

**PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP *JOB SATISFACTION* (KEPUASAN KERJA) YANG
DIMEDIASI OLEH *EMPLOYEE COMMITMENT* (KOMITMEN
KARYAWAN) DAN *FIRM REPUTATION* (REPUTASI PERUSAHAAN)
(STUDI KASUS PADA PT. TOBA PULP LESTARI Tbk.)**

Disusun oleh:

SUTAN PAGARUYUNG HUTASUHUT

NIM. 175020300111008

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Derajat Sarjana Akuntansi



JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP *JOB SATISFACTION* (KEPUASAN KERJA) YANG DIMEDIASI OLEH *EMPLOYEE COMMITMENT* (KOMITMEN KARYAWAN) DAN *FIRM REPUTATION* (REPUTASI PERUSAHAAN) (STUDI KASUS PADA PT. TOBA PULP LESTARI Tbk.)

Yang disusun oleh:

Nama : Sutan Pagaruyung Hutasuhut

NIM : 175020300111008

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Akuntansi

Bidang Kajian : Akuntansi Manajemen dan Keperilakuan

Disetujui untuk digunakan dalam ujian skripsi.

Malang, 09 Maret 2021

Dosen Pembimbing



Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si., Ak.

NIP. 19681029 199903 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP *JOB SATISFACTION* (KEPUASAN KERJA) YANG DIMEDIASI OLEH *EMPLOYEE COMMITMENT* (KOMITMEN KARYAWAN) DAN *FIRM REPUTATION* (REPUTASI PERUSAHAAN)
(Studi Kasus Pada PT. Toba Pulp Lestari Tbk.)**

Yang disusun oleh:

Nama : Sutan Pagaruyung Hutasuht

NIM : 175020300111008

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 30 Maret 2021 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si., Ak.

NIP. 19681029 199903 2 001

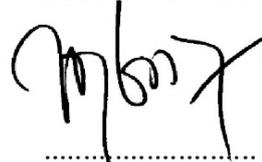
(Dosen Pembimbing)



2. Dr. Syaiful Iqbal, SE., M.Si., Ak.

NIP. 197504052003121001

(Dosen Penguji I)



3. Dra. Wiwik Hidajah Ekowati, M.Si., Ak.

NIP. 19590204 198601 2 001

(Dosen Penguji II)



Malang, 20 April 2021

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Dr. Dra. Arum Prastiwi, M.Si., Ak.

NIP. 196707142005012001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sutan Pagaruyung Hutasuhut

NIM : 175020300111008

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang disusun dengan judul:

PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP *JOB SATISFACTION* (KEPUASAN KERJA) YANG DIMEDIASI OLEH *EMPLOYEE COMMITMENT* (KOMITMEN KARYAWAN) DAN *FIRM REPUTATION* (REPUTASI PERUSAHAAN) (STUDI KASUS PADA PT. TOBA PULP LESTARI Tbk.)

adalah benar-benar hasil karya Saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya siap menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar *kesarjanaannya*).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Malang, 09 Maret 2021

Pembuat Pernyataan



Sutan Pagaruyung Hutasuhut

NIM: 175020300111008

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAKSI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	11
1.4.1 Kontribusi Teori.....	11
1.4.2 Kontribusi Praktik.....	12
1.4.3 Kontribusi Kebijakan.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	14
2.1.2 Teori Legitimasi.....	16





2.2	Variabel Penelitian dan Pengukurannya	18
2.2.1	Corporate Social Responsibility (CSR)	18
2.2.2	Job Satisfaction (Kepuasan Kerja)	22
2.2.3	Employee Commitment (Komitmen Karyawan)	25
2.2.4	Firm Reputation (Reputasi Perusahaan)	27
2.3	Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	30
2.3.1	Kerangka Teoritis	30
2.3.2	Pengembangan Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.1.1	Populasi Penelitian	39
3.1.2	Sampel Penelitian	39
3.2	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3	Pilot Test (Uji Alat Ukur Penelitian)	42
3.3.1	Uji Validitas	42
3.3.2	Uji Reliabilitas	43
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	44
3.4.1	Variabel Independen	44
3.4.2	Variabel Dependen	45
3.4.3	Variabel Mediasi	45
3.5	Teknik Analisis Data	48
3.5.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	49
3.5.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
3.5.3	Analisis Pengaruh Mediasi	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Hasil Penelitian	54

4.1.1	Latar Belakang Instiusional Obyek Penelitian	54
4.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pilot Test</i>	60
4.1.3	Distribusi Frekuensi Demografi.....	63
4.1.4	Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	68
4.1.5	Analisis Efek Mediasi	80
4.2	Pembahasan.....	82
4.2.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kepuasan Kerja	82
4.2.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Komitmen Karyawan	83
4.2.3	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Reputasi Perusahaan	83
4.2.4	Pengaruh Komitmen Karyawan Terhadap Kepuasan Kerja	84
4.2.5	Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Kerja	85
4.2.6	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kepuasan Kerja yang Dimediasi Oleh Komitmen Karyawan	86
4.2.7	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kepuasan Kerja yang Dimediasi Oleh Reputasi Perusahaan	86
BAB V PENUTUP.....		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	89
5.3	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN.....		98

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Skala Pengukuran.....	38
Tabel 2	Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3	Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel CSR.....	57
Tabel 4	Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja.....	57
Tabel 5	Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Karyawan.....	57
Tabel 6	Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Perusahaan.....	58
Tabel 7	Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 8	Jenis Kelamin Responden.....	59
Tabel 9	Usia Responden.....	60
Tabel 10	Masa Bekerja Responden.....	61
Tabel 11	Bidang Kerja Responden.....	62
Tabel 12	Pendidikan Terakhir Responden.....	63
Tabel 13	Nilai <i>Outer Loading</i>	66
Tabel 14	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
Tabel 15	Nilai <i>Cross Loading</i>	68
Tabel 16	Nilai AVE dan Akar AVE.....	69
Tabel 17	Korelasi Variabel Laten.....	70
Tabel 18	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	71
Tabel 19	Nilai <i>R-square</i>	72
Tabel 20	<i>Path Coefficient (Mean, STDEV, T Statistics)</i>	73
Tabel 21	<i>Indirect Effect</i>	75
Tabel 22	Hasil Uji Pengaruh Langsung.....	76
Tabel 23	Hasil Uji Efek Mediasi.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Teoritis.....	27
Gambar 2	Model Penelitian.....	45
Gambar 3	Jenis Kelamin Responden.....	59
Gambar 4	Usia Responden.....	60
Gambar 5	Masa Bekerja Responden.....	61
Gambar 6	Bidang Kerja Responden.....	63
Gambar 7	Pendidikan Terakhir Responden.....	64
Gambar 8	<i>Full Model Structural</i>	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	93
Lampiran 2	Data Responden.....	100
Lampiran 3	Hasil <i>Pilot Test</i> Kuesioner.....	119
Lampiran 4	Hasil Demografi Frekuensi Biodata Responden.....	127
Lampiran 5	<i>Output</i> SEM PLS 3.2.9.....	131



ABSTRAKSI**PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP *JOB SATISFACTION* (KEPUASAN KERJA) YANG DIMEDIASI OLEH *EMPLOYEE COMMITMENT* (KOMITMEN KARYAWAN) DAN *FIRM REPUTATION* (REPUTASI PERUSAHAAN) (STUDI KASUS PADA PT. TOBA PULP LESTARI TBK.)**

Oleh:

Sutan Pagaruyung Hutasuhut

Dosen Pembimbing: Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si., Ak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh komitmen karyawan dan reputasi perusahaan pada PT. Toba Pulp Lestari Tbk. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu pengambilan sampel dimana elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi dipilih untuk menjadi sampel. Objek penelitian ini adalah karyawan PT. Toba Pulp Lestari Tbk, dengan total responden 300 orang. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan SmartPLS versi 3.2.9. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, komitmen karyawan, dan reputasi perusahaan. Selanjutnya komitmen karyawan dan reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja. Selain itu komitmen karyawan dan reputasi perusahaan berhasil memediasi secara parsial (sebagian) dengan pengaruh yang positif pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja. Artinya *corporate social responsibility* dapat mempengaruhi kepuasan kerja baik secara langsung ataupun dengan peran mediasi oleh komitmen karyawan dan reputasi perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Kepuasan Kerja, Komitmen Karyawan, dan Reputasi Perusahaan.

**ABSTRACT****THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
IMPLEMENTATION ON JOB SATISFACTION WITH EMPLOYEE
COMMITMENT AND FIRM REPUTATION AS THE MEDIATORS
(A CASE STUDY ON PT. TOBA PULP LESTARI TBK.)**

By:

Sutan Pagaruyung Hutasuhtut

Supervisor: Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si., Ak.

This study aims to analyse the effect of the CSR of PT. Toba Pulp Lestari Tbk. on job satisfaction with employee commitment and firm reputation as the mediators. This study applies quantitative method utilizing survey through questionnaires. Non probability sampling is used in this study as not every member of the population has a chance of being included in the sample. The objects of the study are 300 respondents of PT. Toba Pulp Lestari Tbk. employees analysed by *Structural Equation Modeling* (SEM) through SmartPLS v 3.2.9. The results indicate that CSR has a positive effect on job satisfaction, employee commitment, and firm reputation; and employee commitment and firm reputation have positive effect on job satisfaction. In addition, employee commitment and firm reputation partially mediate with CSR having a positive effect on job satisfaction. It implies that CSR is capable of affecting job satisfaction both directly and with the mediators of employee commitment and firm reputation.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Job Satisfaction, Commitment, Firm Reputation.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perusahaan sangat ditentukan oleh strategi yang ditetapkan.

