menaati peraturan pemerintah untuk memiliki kepedulian pada lingkungan sekitar
	a. Sangat patuh terhadap anjuran dan terdapat bukti nyata bahwa menjalankan program CSR yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan secara maksimal
	b. Patuh peraturan tapi program yang dijalankan masih belum maksimal
	c. Kurang patuh

	d. Tidak Patuh
C. Kerelaan untuk Bersandar kepada rekan kerja	
17	Bagaimana cara penerima manfaat untuk terlibat dalam program CSR KUB Prima Indosutera
	a. Keinginan sendiri untuk bergabung
	b. Direkomendasikan oleh teman/fasilitator CSR
	c. Ikut-ikutan teman
	d. Dipaksa oleh teman
18	Bagaimana sikap penerima manfaat dalam menghargai iktikad baik perusahaan dalam memberikan bantuan tidak dalam bentuk dana segar
	a. Sangat senang dan memanfaatkan secara maksimal bantuan peralatan modern yang diberikan oleh perusahaan guna mengembangkan usahanya.
	b. Cukup senang akan tetapi masih berharap mendapatkan bantuan-bantuan lain
	c. Menerima dan menjual kembali alat yang diberikan
	d. Tidak mau menerima bantuan berupa alat tersebut dan meminta bantuan dalam bentuk <i>fresh money</i>
19	Bagaimana cara penerima manfaat mendukung program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Indonesia Power Semarang PGU
	a. Turut berpartisipasi dan aktif mencari tahu sendiri program-program apa yang diadakan
	b. Mengikuti program CSR jika mendapatkan undangan atau ajakan
	c. Hanya mengikuti program CSR yang dirasa memiliki manfaat dan tidak membutuhkan <i>effort</i> besar
	d. Tidak pernah mengikuti dan tidak peduli terhadap adanya program CSR
20	Bagaimana kontribusi anda terhadap PT. Indonesia Power Semarang PGU yang telah berpartisipasi dalam mengembangkan usaha
	a. Menceritakan tentang bagaimana program CSR yang diberikan perusahaan dapat berpengaruh terhadap berkembangnya usaha dan mengajak orang lain untuk bergabung

	b. Menceritakan tentang bagaimana program CSR yang diberikan perusahaan berpengaruh terhadap berkembangnya usaha
	c. Diam saja
	d. Menceritakan keburukan-keburukan program CSR dari perusahaan
21	Bagaimana reaksi anda jika PT. Indonesia Power Semarang PGU di bicarakan negatif oleh orang lain
	a. Mengajak orang tersebut untuk melihat langsung bagaimana peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam membantu masyarakat sekitar
	b. Bercerita tentang kebaikan dan peran PT. Indonesia Power Semarang PGU dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar
	c. Acuh
	d. Ikut serta membongkar aib perusahaan
22	Bagaimana sikap anda sebagai penerima manfaat jika ada orang yang melakukan aksi kriminalitas kepada PT. Indonesia Power Semarang PGU
	a. Menegur dan Melaporkan ke pihak berwajib
	b. Menegur dan Melaporkan ke perusahaan
	c. Menegur
	d. Membiarkan
23	Bagaimana reaksi anda jika ada ancaman (risiko keamanan) yang terjadi pada PT. Indonesia Power Semarang PGU (contoh : perusahaan terbakar/ terjadi pembobolan)
	a. Menginformasikan secara langsung kepada pihak yang berwenang
	b. Menginformasikan secara langsung kepada pihak PT. Indonesia Power Semarang PGU
	c. Hanya melihat
	d. Pura-pura tidak tahu sedang terjadi sesuatu
24	Bagaimana pendapat anda tentang keberhasilan usaha yang anda capai
	a. Mendapat Pendampingan dari program-program CSR, bantuan alat dari perusahaan serta usaha pribadi

b. Mendapat pendampingan dari program-program CSR, dan usaha pribadi
c. Hanya usaha pribadi
d. Takdir