Strategi yang tepat akan mengantarkan perusahaan kepada kesuksesan. *Corporate*

Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk

strategi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya.

Wibisono (2007:7) menjabarkan bahwa CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan

oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada

pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan

dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. CSR tidak lagi

dianggap sebelah mata dalam suatu perusahaan, melainkan kini semakin penting

dan ditempatkan di posisi teratas.

CSR hadir sebagai fenomena dan strategi yang diterapkan oleh sebuah

perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*. Tanggung

jawab sosial perusahaan dimulai pada era di mana kesadaran akan keberlanjutan

perusahaan dalam jangka panjang lebih penting dari sekedar profitabilitas

perusahaan; CSR menjadi suatu konsep atau tindakan nyata dari rasa tanggung

jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar di mana perusahaan

berada.

Implementasi CSR berperan signifikan dalam suatu perusahaan, sebab adanya pengungkapan CSR, perusahaan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan dan dukungan dari para *stakeholder* dalam mencapai stabilitas usaha dan *going concern* (Rusdianto, 2013:44). CSR merupakan wujud perusahaan bertanggung jawab kepada para *stakeholder*. Wibisono (2007:96) menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas perusahaan di mana pihak-pihak tersebut mempengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh perusahaan. Sedangkan Chariri dan Ghozali (2007:32) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Kasali dalam Wibisono (2007:90) membagi *Stakeholder* menjadi dua yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal. *Stakeholder* internal adalah *stakeholder* yang berada di dalam lingkungan perusahaan. Misalnya karyawan, manajer, dan pemegang saham (*shareholder*). Sedangkan *stakeholder* eksternal adalah *stakeholder* yang berada di luar lingkungan perusahaan, seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, kelompok *social responsible investor*, *licensing partner*, dan lain-lain.

Karyawan sebagai *stakeholder* internal mempunyai peran yang signifikan dalam meningkatkan kinerja sebuah perusahaan, karena karyawanlah yang secara langsung terlibat di dalam proses produksi. Sebuah perusahaan harus mampu menyejahterakan karyawannya, salah satu bentuknya adalah program CSR kepada karyawan dengan memberikan fasilitas yang memadai, gaji yang sesuai, dan tidak membeda-bedakan dalam hal apapun pada karyawan. Pemberian kesejahteraan akan menciptakan ketenangan, semangat kerja, dedikasi, disiplin dan sikap loyal

terhadap perusahaan sehingga *labour turnover* relatif rendah (Malayu, 2001:182).

Ketika perusahaan dapat memperlakukan karyawan dengan tepat maka akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan itu sendiri.

Job Satisfaction (Kepuasan Kerja) seperti dikutip oleh Moh. As'ad dalam buku Joseph Tiffin yang berjudul "Psikologi Industri"(2000:104) adalah sikap karyawan terhadap pekerjaan, situasi kerja, kerja sama di antara pimpinan dan sesama karyawan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja antara lain: faktor kepuasan finansial, faktor kepuasan fisik, faktor kepuasan sosial, dan faktor kepuasan psikologi. Kepuasan kerja pada dasarnya merupakan urusan individu karena setiap karyawan akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku pada setiap karyawan. Semakin banyak aspek pekerjaan yang sesuai dengan keinginan karyawan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasannya. Perasaan puas atau tidaknya karyawan dalam melakukan pekerjaannya merupakan salah satu indikator kepuasan karyawan terhadap pekerjaan yang dilakukan. Selain rasa kepuasan, kepuasan kerja juga dapat diartikan sebagai harapan karyawan sejalan dengan manfaat yang diterimanya dari pekerjaannya.

Kepuasan kerja merupakan fenomena yang patut diperhatikan, karena kepuasan kerja mempengaruhi kinerja karyawan. Hal ini berdasarkan hasil penelitian Listianto dan Setiaji (2007), kepuasan kerja sangat menentukan kinerja karyawan. Tidak semua karyawan yang bekerja untuk perusahaan memiliki kepuasan kerja yang tinggi. Kepuasan kerja yang rendah dapat dilihat dari keluarnya karyawan (Mahdi *et al.*, 2012). Walaupun tidak semua karyawan yang mengundurkan diri merupakan karyawan dengan kepuasan kerja yang rendah,

namun ketika kepuasan kerja rendah maka karyawan akan lebih bersedia untuk berhenti.

Kepuasan kerja karyawan bermanfaat untuk meningkatkan kinerja, dedikasi, dan disiplin karyawan, karena kepuasan kerja merupakan sikap emosional yang menyenangkan dalam bekerja, yang tercermin dari semangat kerja, disiplin, dan prestasi kerja. Ketidakpuasan terhadap pekerjaan akan mengakibatkan penurunan produktivitas dari tindakan disipliner karyawan, sehingga mengganggu operasional perusahaan. Orang memiliki banyak pandangan tentang tingkat atau tolak ukur kepuasan kerja, sehingga sulit untuk memuaskan semua orang, jadi semuanya hanya bisa dilakukan sesuai dengan aturan. Implementasi CSR dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan jika dilakukan dengan benar dan terus menerus serta sistematis. Oleh karena itu, dengan memenuhi tanggung jawab sosialnya maka akan membawa dampak sosial yang baik bagi masyarakat yang akan berdampak signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

Kepuasan kerja mencerminkan perasaan karyawan terhadap pekerjaannya sehingga dapat membentuk komitmen karyawan. Robbins (2001:140) mengatakan bahwa *Employee Commitment* (Komitmen Karyawan) adalah suatu keadaan di mana karyawan memihak kepada perusahaan tertentu dan tujuan-tujuannya, serta berniat memelihara keanggotaannya dalam perusahaan itu. Tanpa komitmen, sulit mengharapkan karyawan untuk berpartisipasi secara aktif dan mendalam. Karyawan dengan tingkat komitmen rendah menjadi ancaman bagi perusahaan, karena perusahaan akan sulit mencapai tujuannya.

Melihat fenomena tersebut, komitmen penting bagi setiap karyawan yang bekerja di perusahaan, karena dalam komitmen ini mencakup juga kinerja karyawan, di mana mempengaruhi perusahaan yang diikutinya. Karyawan yang memiliki tingkat komitmen yang tinggi terhadap perusahaan akan menunjukkan kinerja terbaiknya dan produktif dalam melaksanakan pekerjaannya. Faktanya, di banyak perusahaan, komitmen karyawan bahkan merupakan persyaratan mutlak untuk posisi strategis tertentu. Komitmen yang tinggi akan memungkinkan karyawan berkinerja tinggi untuk menghasilkan dan mencapai ekspektasi perusahaan.

Tapi komitmen tidak hadir begitu saja, komitmen harus ditumbuhkan. Oleh karena itu, komitmen harus dijaga agar dapat tumbuh dalam diri karyawan. Dengan metode tepat, pemimpin yang baik dapat menciptakan dan menumbuhkan komitmen karyawan. Isu tanggung jawab sosial perusahaan dapat secara langsung menumbuhkan dan meningkatkan komitmen karyawan. Ketika perusahaan menerapkan CSR, karyawan akan merasa lebih bangga dan percaya terhadap perusahaannya tersebut dan cenderung akan meningkatkan komitmen mereka terhadap perusahaan. Hal ini disebabkan identitas pribadi mereka terikat pada perusahaan tempat ia bekerja. Hal ini didasarkan pada penelitian Farooq *et al.* (2014) yang mengatakan bahwa penerapan CSR untuk karyawan memiliki pengaruh baik terhadap komitmen perusahaan maupun terhadap kepercayaan perusahaan.

Melalui kegiatan CSR perusahaan dapat diperoleh reputasi suatu perusahaan. Implementasi CSR memberikan dampak timbulnya pandangan positif dari masyarakat terhadap perusahaan yang dapat membentuk reputasi perusahaan

yang baik. CSR dianggap sebagai salah satu atribut kunci yang menentukan reputasi perusahaan dan diyakini dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan faktor penting dalam reputasi perusahaan di saat krisis. Hasil penelitian Prasetya (2010) menunjukkan bahwa CSR sangat mempengaruhi citra perusahaan. Kondisi ini bisa dijadikan acuan betapa pentingnya melakukan tanggung jawab sosial perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Meskipun reputasi perusahaan adalah aset tidak berwujud, namun riset menunjukkan bahwa reputasi yang baik akan meningkatkan identitas karyawan. Secara psikologis, karyawan akan merasa puas dan bangga dengan pencapaian perusahaan.