Berilah tanda (X) pada jawaban yang anda pilih

No.	Pertanyaan	Sangat Baik	Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
Y. REPUTASI PERUSAHAAN PT. INDONESIA POWER SEMARANG PGU					
A. Emotional Appeal					
1	Bagaimana pendapat anda tentang kepercayaan yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat sekitar				
2	Bagaimana kesediaan perusahaan dalam memberikan motivasi keberlangsungan hidup yang lebih baik melalui program CSR yang diberikan				
3	Bagaimana pendapat anda tentang komitmen perusahaan dalam menjalankan keberlanjutan program CSR				
B. Products and Service					
4	Bagaimana pendapat anda tentang PT. Indonesia Power Semarang PGU yang merupakan perusahaan terdepan dalam menyuplai energi listrik				
5	Bagaimana pendapat anda tentang operasional perusahaan yang tidak membahayakan (keamanan) masyarakat sekitar				
6	Bagaimana pendapat anda tentang kontribusi perusahaan dalam menyediakan listrik bagi PLN				
7	Bagaimana kemudahan pelayanan PT. Indonesia Power Semarang PGU saat masyarakat sekitar mengajukan proposal pendanaan				
C. Financial Performance					
8	Bagaimana ketersediaan perusahaan dalam membagikan keuntungan bisnis kepada				

	masyarakat di sekitar tempat perusahaan beroperasi				
9	Bagaimana keteraturan perusahaan dalam memberikan program CSR				
10	Bagaimana pendapat anda tentang teknologi ramah lingkungan yang digunakan PT. Indonesia Power Semarang PGU				
11	Bagaimana kesediaan perusahaan dalam merekrut karyawan di sekitar perusahaan				
D. Vision and Leadership					
12	Bagaimana penilaian anda tentang kemampuan komunikasi pimpinan saat memberikan sambutan dalam program CSR				
13	Bagaimana pendapat anda tentang kemampuan fasilitator CSR dalam menyelesaikan permasalahan yang di alami berkaitan dengan program CSR				
14	Bagaimana pendapat anda tentang keramahan staff perusahaan PT. Indonesia Power Semarang PGU saat berkomunikasi				
15	Bagaimana peran perusahaan untuk turut berpartisipasi dalam memajukan sektor industri energi listrik di Indonesia				
16	Bagaimana prestasi kepedulian lingkungan yang dimiliki perusahaan				
E. Workplace Environment					
17	Bagaimana kemudahan akses penerima manfaat dalam menghubungi staff perusahaan terkait program CSR				
18	Bagaimana sikap empati yang ditunjukan perusahaan terhadap kesulitan masyarakat di sekitar tempat perusahaan beroperasi saat mereka mendadak membutuhkan bantuan				
19	Bagaimana sopan santun staff perusahaan saat berkomunikasi dengan masyarakat sekitar				
20	Bagaimana pendapat anda tentang perhatian yang diberikan perusahaan kepada penerima manfaat yang memiliki prestasi tertentu				
F. Corporate Social Responsibility					

21	Bagaimana pendapat anda tentang kepatuhan perusahaan dalam melakukan program CSR sesuai dengan himbauan pemerintah				
22	Bagaimana tanggung jawab yang dilakukan perusahaan jika terdapat dampak negatif dari bisnis yang dilakukan (misal pencemaran lingkungan)				
23	Bagaimana keteraturan perusahaan dalam berkomunikasi dengan komunitas di sekitar tempat perusahaan beroperasi				
24	Bagaimana peran perusahaan dalam membantu membangun infrastruktur publik di sekitar perusahaan berdiri				

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1_1	0,465	0,361	VALID
X1_2	0,544	0,361	VALID
X1_3	0,496	0,361	VALID
X1_4	0,465	0,361	VALID
X1_5	0,491	0,361	VALID
X1_6	0,568	0,361	VALID
X1_7	0,576	0,361	VALID
X1_8	0,484	0,361	VALID
X1_9	0,598	0,361	VALID
X1_10	0,503	0,361	VALID
X1_11	0,605	0,361	VALID
X1_12	0,593	0,361	VALID
X1_13	0,404	0,361	VALID