Salah satu perusahaan di Indonesia yang telah melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaannya yaitu PT. Toba Pulp Lestari Tbk. Perusahaan ini adalah perusahaan di wilayah Sumatera Utara, Indonesia yang melaksanakan kegiatan usaha industri pulp dan bahan kimia untuk menunjang industri pulp tersebut. Perusahaan telah berkomitmen menyisihkan dana kontribusi sosial dan lingkungan sebesar 1 % dari *net sales* per tahun. Perusahaan telah menyalurkan dana CSR 1% dari *net sales* per tahun sejak tahun 2003 dan secara berkesinambungan tetap melaksanakannya hingga saat ini. Sesuai dengan Akta Komitmen Paradigma Baru No. 05, pengelolaan dana CSR dikelola langsung oleh Perusahaan kepada masyarakat sekitar operasional Perusahaan di masing-masing kabupaten guna mendukung program Pemerintah Kabupaten untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Sebagai wujud komitmen Perusahaan dalam penyaluran dana CSR kepada masyarakat di sekitar areal operasional dan sesuai dengan Rencana Kerja Tahunan

Perusahaan, selama tahun 2020 Perusahaan telah merealisasikan Program CSR sebesar **Rp.9.737.492.987,-** yang pengalokasiannya dibagi menjadi 6 bagian besar yaitu:

1. Penciptaan lapangan kerja dan pengembangan keterampilan sebesar Rp 855.373.701,-
2. Pendidikan dan kebudayaan sebesar Rp 1.836.289.060,-
3. Investasi sosial (infrastruktur) sebesar Rp 5.189.492.846,-
4. Kesehatan sebesar Rp 1.691.697.480,-
5. Lingkungan sebesar Rp 156.219.900,-
6. Employee voluntary/gotong royong sebesar Rp 8.420.000,-

PT. Toba Pulp Lestari Tbk. banyak mendapat penghargaan dan pencapaian di berbagai bidang diantaranya Sertifikat ISO 14001:2015 bidang Sistem Manajemen Lingkungan untuk aktivitas *Forest Plantation for Pulpwood Production*, Sertifikat Penghargaan PROPER “Peringkat Biru” periode tahun 2019 – 2020 dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, dan Piagam Penghargaan Indonesian CSR Awards 2020 masing-masing untuk Kategori Penciptaan Lapangan Kerja dan Peningkatan Keterampilan, Kesehatan, dan Investasi Sosial. Lebih lanjut, dalam Indonesian CSR Awards 2020, PT Toba Pulp Lestari Tbk memperoleh penghargaan tertinggi, yaitu *Platinum Award* dalam tiga program diajukan. PT Toba Pulp Lestari Tbk meraih penghargaan dalam kategori Bidang Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat program Penciptaan Lapangan Kerja dan Peningkatan Keterampilan melalui Program Gerobak Madu, lalu Kategori Bidang Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat program Kesehatan melalui Program Toilet Sekolah dan yang terakhir Kategori Bidang Pelibatan dan

Pengembangan Masyarakat program Kesehatan melalui Program Infrastruktur Desa Sopo Lestari.

Saat ini PT Toba Pulp Lestari Tbk telah memberikan makna implementasi CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* untuk mengumpulkan berbagai kepentingan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan.

Tidak saja kepentingan internal, namun juga kepentingan eksternal. Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada implementasi CSR PT Toba Pulp Lestari Tbk terhadap *stakeholder* internalnya yaitu karyawan, sebab peneliti menyadari bahwa karyawan merupakan salah satu asset penting dalam mendukung keberlangsungan perusahaan.

PT Toba Pulp Lestari Tbk meyakini bahwa tanggung jawab sosial internal kepada karyawan juga harus diberikan dengan optimal, karena hanyalah usaha, kontribusi, dan pengorbanan karyawan, perusahaan dapat melakukan berbagai aktivitas dan meraih kesuksesan. Oleh karena itu perusahaan harus memberikan kompensasi yang adil dengan memberikan tanggung jawabnya terhadap karyawan untuk menciptakan kepuasan kerja karyawan. Tentunya hubungan antara perusahaan dengan karyawannya harus dilandasi prinsip hubungan yang saling menguntungkan. Artinya perusahaan harus memberikan kompensasi sesuai dengan prinsip keadilan, tetapi di sisi lain karyawan harus memberikan kontribusi dan komitmen yang sebesar-besarnya bagi perkembangan perusahaan. Seiring dengan besarnya kontribusi untuk perkembangan perusahaan akan mendongkrak reputasi perusahaan di mata masyarakat.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membuktikan pengaruh implementasi CSR. Penelitian Oskar (2012) dilakukan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap kepuasan kerja yang berdampak pada komitmen karyawan dalam industri perbankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CSR berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja oleh dimensi ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Kemudian Yaskun dan Cahyono (2016) melakukan penelitian tentang pengaruh implementasi CSR terhadap citra perusahaan. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa hanya satu sektor yang berpengaruh signifikan secara negatif terhadap citra perusahaan, sedangkan enam sektor lainnya menunjukkan pengaruh signifikan secara positif terhadap citra perusahaan. Nurillahizazi (2017) melakukan penelitian tentang pengaruh CSR terhadap kepuasan kerja dan komitmen perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja namun tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel komitmen organisasi. Fauzi (2019) melakukan penelitian tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility Terhadap Employee Satisfaction* Yang Dimediasi Oleh Citra Perusahaan Dan Komitmen Organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Employee Satisfaction* ketika dimediasi oleh Citra Perusahaan dan Komitmen Organisasi.

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yaitu Nurillahizazi (2017) dan Fauzi (2019). Peneliti menggunakan variabel mediasi komitmen karyawan dan reputasi perusahaan untuk menunjukkan pengaruh CSR (variabel independen) dengan kepuasan kerja (variabel dependen). Variabel CSR dan kepuasan kerja diambil dari penelitian Nurillahizazi, sedangkan variabel mediasi diambil dari

penelitian Fauzi. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelum-sebelumnya yang sangat sedikit meneliti pengaruh CSR terhadap karyawan sebagai *stakeholder* internal. Penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak meneliti pengaruh penerapan CSR dengan kinerja keuangan perusahaan dan/atau nilai perusahaan. Pada penelitian kali ini akan lebih dijelaskan dari *point of view* karyawan terhadap setiap implementasi CSR perusahaan. Perbedaan lainnya adalah pada objek penelitian dan tahun penelitian, di mana penelitian ini menggunakan objek penelitian PT. Toba Pulp Lestari Tbk. dengan tahun penelitian 2021.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **PENGARUH IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP JOB SATISFACTION (KEPUASAN KERJA) YANG DIMEDIASI OLEH EMPLOYEE COMMITMENT (KOMITMEN KARYAWAN) DAN FIRM REPUTATION (REPUTASI PERUSAHAAN) (STUDI KASUS PADA PT. TOBA PULP LESTARI Tbk.)**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kepuasan kerja?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap komitmen karyawan?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan?
4. Apakah komitmen karyawan berpengaruh terhadap kepuasan kerja?
5. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan kerja?

6. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh komitmen karyawan?

7. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh reputasi perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja.

2. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap komitmen karyawan.

3. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan.

4. Untuk menguji pengaruh komitmen karyawan terhadap kepuasan kerja.

5. Untuk menguji pengaruh reputasi perusahaan terhadap kepuasan kerja.

6. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh komitmen karyawan.

7. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh reputasi perusahaan.

1.4 Kontribusi Penelitian

1.4.1 Kontribusi Teori

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih wawasan dan pengetahuan dalam ilmu Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial khususnya mengenai CSR serta dapat digunakan sebagai bahan penelitian komparatif untuk

penelitian selanjutnya mengenai pengaruh CSR terhadap kepuasan kerja karyawan yang dimediasi oleh komitmen karyawan dan reputasi perusahaan.

1.4.2 Kontribusi Praktik

1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini adalah dapat lebih menambah ilmu yang dimiliki dan meningkatkan keterampilan menulis laporan penelitian dengan benar dan tepat.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai faktor-faktor yang harus dipertimbangkan ketika memutuskan untuk menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, kepuasan kerja, komitmen karyawan, dan reputasi perusahaan.

1.4.3 Kontribusi Kebijakan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam menghasilkan Undang-Undang terkait pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap karyawan. UU mengatur kewajiban bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial kepada karyawannya, seperti pemberian upah yang layak, pendaftaran jaminan sosial dan K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) karyawan, dan pelatihan dan pengembangan karyawan.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I: Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini membahas aspek teoritis yang menjadi dasar atau landasan pemikiran dari penelitian ini yang didalamnya terdapat berbagai teori dan hal-hal yang menyangkut dalam isi penelitian ini. Bab ini juga berisi variabel penelitian dan kerangka teoritis yang diakhiri dengan penyajian hipotesis.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian. Bab ini juga menggambarkan jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan juga teknik analisis data.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab hasil penelitian dan pembahasan merupakan isi pokok dari seluruh penelitian ini, bab ini menyajikan deskripsi objek penelitian, hasil pengujian data, dan analisis atas hasil penelitian tersebut.

Bab V: Penutup

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian, keterbatasan penelitian, saran, dan implikasi bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* pertama kali dikemukakan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 yang menjelaskan kepada siapa saja perusahaan bertanggung jawab.

Teori ini berawal dari adanya kesadaran bahwa perusahaan mempunyai *stakeholder*, yaitu pihak-pihak yang memiliki kepentingan atas perusahaan.

Kehadiran teori *stakeholder* semakin menguatkan konsep bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham melainkan juga terhadap para pemangku kepentingan atau *stakeholder* (Maulida dan Adam, 2012). Deegan (2004) mengatakan bahwa teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka. Para *stakeholder* juga dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Itu berarti, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh para *stakeholder* perusahaan tersebut (Chariri dan Ghozali, 2007). Asumsi teori *stakeholder* dibentuk karena pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan

masyarakat menjadi sangat terkait dan memperhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun responsibilitas secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada para pemegang saham.

Adanya teori *stakeholder* dapat memberikan dasar kepada perusahaan untuk dapat memberikan manfaat kepada para *stakeholder*. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan melaksanakan program CSR. Diharapkan dengan adanya program ini, perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan, pelanggan, dan masyarakat sekitar. Implementasi CSR yang semakin baik akan memberikan kepuasan bagi *stakeholder* sehingga perusahaan akan mendapatkan dukungan penuh atas segala kegiatan bisnisnya.

Teori *stakeholder* menyebutkan bahwa perusahaan harus memberikan manfaat kepada para *stakeholder*, hal ini berarti keberadaan perusahaan dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder*. Konsep *stakeholder* mengalami perkembangan menjadi tiga model yaitu perencanaan perusahaan, kebijakan bisnis, dan CSR. Pengungkapan CSR adalah bagian komunikasi antara perusahaan dengan para *stakeholder*. Oleh sebab itu, ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting untuk perusahaan, maka perusahaan akan menjawab dengan cara memuaskan keinginan para *stakeholder* (Chariri dan Ghozali, 2007).

Teori *stakeholder* menjadi dasar hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*. Perhatian perusahaan terhadap *stakeholder* akan direspon dengan baik ketika perusahaan melaksanakan CSR yang baik. Teori ini memandang perusahaan dengan cara yang lebih sosial dan humanis, serta memberikan kesadaran moral akan

pentingnya CSR. Pada dasarnya pengungkapan CSR bertujuan untuk menunjukkan kepada *stakeholder* mengenai kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dan dampaknya bagi *stakeholder*. Melalui pelaksanaan CSR, perusahaan akan dinilai baik dalam memperlakukan kelompok eksternal maupun internal, dalam situasi perusahaan seperti ini, mudah untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, partisipasi karyawan dalam pelaksanaan CSR dapat meningkatkan komitmen dan kepuasan kerja karyawan, oleh karena itu terdapat bukti bahwa teori *stakeholder* dapat menjadi kombinasi dari semua elemen yang memperkuat perusahaan.

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi pertama kali dikemukakan oleh Dowling dan Pfeffer (1975) yang mengatakan bahwa legitimasi adalah sumber daya yang berusaha diperoleh perusahaan, tetapi tidak diakui oleh perusahaan pesaing. Teori legitimasi adalah pandangan teoritis dalam kerangka teori ekonomi politik (Gray, Kouhy, dan Lavers; 1994). Meyer dan Scott menggambarkan legitimasi dalam Nugroho dan Chariri (2009) sebagai sumber kesesuaian perusahaan dengan lingkungan budayanya.

Legitimasi dapat dianggap setara dengan pengetahuan atau asumsi bahwa tindakan yang diambil oleh suatu entitas diharapkan, sesuai, atau berdasarkan pada norma, nilai, kepercayaan, dan sistem yang ditetapkan pembangunan sosial (Suchman, 1995).

Prinsip dasar teori ini adalah jika masyarakat menyadari bahwa penyelenggaraan suatu perusahaan adalah sistem nilai yang sesuai dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri, maka perusahaan tersebut akan tetap eksis. Teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan memastikan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan

tahunannya untuk menggambarkan tanggung jawab terhadap lingkungan sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Harapannya agar diakui oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Adanya teori legitimasi ini akan memberikan dasar bagi perusahaan untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait dengan kegiatan usaha perusahaan di masyarakat, sehingga perusahaan dapat beroperasi secara normal tanpa adanya konflik di masyarakat atau lingkungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyusun dan merencanakan CSR serta memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dengan adanya CSR, sehingga masyarakat di sekitar lokasi bisnis dapat dengan benar menerima keberadaan perusahaan dan tidak mempersoalkan kehadiran perusahaan.

Perusahaan berkeyakinan bahwa apabila perusahaan melakukan pengungkapan CSR maka keberadaan dan aktivitasnya akan memperoleh status dari masyarakat atau lingkungan, sehingga menjadikan operasional perusahaan dikatakan terlegitimasi (Adhima, 2012). Bagi sebuah perusahaan yang dikatakan terlegitimasi, di mata masyarakat reputasi perusahaan akan semakin baik, sehingga semakin meningkatkan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan. Teori legitimasi juga dapat digunakan sebagai alat untuk membangun diri dalam masyarakat yang semakin berkembang (Hadi, 2011). Legitimasi perusahaan di mata *stakeholder* dapat dicapai melalui penerapan etika bisnis yang berintegritas dan peningkatan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Sriviana dan Asyik, 2013). Oleh karena itu, perusahaan yang memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan dan menjaga lingkungan sekitar yang bermanfaat bagi masyarakat merupakan salah satu upaya perusahaan untuk memperjuangkan legitimasi.

2.2 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

2.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1.1 Definisi CSR

Menurut Untung (2009:1) CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia usaha terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan mengedepankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Menurut Kotler dan Nancy (2005:4) dalam Gassing (2016:163), CSR adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang baik dan menyumbangkan sebagian sumber daya perusahaan. Sementara itu, menurut *World Business Council for Sustainable Development*, CSR adalah komitmen berkelanjutan dari komunitas bisnis untuk berkontribusi pada pengembangan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan seluruh masyarakat luas.

Menurut Prastowo dan Huda (2011:17) CSR adalah sebagai berikut:

CSR adalah mekanisme alami suatu perusahaan untuk "membersihkan" keuntungan yang diperoleh. Seperti kita ketahui, cara perusahaan memperoleh keuntungan terkadang merugikan orang lain, baik disengaja atau tidak disengaja. Ini dikatakan sebagai mekanisme alamiah, karena tanggung jawab sosial perusahaan merupakan hasil pengaruh pengambilan keputusan atas aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan adalah membalikkan keadaan masyarakat yang menghadapi situasi ini kepada keadaan yang lebih baik.

Selain itu Bowen (1953) menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban pengusaha untuk membuat kebijakan, mengambil

keputusan, atau mengikuti serangkaian tindakan yang merupakan tujuan dan nilai sosial yang diharapkan. Menurut Hartman dalam Widenta (2011) CSR merupakan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat terkait dengan kegiatan operasionalnya, oleh karena itu perusahaan harus mengidentifikasi kelompok *stakeholder* dan menggabungkan kebutuhan dan persyaratannya dalam proses pengambilan keputusan operasional dan strategis. Suharto (2007:16) mengemukakan dalam bukunya "Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)" bahwa CSR adalah operasi bisnis yang tidak hanya berkomitmen untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga untuk daerah secara keseluruhan.

Dari definisi di atas, dapat dikatakan bahwa CSR merupakan kewajiban perusahaan untuk mematuhi peraturan pemerintah serta memberi kebermanfaatn bagi masyarakat sekitar baik dalam segi lingkungan maupun pembangunan berkelanjutan. CSR merupakan suatu operasi bisnis yang tidak hanya berkomitmen untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga berkomitmen terhadap pembangunan sosial ekonomi daerah secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan.

2.2.1.2 Konsep CSR

Istilah CSR mulai digunakan dalam konteks global pada tahun 1970-an, setelah John Elkington mengembangkan tiga komponen penting dari *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas juga oleh *The World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam *Brundtland Report* (1987). Elkington menegaskan bahwa CSR

terdiri dari tiga poin kunci yang disingkat 3P, yaitu *profit*, *planet* and *people*. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang baik tidak hanya mencari keuntungan ekonomi (*profit*), tetapi juga memperhatikan kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan sosial (*people*).

Adanya konsep CSR yang demikian, mengharuskan perusahaan memiliki perspektif yang lebih luas, perusahaan juga bertanggung jawab kepada pihak lain, seperti karyawan, pemasok, konsumen, komunitas lokal, masyarakat secara keseluruhan, pemerintah, dan kelompok lainnya. Dalam hal ini, jika sebelumnya tanggung jawab perusahaan hanya sebatas aspek keuangan (*single bottom line*), maka sekarang kita mengenal konsep "*triple bottom line*", yaitu tanggung jawab perusahaan didasarkan pada tiga landasan, yaitu *profit*, *people*, dan *planet* (3P).

Di Indonesia sendiri, terdapat peraturan CSR yang mengatur tentang pelaksanaan CSR bagi perusahaan yang melakukan usaha di bidang sumber daya alam dan / atau perusahaan yang terkait dengan sumber daya alam, termuat dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas ini memberikan gambaran dukungan pemerintah dalam proses implementasi CSR. UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 Pasal 74 sebagai berikut:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dalam ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

2.2.1.3 Manfaat CSR

Susanto (2009:14-15) memberikan beberapa manfaat yang didapat perusahaan dalam menjalankan CSR, yaitu:

1. Mengurangi risiko dan pengaduan atas tindakan yang tidak tepat yang diterima oleh perusahaan
2. Bertindak sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan pengaruh buruk yang disebabkan oleh krisis
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karena karyawan merasa bangga bekerja untuk perusahaan terkemuka yang membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya
4. Implementasi CSR yang konsisten akan meningkatkan dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan para *stakeholder*

Suhandari (2007) dalam Untung (2009) mengatakan bahwa implementasi

CSR memberikan manfaat bagi perusahaan, antara lain:

1. Menjaga dan meningkatkan reputasi perusahaan
2. Memperoleh izin untuk mengoperasikan bisnis
3. Mengurangi risiko bisnis perusahaan
4. Memperluas akses ke sumber daya operasional bisnis
5. Memperluas peluang pasar
6. Mengurangi biaya, seperti yang terkait dengan dampak pengolahan limbah
7. Meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan
8. Meningkatkan hubungan dengan pemerintah sebagai regulator
9. Meningkatkan produktivitas karyawan
10. Kesempatan untuk mendapatkan penghargaan

2.2.2 *Job Satisfaction* (Kepuasan Kerja)

2.2.2.1 Definisi Kepuasan Kerja

Handoko (1998) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dari karyawan. Kepuasan kerja mengacu pada sikap seseorang terhadap pekerjaannya. Orang dengan kepuasan kerja tinggi menyatakan sikap positif terhadap pekerjaan, sebaliknya jika kepuasan kerja tidak tinggi maka mereka menyatakan sikap negatif terhadap pekerjaan.