Hasil Uji Validitas Efektivitas Komunikasi Antarpribadi

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1_1	0,465	0,361	VALID
X1_2	0,544	0,361	VALID
X1_3	0,496	0,361	VALID
X1_4	0,465	0,361	VALID
X1_5	0,491	0,361	VALID
X1_6	0,568	0,361	VALID
X1_7	0,576	0,361	VALID
X1_8	0,484	0,361	VALID
X1_9	0,598	0,361	VALID
X1_10	0,503	0,361	VALID
X1_11	0,605	0,361	VALID
X1_12	0,593	0,361	VALID
X1_13	0,404	0,361	VALID

X1_14	0,643	0,361	VALID
X1_15	0,615	0,361	VALID
X1_16	0,6	0,361	VALID
X1_17	0,629	0,361	VALID
X1_18	0,645	0,361	VALID
X1_19	0,437	0,361	VALID
X1_20	0,459	0,361	VALID
X1_21	0,696	0,361	VALID
X1_22	0,532	0,361	VALID
X1_23	0,626	0,361	VALID
X1_24	0,613	0,361	VALID
X1_25	0,597	0,361	VALID
X1_26	0,629	0,361	VALID
X1_27	0,525	0,361	VALID
X1_28	0,55	0,361	VALID
X1_29	0,563	0,361	VALID
X1_30	0,523	0,361	VALID
X1_31	0,57	0,361	VALID
X1_32	0,649	0,361	VALID
X1_33	0,468	0,361	VALID
X1_34	0,427	0,361	VALID
X1_35	0,669	0,361	VALID
X1_36	0,595	0,361	VALID
X1_37	0,485	0,361	VALID
X1_38	0,516	0,361	VALID
X1_39	0,572	0,361	VALID
X1_40	0,62	0,361	VALID
X1_41	0,582	0,361	VALID
X1_42	0,606	0,361	VALID

X2_13	Correlation Coefficient	.249	.491**	.441	.312	.526*	.282	.725*	.152	.574*	.377*	.471*	.535	1.000	.533	.661*	.461	.402	.214	.458	.282	.364	.699**	.438	.404	.545*
	Sig. (2-tailed)	.173	.005	.013	.083	.004	.123	.000	.406	.002	.036	.009	.003	.	.003	.000	.012	.023	.242	.012	.123	.044	.000	.014	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_14	Correlation Coefficient	.558**	.143	.389*	.238	.435*	.326	.470*	.235	.470*	.491**	.700**	.704**	.533**	1.000	.344	.585**	.140	.536**	.537**	.326	.404*	.546**	.366*	.559**	.558**
	Sig. (2-tailed)	.002	.414	.029	.187	.016	.075	.010	.200	.010	.006	.000	.000	.003	.	.057	.001	.429	.003	.003	.075	.025	.003	.040	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_15	Correlation Coefficient	.333	.416*	.156	.282	.617**	.372*	.520**	.279	.615**	.483**	.565**	.318	.661**	.344	1.000	.371*	.744**	.451*	.665**	.592**	.404*	.406*	.366*	.485**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.069	.017	.383	.118	.001	.042	.004	.128	.001	.007	.002	.078	.000	.057	.	.043	.000	.014	.000	.001	.025	.027	.040	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_16	Correlation Coefficient	.618**	.092	.193	.438*	.520**	.526**	.537**	.471*	.690**	.415*	.361*	.265	.461*	.585**	.371*	1.000	.412*	.629**	.396*	.526**	.326	.308	.311	.388*	.500**
	Sig. (2-tailed)	.001	.802	.287	.017	.004	.005	.004	.011	.000	.023	.048	.147	.012	.001	.043	.	.021	.001	.033	.005	.075	.097	.086	.032	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_17	Correlation Coefficient	.355*	.410*	.081	.435*	.519**	.514**	.364*	.470**	.434*	.418*	.479**	.144	.402*	.140	.744**	.412*	1.000	.487**	.583**	.694**	.248	.176	.105	.427*	.500**
	Sig. (2-tailed)	.048	.016	.844	.014	.003	.004	.042	.009	.015	.018	.007	.416	.023	.429	.000	.021	.	.007	.001	.000	.160	.327	.547	.014	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_18	Correlation Coefficient	.666**	.008	.053	.522**	.582**	.731**	.375*	.605**	.375*	.660**	.591**	.312	.214	.536**	.451*	.629**	.487**	1.000	.548**	.731**	.312	.132	.201	.585**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.964	.771	.004	.001	.000	.043	.001	.043	.000	.001	.088	.242	.003	.014	.001	.007	.	.003	.000	.088	.477	.266	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_19	Correlation Coefficient	.378*	.191	.191	.359*	.722**	.573**	.494**	.401*	.494**	.725**	.797**	.388*	.458*	.537**	.665**	.396*	.583**	.548**	1.000	.712**	.421*	.408*	.309	.683**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.042	.279	.290	.050	.000	.002	.008	.031	.008	.000	.000	.034	.012	.003	.000	.033	.001	.003	.	.000	.022	.028	.088	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_20	Correlation Coefficient	.636**	.260	.144	.647**	.630**	.856**	.302	.623**	.459*	.674**	.594**	.268	.282	.326	.592**	.526**	.694**	.731**	.712**	1.000	.522**	.347	.311	.702**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.001	.142	.426	.000	.001	.000	.103	.001	.013	.000	.001	.144	.123	.075	.001	.005	.000	.000	.000	.	.004	.062	.086	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_21	Correlation Coefficient	.494**	.153	.684**	.404*	.363*	.522**	.271	.383*	.422*	.467**	.435*	.535**	.364*	.404*	.404*	.326	.248	.312	.421*	.522**	1.000	.659**	.664**	.542**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.007	.381	.000	.025	.044	.004	.138	.036	.021	.010	.016	.003	.044	.025	.025	.075	.160	.088	.022	.004	.	.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_22	Correlation Coefficient	.463*	.330	.720**	.381*	.357	.347	.428*	.218	.428*	.321	.419*	.726**	.659**	.546**	.406*	.308	.176	.132	.408*	.347	.659**	1.000	.594**	.478**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.013	.062	.000	.037	.051	.062	.021	.240	.021	.079	.022	.000	.000	.003	.027	.097	.327	.477	.028	.062	.000	.	.001	.008	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_23	Correlation Coefficient	.395*	.106	.678**	.325	.334	.311	.359*	.381*	.615**	.252	.227	.553**	.438*	.366*	.366*	.311	.105	.201	.309	.311	.664**	.594**	1.000	.298	.462**
	Sig. (2-tailed)	.029	.541	.000	.068	.061	.086	.047	.035	.001	.158	.203	.002	.014	.040	.040	.086	.547	.266	.088	.086	.000	.001	.	.091	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_24	Correlation Coefficient	.587**	.305	.220	.467**	.596**	.702**	.440*	.482**	.440*	.763**	.813**	.395*	.404*	.559**	.485**	.388*	.427*	.585**	.683**	.702**	.542**	.478**	.298	1.000	.683**
	Sig. (2-tailed)	.001	.077	.211	.009	.001	.000	.015	.008	.015	.000	.000	.027	.024	.002	.007	.032	.014	.001	.000	.000	.002	.008	.091	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Correlation Coefficient	.595**	.364*	.404**	.558**	.696**	.657**	.553**	.505**	.549**	.716**	.693**	.518**	.545**	.558**	.611**	.500**	.500**	.596**	.658**	.671**	.599**	.544**	.462**	.683**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.009	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.000	.
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan Penerima Manfaat