Menurut Anoraga dan Widiyanti (1993:43), kepuasan kerja merupakan urusan pribadi. Setiap orang akan memiliki kepuasan yang berbeda dengan nilai-nilai yang berlaku pada dirinya sesuai dengan situasi. Semakin banyak pekerjaan yang sesuai dengan keinginannya, semakin tinggi pula kepuasannya, begitu pula sebaliknya. Kepuasan kerja sangat erat hubungannya dengan sikap karyawan terhadap pekerjaan, status kerja atau kerja sama antara pimpinan dan bawahan.

Menurut Winardi (2004:137) kepuasan adalah kondisi akhir (keadaan) yang dihasilkan dari pencapaian suatu tujuan tertentu. Kepuasan kerja adalah bagaimana perasaan pekerja terhadap semua aspek kerangka. Menurut Locke (dikutip oleh Harnanik, 2004:153), kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau positif yang dihasilkan dengan mengevaluasi pekerjaan atau pengalaman kerja. Davis dan Newstrom (1996:105) mengemukakan bahwa kepuasan kerja adalah perasaan menyenangkan dan tidak menyenangkan yang datang dari karyawan. Kepuasan kerja merupakan persepsi seseorang terhadap pekerjaan, yaitu perasaan menyukai pekerjaannya yang dapat dilihat dari sikap dan perilakunya.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli di atas, biasanya dapat dikatakan bahwa kepuasan kerja adalah tingkat perasaan seseorang tentang pekerjaan dengan mempertimbangkan dan mengevaluasi semua aspek pekerjaannya, sehingga membuatnya merasa senang atau tidak puas dengan lingkungan kerja dan rekan kerja. Perasaan pribadi karyawan bisa positif atau negatif, tergantung pada pandangan terhadap pekerjaan yang dia lakukan.

2.2.2.2 Teori Kepuasan Kerja

Menurut Wexley dan Yulk (1977) dalam bukunya "Organizational Behavior and Personal Psychology" yang dikutip As'ad (2000:105), teori kepuasan kerja mencakup tiga jenis, antara lain:

1. Teori Ketidaksesuaian (Discrepancy Theory)

Mangkunegara (2006:120) mengemukakan bahwa teori ketidaksesuaian percaya bahwa kepuasan karyawan bergantung pada perbedaan antara apa yang diperoleh dan apa yang diharapkan. Jika hasil yang diperoleh lebih rendah dari yang diharapkan maka akan menimbulkan ketidakpuasan dan kekecewaan karyawan.

2. Teori Keadilan (Equity Theory)

Teori keadilan dikemukakan oleh Adam (1963). Prinsipnya adalah karyawan akan merasa puas atau tidak puas sesuai dengan apakah situasi tersebut terasa adil atau tidak. Jika perbandingan dirasa cukup adil maka karyawan akan merasa puas, dan jika perbandingan tersebut tidak seimbang dan merugikan maka karyawan akan merasa tidak puas.

3. Teori Dua Faktor (Two Factors Theory)

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Herzberg pada tahun 1959 dalam Kinanti (2012), ia membagi kondisi yang mempengaruhi sikap seseorang terhadap pekerjaan menjadi dua kelompok, yaitu kelompok *satisfier* dan *dissatisfier*. *Satisfier* adalah faktor atau keadaan yang terbukti menjadi sumber kepuasan kerja, termasuk prestasi, pengakuan, pekerjaan itu sendiri, rasa tanggung jawab dan promosi. *Dissatisfier* merupakan faktor penyebab ketidakpuasan, antara lain kebijakan dan administrasi perusahaan, teknis pengawasan gaji, hubungan interpersonal, kondisi kerja, keamanan dan status kerja.

2.2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja

Standar pengukuran untuk kepuasan kerja sangat bervariasi karena setiap orang memiliki standar kepuasan kerja yang berbeda. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja. Faktor-faktor tersebut dapat memberikan kepuasan kerja karyawan berdasarkan masing-masing karyawan. Menurut Bloom (2000), faktor kepuasan kerja adalah sebagai berikut:

1. Faktor pribadi, meliputi: umur, status kesehatan, kepribadian, dan harapan.
2. Faktor sosial, meliputi: kekerabatan, pendapat masyarakat, penciptaan kesempatan, kegiatan serikat pekerja, kebebasan politik, dan hubungan masyarakat.
3. Faktor profesional, meliputi: gaji, pengawasan, keamanan kerja, kondisi kerja, dan peluang promosi.

Sedangkan menurut As'ad (2000), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah:

1. Faktor psikologis, meliputi: sikap, bakat, dan keterampilan terhadap pekerjaan.
2. Faktor sosial, meliputi: interaksi sosial antara karyawan, atasan, dan/atau karyawan dari berbagai jenis pekerjaan.
3. Faktor fisik, meliputi: jenis pekerjaan, jadwal kerja, perlengkapan kerja, kondisi ruangan, dan lain-lain.
4. Faktor keuangan, meliputi: sistem dan jumlah gaji, jaminan sosial, kesejahteraan, fasilitas kerja, promosi, dan lain-lain.

Menurut Sutrisno (2009, 82-84), kepuasan kerja dipengaruhi beberapa faktor yaitu:

1. Gaji
2. Keamanan kerja
3. Kesempatan untuk maju
4. Manajemen dan perusahaan
5. Pengawas dan atasan. Supervisi yang buruk dapat mengakibatkan absensi dan turnover
6. Faktor intrinsik pekerjaan. Susah atau mudahnya dan juga kebanggaan terhadap tugas bisa meningkatkan atau mengurangi pekerjaan
7. Kondisi kerja yang meliputi kantin, ventilasi, tempat parkir dan penyiaran
8. Aspek sosial didalam pekerjaan
9. Komunikasi
10. Fasilitas perusahaan

2.2.3 Employee Commitment (Komitmen Karyawan)

2.2.3.1 Definisi Komitmen Karyawan

Gibson (2006:184) mengemukakan bahwa komitmen karyawan adalah rasa identifikasi, loyalitas, dan partisipasi karyawan yang diungkapkan oleh perusahaan atau unit perusahaan. Mowday, Steer, dan Porter (1982, dalam Don, Ismail, Daud,

2006:176) mendefinisikan komitmen karyawan sebagai perilaku individu dengan keyakinan yang kuat pada nilai-nilai dan tujuan perusahaan, semangat sukarela meningkatkan prestasi perusahaan dan keinginan yang kuat untuk terus eksis dalam perusahaan.

Huselid dan Day dalam McKenna and Nich (2000:245) mengemukakan bahwa komitmen karyawan dapat mengurangi keinginan untuk meninggalkan perusahaan atau unit kerja. Mereka cenderung menunjukkan partisipasi yang tinggi.

Selain itu, karyawan yang menunjukkan komitmen yang tegas akan bekerja dengan senang hati, menghabiskan lebih sedikit waktu tidak produktif di tempat kerja, dan cenderung tidak meninggalkan pekerjaan. Adanya rasa keterikatan pada pekerjaan, memungkinkan karyawan tetap berada di unit kerja lebih tinggi dibandingkan karyawan yang tidak terikat pada unit kerja tersebut.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komitmen adalah suatu kondisi bagi karyawan untuk ikut serta dan peduli terhadap suatu perusahaan tertentu beserta tujuannya serta berniat untuk mempertahankan keanggotaannya pada perusahaan tersebut. Prasangka dan kepedulian terhadap karyawan ini dapat dicapai dengan berbagai cara, seperti mengikuti kegiatan perusahaan, mengurangi pemborosan waktu kerja, dan mengurangi kemungkinan keluar dari lingkungan kerja.

2.2.3.2 Aspek-aspek yang mempengaruhi Komitmen karyawan

Menurut Schultz dan Schultz (2002:255) dan Allen dan Meyer (1984:373), komitmen pada suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu:

1. *Continuance Commitment* (Komitmen Berkelanjutan)

Komitmen berkelanjutan adalah komitmen yang didasarkan pada persepsi individu atas kerugian yang akan dihadapi jika keluar dari perusahaan. Karyawan akan menetap atau meninggalkan perusahaan berdasarkan keuntungan dan kerugian yang diterimanya. Menurut Schultz dan Schultz (2002: 255), komitmen berkelanjutan ini disebut juga komitmen sebagai perilaku, yaitu proses yang menyebabkan individu menjadi terikat dengan perusahaan.

2. *Normative Commitment* (Komitmen Normatif)

Komitmen normatif adalah suatu bentuk komitmen karyawan yang meliputi kewajiban dan tanggung jawab yang harus diberikan kepada perusahaan karena individu percaya bahwa dirinya harus setia kepada perusahaan. Individu dengan komitmen ini akan tetap menjadi karyawan perusahaan karena ia menilai harus menjalankan tugasnya.

3. *Affective Commitment* (Komitmen Afektif)

Komitmen ini berkaitan dengan emosi, identifikasi, dan partisipasi individu dalam perusahaan. Individu dengan komitmen seperti ini akan memiliki keterikatan emosional dengan perusahaan, yang tercermin dari rasa partisipasi dan kesenangan serta kenikmatan bergabung dalam perusahaan. Individu akan tetap bergabung dengan perusahaan karena ingin mempertahankan keanggotaan dalam perusahaan.

2.2.4 *Firm Reputation* (Reputasi Perusahaan)

2.2.4.1 Definisi Reputasi Perusahaan

Menurut Afdhal dalam Tarigan (2014), reputasi perusahaan merupakan aset tak berwujud. Reputasi akan bergantung pada perilaku perusahaan sebagai entitas.

Sebagai simbol reputasi, nama perusahaan (jika dikelola dengan baik) akan menggambarkan dukungan dari masyarakat bagi perusahaan. Menurut Herbig dan Milewicz dalam Khairunnisak dan Firman (2015), reputasi perusahaan adalah penghargaan karena perusahaan memiliki keunggulan tersendiri, seperti kapabilitas perusahaan, sehingga perusahaan akan dapat terus mengembangkan diri dan terus menciptakan hal-hal baru yang memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Gaotsi dan Wilson (2011) dalam Fortuna (2012) reputasi perusahaan adalah penilaian suatu organisasi setiap saat berdasarkan pengalaman semua pemangku kepentingan dalam organisasi.