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2_1	0,595	0,361	VALID
X2_2	0,364	0,361	VALID
X2_3	0,404	0,361	VALID
X2_4	0,558	0,361	VALID
X2_5	0,696	0,361	VALID
X2_6	0,657	0,361	VALID
X2_7	0,553	0,361	VALID
X2_8	0,505	0,361	VALID
X2_9	0,549	0,361	VALID

Y_13	Correlation Coefficient	.758**	.378*	.484**	.432*	.291	.245	.345	.640**	.367*	.530**	.405*	.829**	1.000	.494**	.245	.272	.722**	.635**	.700**	.469*	.614**	.618**	.660**	.442*	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.042	.007	.016	.117	.172	.172	.000	.041	.003	.027	.000		.006	.172	.127	.000	.001	.000	.010	.001	.001	.000	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_14	Correlation Coefficient	.501**	.137	.515**	.554**	.510**	.560**	.560**	.656**	.449*	.717**	.675**	.524**	1.000	.560**	.340*	.349	.312	.406*	.460**	.180	.259	.263	.373*	.603**	
	Sig. (2-tailed)	.006	.448	.004	.002	.003	.001	.001	.000	.010	.000	.000	.004		.006	.001	.050	.054	.080	.024	.010	.320	.152	.146	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Y_15	Correlation Coefficient	.219	.154	.470**	.783**	.947**	1.000**	.778**	.378*	.667**	.709**	.730**	.266	.245	.560**	1.000	.728**	.079	.286	.150	.434*	.129	.368*	.194	.364*	.622**
	Sig. (2-tailed)	.223	.390	.006	.000	.000		.000	.033	.000	.000	.000	.138	.172	.001		.000	.661	.106	.404	.014	.474	.030	.279	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_16	Correlation Coefficient	.265	.293	.683**	.643**	.620**	.728**	.532**	.209	.368*	.573**	.632**	.295	.272	.340*	.726**	1.000	.133	.391**	.190	.627**	.265	.586**	.238	.431*	.570**
	Sig. (2-tailed)	.137	.099	.000	.000	.000	.002	.233	.032	.001	.000	.097	.127	.050	.000		.456	.026	.286	.000	.137	.001	.181	.013	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_17	Correlation Coefficient	.873**	.627**	.452*	.101	.129	.079	.079	.484**	.314	.156	.316	.791**	.722**	.349	.079	.133	1.000	.644**	.866**	.411*	.600**	.302	.796**	.399*	.498**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.014	.574	.472	.661	.661	.008	.080	.390	.084	.000	.000	.054	.661	.456		.000	.000	.025	.001	.104	.000	.027	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_18	Correlation Coefficient	.664**	.695**	.411*	.288	.218	.286	.286	.551**	.173	.356*	.288	.570**	.835**	.312	.286	.391*	.644**	1.000	.835**	.574**	.664**	.518**	.718**	.512**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.103	.218	.106	.106	.002	.327	.046	.111	.002	.001	.080	.106	.026	.000		.001	.001	.000	.005	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_19	Correlation Coefficient	.759**	.561**	.391*	.244	.192	.150	.150	.508**	.272	.198	.274	.783**	.700**	.408*	.150	.190	.868**	.635**	1.000	.333	.472*	.333	.666**	.442*	.531**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.033	.173	.294	.404	.404	.006	.129	.275	.135	.000	.000	.024	.404	.286	.000	.001		.069	.011	.073	.000	.015	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_20	Correlation Coefficient	.577**	.408*	.861**	.377*	.390*	.434*	.434*	.541**	.213	.531**	.462*	.505**	.469*	.460**	.434*	.627**	.411*	.574**	.333	1.000	.577**	.585**	.536**	.557**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.002	.026	.000	.033	.027	.014	.014	.003	.229	.003	.010	.006	.010	.010	.014	.000	.025	.001	.069		.002	.001	.003	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_21	Correlation Coefficient	.598**	.339	.250	.078	.186	.129	.244	.471**	.244	.356*	.212	.538**	.614**	.180	.129	.265	.600**	.664**	.472*	.577**	1.000	.683**	.665**	.675**	.482**
	Sig. (2-tailed)	.001	.068	.173	.662	.301	.474	.173	.010	.173	.049	.247	.004	.001	.320	.474	.137	.001	.000	.011	.002		.000	.000	.000	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_22	Correlation Coefficient	.413*	.261	.461*	.450*	.331	.388*	.388*	.531**	.388*	.564**	.416*	.529**	.618**	.259	.388*	.586**	.302	.518**	.333	.585**	.683**	1.000	.493**	.701**	.589**
	Sig. (2-tailed)	.026	.160	.012	.010	.065	.030	.030	.004	.030	.002	.023	.005	.001	.152	.030	.001	.104	.005	.073	.001	.000		.008	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_23	Correlation Coefficient	.800**	.685**	.484**	.212	.242	.194	.311	.413*	.427**	.316	.338	.591**	.666**	.263	.194	.238	.796**	.718**	.666**	.536**	.665**	.493**	1.000	.442*	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.238	.177	.279	.083	.024	.017	.080	.065	.001	.000	.146	.279	.181	.000	.000	.000	.003	.000	.008		.015	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_24	Correlation Coefficient	.367**	.342	.240	.350*	.319	.364*	.364*	.629**	.364*	.537**	.283	.460**	.442*	.373*	.364*	.431*	.599*	.512**	.442*	.557**	.675**	.701**	.442*	1.000	.565**
	Sig. (2-tailed)	.042	.059	.178	.045	.068	.037	.037	.000	.037	.002	.112	.008	.015	.034	.037	.013	.027	.004	.015	.002	.000	.000	.015		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	Correlation Coefficient	.612**	.432**	.802**	.598**	.597**	.622**	.568**	.595**	.555**	.673**	.620**	.650**	.658**	.603**	.622**	.570**	.498**	.598**	.531**	.594**	.482**	.889**	.549**	.560**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.001	.000	.002	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Perusahaan PT. Indonesia Power Semarang PGU