Fombrun dalam Fajrina (2012) mengatakan bahwa reputasi perusahaan merupakan cerminan dari pengalaman seseorang dalam memperoleh suatu produk atau jasa. Reputasi yang baik meningkatkan kredibilitas dan membuat konsumen lebih yakin bahwa perusahaan akan memenuhi janjinya. Reputasi perusahaan adalah jaminan bahwa apa yang didapatkan konsumen akan memenuhi harapannya. Menurut Weiss dalam Fitriawati (2001) reputasi perusahaan adalah keadaan dimana perusahaan telah menerima rasa hormat yang tinggi untuk pelayanan dan kredibilitas yang sangat baik.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan yang bergantung pada perilaku perusahaan sebagai suatu entitas. Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa disukai oleh masyarakat. Reputasi hanya bisa bertahan jika perkataan dan perbuatan dilakukan sejalan.

2.2.4.2 Dimensi Reputasi Perusahaan

Menurut Selnes (1993), dimensi reputasi perusahaan meliputi empat hal, yaitu:

1. Nama yang Baik

Persepsi ini menunjukkan seberapa baik masyarakat memahami citra baik yang dibangun oleh perusahaan. Jika reputasi perusahaan cukup kuat, maka masyarakat akan lebih percaya pada kemampuan bisnis perusahaan.

2. Reputasi Pesaing

Persepsi ini menjelaskan sebaik apa reputasi perusahaan dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya. Artinya perusahaan harus memiliki nilai dan kekuatan yang luar biasa lebih baik dari perusahaan lain.

3. Dikenal Luas

Perusahaan harus dikenal luas dan menunjukkan kepada masyarakat seberapa baik perusahaan menghasilkan produk yang berkualitas dan dipahami masyarakat luas.

4. Mudah diingat

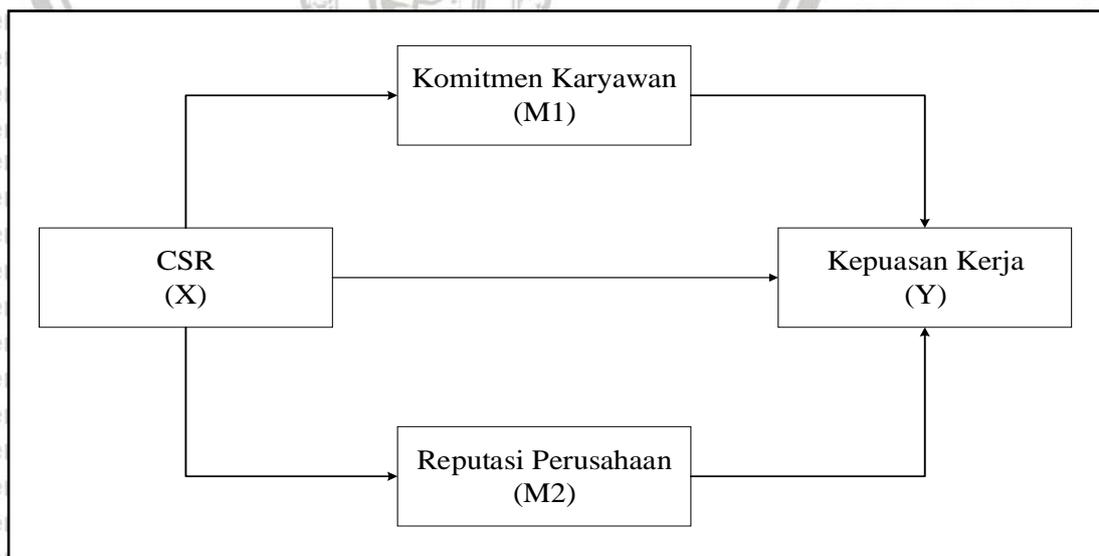
Menggambarkan persepsi bahwa konsumen akan mengingat nama perusahaan. Jika nama perusahaan mudah diingat, maka orang akan lebih mudah menemukannya di dunia maya atau bahkan di dunia nyata sekalipun.

2.3 Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Kerangka Teoritis

Teori *stakeholder* mengasumsikan perusahaan tidak bisa lepas dari lingkungan sosial. Oleh karena itu, sistem manajemen perusahaan harus berorientasi pada operasi yang memenuhi nilai masyarakat. Dengan demikian, perusahaan perlu merumuskan dan merencanakan tanggung jawab sosial perusahaan, serta memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan. Jika perusahaan mampu menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan dengan benar, berkesinambungan, terprogram, dan menjadikannya sebagai suatu strategi dan budaya perusahaan, maka itu dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan dan reputasi perusahaan bagi masyarakat sehingga mempengaruhi signifikan bagi komitmen kerja karyawan.

Berdasarkan uraian yang telah dikembangkan sebelumnya, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka teoritis sebagai berikut:



Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 1
Kerangka Teoritis

2.3.2 Pengembangan Hipotesis

2.3.2.1 Hubungan CSR terhadap Kepuasan Kerja

CSR seperti yang dijelaskan sebelumnya adalah konsep atau tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar dimana perusahaan berada. Penerapan CSR harus mampu menyeimbangkan berbagai kepentingan *stakeholder* yang ada dalam perusahaan, tidak hanya kepentingan *shareholder*, namun juga seluruh *stakeholder* internal dan eksternal termasuk karyawan (Lako, 2011). Tindakan perusahaan demi kepentingan *stakeholder* dapat memberikan emosi yang positif di antara karyawan, yaitu sebuah rasa bangga, antusias yang berlebih, dan kepuasan.

CSR dan kepuasan kerja terbukti adalah sebuah konsep multidimensi yang terlihat karena kepuasan kerja merupakan hasil dari keadaan kerja dan tingkat upah yang adalah bagian dari CSR internal. CSR eksternal yang dirasakan karyawan juga mempengaruhi rasa bangga karyawan menjadi bagian dari perusahaan (Sedlak, 2014).

Rahman *et al.* (2016) mengatakan bahwa karyawan dengan sikap positif dalam memandang CSR, mereka lebih merasa puas kepada perusahaan tempat ia bekerja dan merujuk pada rasa bangga mereka pada perusahaan. Sedangkan Ken (2014) dalam penelitiannya pada perusahaan di Australia menyatakan bahwa CSR berkorelasi positif pada kepuasan kerja karyawan yang secara langsung memiliki dampak pada perilaku karyawan, sehingga didapat persepsi bahwa semakin baik CSR diterapkan, maka semakin berkorelasi positif terhadap kepuasan kerja karyawan.

Pada penelitiannya, Kartini (2013) menyebutkan bahwa implementasi CSR salah satunya adalah pekerja sukarela (*Community Volunteering*) mampu meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Ketika perusahaan mampu mengimplementasikan CSR dengan tepat sasaran, maka akan dapat menimbulkan rasa kepuasan dari karyawan. Hal ini senada dengan penelitian Situmorang (2014) yang mengatakan bahwa baik CSR internal ataupun CSR eksternal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Hal ini terjadi sebab CSR dijadikan bentuk komitmen secara etis dalam upaya pemenuhan kebutuhan karyawan sehingga didapatkan rasa puas dari diri karyawan tersebut. Karyawan juga bisa melihat seberapa besar andil perusahaannya dalam memberikan dampak positif pada lingkungan dan masyarakat sekitar, hal ini bisa membangun persepsi positif karyawan yang berujung pada rasa puas dari karyawan.

H1: CSR berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja

2.3.2.2 Hubungan CSR terhadap Komitmen Karyawan

CSR sering dikaitkan dengan persepsi karyawan terhadap tanggung jawab perusahaan. Hal ini menarik pengaruh yang positif pada perilaku karyawan terhadap pekerjaannya dan berujung pada komitmen karyawan yang lebih tinggi tidak lagi sekadar untuk mendapatkan gaji. Karyawan akan merasa menjadi bagian yang utuh dan tak terpisahkan dari diri perusahaan tempat ia bekerja. Dampak CSR pada komitmen karyawan menjadi lebih besar ketika perusahaan berusaha mengabdikan diri dalam menciptakan nilai guna membangun budaya organisasinya berdasarkan nilai-nilai CSR dengan tentunya melibatkan karyawan dalam pelaksanaannya. Keikutsertaan karyawan ini akan mempengaruhi komitmen karyawan itu sendiri menjadi lebih kuat. Hal ini sejalan dengan penelitian

sebelumnya oleh Prutina (2016) bahwa persepsi karyawan yang berkaitan pada dimensi CSR memiliki hubungan positif pada komitmen karyawan, baik langsung ataupun tidak langsung.

Berdasarkan penelitian Ken (2014) pada perusahaan di Australia, bahwa persepsi atas CSR berhubungan positif pada komitmen organisasi karyawan yang berdampak pada perilaku karyawan, sehingga semakin baik persepsi atas CSR maka berkorelasi positif pada komitmen organisasi karyawan. Pada penelitian Huang (2016) juga didapat persepsi senada yaitu persepsi atas CSR dapat memperkuat komitmen organisasi karyawan yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini mengisyaratkan bahwa informasi praktik CSR tidak hanya menjadi kepentingan *stakeholder* eksternal saja, tetapi juga menjadi hal yang terkait dengan *stakeholder* internal yaitu karyawan secara efektif. Hamdani dan Awatara (2016) dalam penelitiannya juga mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh positif pada komitmen karyawan. Karyawan akan berkomitmen pada perusahaan jika mereka mengakui bahwa perusahaan tempat ia bekerja menerapkan CSR dengan baik (Raudaki dan Arslan, 2017)

H2: CSR berpengaruh positif terhadap komitmen karyawan

2.3.2.3 Hubungan CSR terhadap Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan adalah aset yang secara strategis berkaitan dengan penilaian dan evaluasi keberadaan perusahaan di mata masyarakat, menjadi lumrah jika semakin ramai perusahaan yang berupaya mengelola reputasi agar menjadi lebih baik di hadapan publik. Sumbangsih dari perusahaan kepada masyarakat dengan memberikan perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan

menjadi salah satu penentu terciptanya sebuah reputasi. Di dunia bisnis, Kita menamakannya sebagai CSR. Kebijakan CSR dapat menjadi sarana dalam menampung dan merealisasikan perhatian perusahaan kepada para *stakeholder*.

Perusahaan yang melaksanakan CSR akan mendapat dukungan luas serta pengakuan (legitimasi) dari *stakeholder* yang merasakan manfaat dari berbagai kegiatan yang telah mereka lakukan. CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan dalam jangka panjang. Ketika pihak-pihak tertentu menuduh perusahaan melakukan perilaku dan praktik yang tidak tepat, masyarakat akan memberikan pembelaan dan karyawan akan berdiri di belakang perusahaan untuk mempertahankan industrinya.

Pada penelitian Dantara dan Rahanatha (2015) menyebutkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hal ini didukung juga dalam penelitian Sugiarti (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif CSR terhadap reputasi perusahaan, apabila CSR terus ditingkatkan maka reputasi perusahaan akan semakin baik. Penelitian Moo Hur *et al.* (2014) juga menjelaskan hal yang senada bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

H3: CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan

2.3.2.4 Hubungan Komitmen Karyawan terhadap Kepuasan Kerja

Pada dasarnya, komitmen karyawan mencerminkan semangat kerja dari karyawan. Hal itu terjadi karena penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dimana dapat meningkatkan kesejahteraan *stakeholder* salah satunya karyawan.

Wujudnya adalah karyawan bersedia menyelesaikan tugas yang diberikan kepada

mereka secepatnya, serta bersedia menyelesaikan tugas yang kualitas dan kuantitasnya melebihi standar yang ditetapkan. Karyawan yang memiliki komitmen terhadap perusahaan akan meningkatkan efisiensi perusahaan dengan mencapai kinerja tinggi, meningkatkan kualitas kerja, serta mengurangi keterlambatan dan ketidakhadiran.

Karyawan yang puas dengan pekerjaannya dan memiliki komitmen terhadap perusahaan, cenderung bekerja sebaik mungkin untuk mencapai kinerja yang tinggi. Sedangkan karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya tetapi memiliki komitmen rendah cenderung bekerja dengan kemampuan yang terbatas, sehingga hasil kerja yang diperoleh tidak maksimal. Sementara itu, karyawan yang tidak puas dengan pekerjaannya tetapi tetap loyal kepada perusahaan cenderung menunjukkan kinerja yang paling rendah.

Pada penelitian Sianipar dan Haryanti (2014) dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara komitmen karyawan dan kepuasan kerja. Hasil penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Safitri (2013) yaitu adanya hubungan yang signifikan antara komitmen karyawan dan kepuasan kerja. Pada penelitian Wilandha dan Ratri (2012) juga menyatakan bahwa komitmen karyawan dan kepuasan kerja secara bersama-sama memberikan pengaruh secara signifikan.

H4: Komitmen karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja

2.3.2.5 Hubungan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Kerja

Reputasi perusahaan tidak hanya terkait dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Reputasi perusahaan yang positif dapat berdampak baik bagi karyawan. Sebagai bagian dari perusahaan, jika perusahaan dapat membangun

reputasi yang baik di masyarakat, sehingga perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, maka karyawan yang berhubungan langsung dengan perkembangan perusahaan juga akan merasa bangga dan puas, yang juga merupakan hasil dari kontribusinya terhadap perusahaan.

Citra perusahaan merupakan dasar pembentukan reputasi perusahaan yang baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan penelitian Alniacik *et al.* (2011) yang menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Sejalan dengan Alniacik *et al.* (2011), Tanwar dan Prasad (2016) juga menunjukkan dalam penelitiannya bahwa reputasi perusahaan mempengaruhi kepuasan kerja dan merupakan faktor terpenting kedua dalam reputasi perusahaan. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus berupaya untuk mengembangkan dan mengkomunikasikan reputasi perusahaan yang positif di antara karyawan dan tim eksternal guna mendapatkan umpan balik yang positif dari karyawan dan *stakeholder* lainnya.

H5: Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja

2.3.2.6 Hubungan CSR dan Komitmen Karyawan terhadap Kepuasan Kerja

CSR dapat menjadi pendorong pembentukan komitmen karyawan yang positif dan komitmen perusahaan yang baik. Perusahaan yang memiliki rasa tanggung jawab sosial yang penuh akan mencerminkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Hal tersebut akan menarik respon positif dari karyawan karena secara tidak langsung dapat berperan serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Respon positif karyawan dapat

ditunjukkan dengan berjanji akan terus mendukung perusahaan dalam menciptakan proses bisnis yang ramah lingkungan.

Komitmen karyawan yang tercipta dari adanya CSR akan sejalan dengan kepuasan karyawan. Praktik CSR dan pengungkapan yang lengkap di dalam perusahaan dapat membentuk komitmen karyawan dan kemudian meningkatkan kepuasan kerja. Semakin banyak hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan karyawannya, semakin puas pula karyawan tersebut karena telah menjadi bagian dari perusahaan. Jika karyawan dapat menjaga komitmennya selama mereka berpartisipasi dalam semua aktivitas perusahaan, maka semangat kerja akan terbangun dan keinginan untuk berhenti bekerja berkurang.

Penelitian Fauzi (2019) mengatakan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan ketika dimediasi oleh komitmen organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen organisasi telah berhasil (secara parsial) memediasi pengaruh CSR terhadap kepuasan karyawan. Apabila komitmen organisasi meningkat karena atau disebabkan oleh CSR yang dijalankan perusahaan, maka semestinya hal itu dapat pula meningkatkan kepuasan karyawan.

H6: CSR berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh komitmen karyawan

2.3.2.7 Hubungan CSR dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Kerja

Alniacik *et al.* (2011) menemukan dalam studi eksperimental bahwa seseorang lebih mungkin mencari pekerjaan di perusahaan dengan informasi CSR yang positif. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa karyawan dan calon karyawan sangat mendukung penerapan konsep CSR di perusahaan karena mereka

yakin bahwa perusahaan dengan rencana CSR yang baik dan relevan dapat digunakan sebagai pendukung untuk meningkatkan taraf hidupnya. CSR dianggap menjadi faktor dalam membentuk reputasi perusahaan dan juga dapat menarik calon karyawan. Ketika karyawan yakin bahwa perusahaannya mampu memenuhi kewajiban atau tanggung jawabnya kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan CSR, mereka cenderung mengasosiasikan citra yang baik dengan perusahaan, sehingga berdampak positif pada identitas sosialnya dan meningkatkan pekerjaannya.

Pada penelitian Fauzi (2019) dikemukakan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan ketika dimediasi oleh citra perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa citra perusahaan berhasil memediasi pengaruh CSR terhadap kepuasan karyawan (secara parsial). Apabila citra perusahaan meningkat karena atau disebabkan oleh CSR yang dijalankan perusahaan, maka semestinya hal itu dapat pula meningkatkan kepuasan karyawan.

H7: CSR berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh reputasi perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

3.1.1 Populasi Penelitian

Sekaran and Bougie (2013) mendefinisikan populasi sebagai sekelompok orang, peristiwa, atau hal-hal yang menarik bagi peneliti untuk dipelajari. Dengan kata lain, populasi adalah semua anggota yang dimasukkan untuk menguji hipotesis atau seluruh kumpulan pusat perhatian peneliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Indonesian CSR Awards* (ICA) 2020 sebagai populasi. ICA 2020 adalah penghargaan yang digelar setiap tiga tahun sekali oleh *Corporate Forum for Community Development* (CFCD) bekerja sama dengan Badan Standarisasi Nasional (BSN) dan Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia untuk memberikan apresiasi terhadap kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia dengan berpedoman pada ISO 26000. Dari 39 perusahaan diambil 1 yang memperoleh penghargaan tertinggi *Platinum Awards* yaitu PT Toba Pulp Lestari Tbk. sebagai objek penelitian.

3.1.2 Sampel Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2016:237) sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu desain sampling dimana elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang

sama bagi setiap unsur atau anggota populasi dipilih untuk menjadi sampel (Sekaran dan Bougie, 2013:252). Dalam penelitian ini teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2013:252) *purposive sampling* adalah desain terbatas untuk orang-orang spesifik yang dapat memberikan informasi yang diperlukan karena hanya mereka yang memiliki informasi atau memenuhi kriteria yang ditetapkan penelitian. Pemilihan sekumpulan subjek dalam *purposive sampling* didasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap berkaitan erat dengan karakteristik populasi yang diketahui sebelumnya. Karakteristik atau kriteria dalam pemilihan sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Karyawan PT Toba Pulp Lestari Tbk. berstatus tetap.
- b. Minimal sudah bekerja selama 3 bulan pada PT Toba Pulp Lestari Tbk.