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y_1	0,612	0,361	VALID
Y_2	0,432	0,361	VALID
Y_3	0,602	0,361	VALID
Y_4	0,598	0,361	VALID
Y_5	0,597	0,361	VALID
Y_6	0,622	0,361	VALID
Y_7	0,568	0,361	VALID
Y_8	0,595	0,361	VALID
Y_9	0,555	0,361	VALID
Y_10	0,673	0,361	VALID

Y_11	0,62	0,361	VALID
Y_12	0,65	0,361	VALID
Y_13	0,658	0,361	VALID
Y_14	0,603	0,361	VALID
Y_15	0,633	0,361	VALID
Y_16	0,57	0,361	VALID
Y_17	0,498	0,361	VALID
Y_18	0,598	0,361	VALID
Y_19	0,531	0,361	VALID
Y_20	0,594	0,361	VALID
Y_21	0,482	0,361	VALID
Y_22	0,589	0,361	VALID
Y_23	0,549	0,361	VALID
Y_24	0,565	0,361	VALID

Uji Reliabilitas Variabel Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Fasilitator CSR (X1)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	45

Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepercayaan Penerima Manfaat (X2)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	24

Uji Reliabilitas Variabel Reputasi Perusahaan PT. Indonesia Power Semarang PGU (Y)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	24

Hasil Uji Reliabilitas Pada Setiap Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Angka Standar	Keterangan
Efektivitas Komunikasi	0,971	0,6	RELIABEL
Tingkat Kepercayaan	0,945	0,6	RELIABEL
Reputasi Perusahaan	0,946	0,6	RELIABEL

Bukti Melakukan Riset

Ibu Siti Solekah

May 20, 2020

27:45

Ibu Illafi

May 19, 2020

22:27

Ibu Sudarsih

May 19, 2020

20:02