Dengan menggunakan rumus dari Slovin (1960) penetapan sampel yang digunakan yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$= \frac{1200}{1 + 1200 (0,05)^2}$$

$$= 300 \text{ responden}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel (responden)

N = ukuran populasi atau jumlah elemen dalam populasi

e = tingkat signifikansi yang telah ditentukan

Ukuran populasi sebanyak 1200 orang karyawan didapatkan dari Catatan Atas Laporan Keuangan Interim PT Toba Pulp Lestari Tbk. untuk periode yang berakhir pada tanggal 30 September 2020.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah data primer.

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), data primer merupakan data yang lebih mengacu pada informasi yang didapatkan dari sumber utama (*first-hand*) melalui survei, wawancara, *focus group*, atau observasi. Data didapatkan dari responden yang merupakan karyawan PT. Toba Pulp Lestari Tbk. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan kuesioner melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi atau data dari responden.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert untuk setiap pertanyaan.

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), skala likert merupakan skala yang dirancang untuk menilai seberapa besar sikap setuju responden terhadap sebuah pernyataan.

Skala likert yang digunakan pada penelitian ini dengan penilaian sebagai berikut:

Tabel 1
Skala Pengukuran

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3

Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2021)

Proses penyebaran kuesioner dilakukan dengan memberikan kuesioner terhadap responden menggunakan bantuan aplikasi *google form*. Aplikasi ini berguna untuk penyebaran kuesioner dengan cepat dan luas melalui tautan yang didistribusikan ke responden. Melalui *google form* memudahkan peneliti untuk mengumpulkan semua data yang diperlukan dalam waktu yang relatif singkat.

3.3 *Pilot Test* (Uji Alat Ukur Penelitian)

Pilot test (studi pendahuluan) dilakukan untuk memastikan instrumen penelitian layak untuk digunakan (Herdiansyah, 2010). Sebelum melakukan penelitian, dirasa perlu untuk menyebarkan kuesioner kepada beberapa responden untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut baik dan layak atau tidak. Secara umum, jumlah responden yang diuji adalah sebanyak 30 (Arikunto, 2013). Uji ini diperlukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian sudah memenuhi standar validitas dan reliabilitas.

3.3.1 Uji Validitas

Menurut Uma Sekaran (2013:225) validitas adalah suatu cara untuk menguji suatu instrumen yang mempunyai konsep langkah-langkah tertentu yang bertujuan untuk mengukur variabel tertentu. Oleh karena itu, data yang valid adalah data yang tidak memiliki perbedaan antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian.

Dalam program SPSS, teknik pengujian yang sering digunakan untuk menguji validitas adalah korelasi *Bivariate Pearson* dan *Corrected Item-Total*

Correlation. Dalam penelitian ini, digunakan *Bivariate Pearson* untuk pengujian validitas. Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan uji 2 sisi (*two-tailed*)
2. jika r hitung $>$ r tabel maka item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid
3. jika r hitung $<$ r tabel maka item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid
4. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika tingkat signifikansinya $\leq 0,05$
5. Jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r tabel sebesar 0,3610

3.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Uma Sekaran (2013:225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut. Apabila instrumen selalu menghasilkan hasil yang sama untuk setiap pengukuran, maka data pengukuran dari skala atau instrumen dan data hasilnya disebut reliabel (Ferdinand, 2014).

Dalam penelitian ini, *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas setiap variabel. Peneliti menggunakan uji *Cronbach's Alpha* karena teknik ini merupakan teknik uji reliabilitas kuesioner yang paling umum digunakan dan dengan melakukan uji *Cronbach's Alpha* akan terdeteksi indikator yang tidak

konsisten. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau konsisten
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner dapat dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel menurut Sekaran dan Bougie (2016) adalah apapun yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Menurut Winarno (2013), variabel dibagi jenisnya berdasarkan kedudukannya dalam suatu penelitian. Dalam suatu penelitian yang mempelajari hubungan sebab-akibat antar variabel, dapat diidentifikasi beberapa jenis variabel, yaitu: variabel dependen, variabel independen, variabel moderator, variabel kontrol, dan variabel mediasi. Pada penelitian ini menggunakan variabel dependen, variabel independen, dan variabel mediasi.

3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi variabel dependen atau variabel terikat, baik secara positif atau negatif (Sekaran & Bougie, 2016). Pada penelitian ini, variabel independen adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel CSR pada penelitian ini diukur oleh variabel indikator berupa skala likert 1 sampai dengan 5 yang terdiri dari beberapa indikator yang tertuang dalam kuesioner.

3.4.2 Variabel Dependen

Menurut Sekaran dan Bougie (2013:69) variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Variabel ini disebut sebagai variabel terikat karena variabel ini dipengaruhi dan terikat oleh variabel independen.

Variabel dependen pada penelitian ini adalah *Job Satisfaction* (Kepuasan Kerja).

Variabel kepuasan kerja pada penelitian ini diukur oleh variabel indikator berupa skala likert 1 sampai dengan 5 yang terdiri dari beberapa indikator yang tertuang dalam kuesioner.

3.4.3 Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang muncul antara saat variabel bebas mulai mempengaruhi variabel terikat dan pada saat pengaruh variabel bebas terasa pada variabel terikat (Sekaran & Bougie, 2016). Pada penelitian ini terdapat 2 variabel mediasi yaitu *Employee Commitment* (Komitmen Karyawan) dan *Firm Reputation* (Reputasi Perusahaan). Variabel ini diukur oleh variabel indikator berupa skala likert 1 sampai dengan 5 yang terdiri dari beberapa indikator yang tertuang dalam kuesioner.

Tabel 2

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pertanyaan	Indikator	Data
1.	CSR Tsourvakas dan Yfantidao (2017)	1. Saya percaya bahwa perusahaan saya akan mencoba untuk mengurangi dampak lingkungan.	CSR1	Ordinal
2. Saya percaya bahwa perusahaan saya bertanggung jawab secara sosial.		CSR2	Ordinal	
3. Saya bangga pada upaya dari perusahaan saya untuk menuju keberlanjutan.		CSR3	Ordinal	

		4. Saya percaya bahwa perusahaan saya bertindak adil kepada konsumen	CSR4	Ordinal
		5. Perusahaan mempunyai definisi yang jelas untuk nilai dan aturannya.	CSR5	Ordinal
		6. Karyawan di sini didorong untuk berpartisipasi pada kegiatan masyarakat lokal.	CSR6	Ordinal
2.	Kepuasan Kerja Hargono (2013)	1. Saya merasa perusahaan sudah memberikan gaji karyawan sesuai dengan standart yang berlaku.	KK1	Ordinal
		2. Saya menerima kenaikan gaji berdasarkan prestasi kerja dan tanggung jawab saya terhadap pekerjaan.	KK2	Ordinal
		3. Saya merasa senang karena penghasilan dari pekerjaan saat ini dapat mencukupi kebutuhan hidup setiap hari.	KK3	Ordinal
		4. Saya senang bekerja dengan rekan kerja yang memberikan dukungan yang cukup kepada saya	KK4	Ordinal
		5. Saya senang bekerja dengan rekan kerja yang dapat menciptakan suasana kerja yang harmonis satu dengan lainnya	KK5	Ordinal
		6. Saya senang dengan pekerjaan saat ini karena sesuai dengan kemampuan saya	KK6	Ordinal
		7. Saya senang karena pekerjaan saya didukung dengan fasilitas yang diberikan perusahaan.	KK7	Ordinal
		8. Saya senang bekerja di sini karena aktivitas perusahaan yang ramah lingkungan	KK8	Ordinal
3.	Komitmen Karyawan Oskar (2012)	1. Saya merasa menjadi “bagian dari keluarga” perusahaan ini.	KOKA1	Ordinal
		2. Saya merasa terikat secara emosional dengan perusahaan ini.	KOKA2	Ordinal
		3. Perusahaan ini sangat berarti bagi saya.	KOKA3	Ordinal
		4. Saya merasa memiliki “ <i>sense of belonging</i> ” terhadap perusahaan ini.	KOKA4	Ordinal

4.	Reputasi Perusahaan Barakat dan Isabella (2016)	5. Saya sangat berat untuk meninggalkan perusahaan sekarang, sekalipun saya menginginkannya.	KOKA5	Ordinal
		6. Saat ini, bekerja di perusahaan ini merupakan kebutuhan yang saya inginkan.	KOKA6	Ordinal
		7. Saya yakin bahwa saya memiliki beberapa pilihan dalam mempertimbangkan keluar dari perusahaan ini.	KOKA7	Ordinal
		8. Salah satu konsekuensi meninggalkan perusahaan ini adalah minimnya alternatif lain.	KOKA8	Ordinal
		1. Saya percaya bahwa perusahaan ini peduli terhadap kualitas hidup karyawannya.	RP1	Ordinal
		2. Perusahaan ini memberikan kontribusi untuk meningkatkan komunitas dan lingkungan.	RP2	Ordinal
		3. Saya bangga bercerita kepada teman dan relasi saya, bahwa saya berkerja di perusahaan ini.	RP3	Ordinal
		4. Saya percaya bahwa perusahaan ini melayani kebutuhan pemasok, karyawan, dan pemegang saham secara merata.	RP4	Ordinal
		5. Perusahaan ini memberikan kepada pelanggan apa yang dijanjikannya dengan kualitas yang tinggi.	RP5	Ordinal
		6. Masyarakat dari segala usia, ras, warna, dan jenis kelamin diperlakukan dengan keadilan dan rasa hormat yang sama di perusahaan ini.	RP6	Ordinal
		7. Bekerja di perusahaan ini memberi keamanan dan ketenangan bagi saya dan keluarga saya.	RP7	Ordinal
		8. Saya sadar dan saya setuju dengan tujuan perusahaan.	RP8	Ordinal

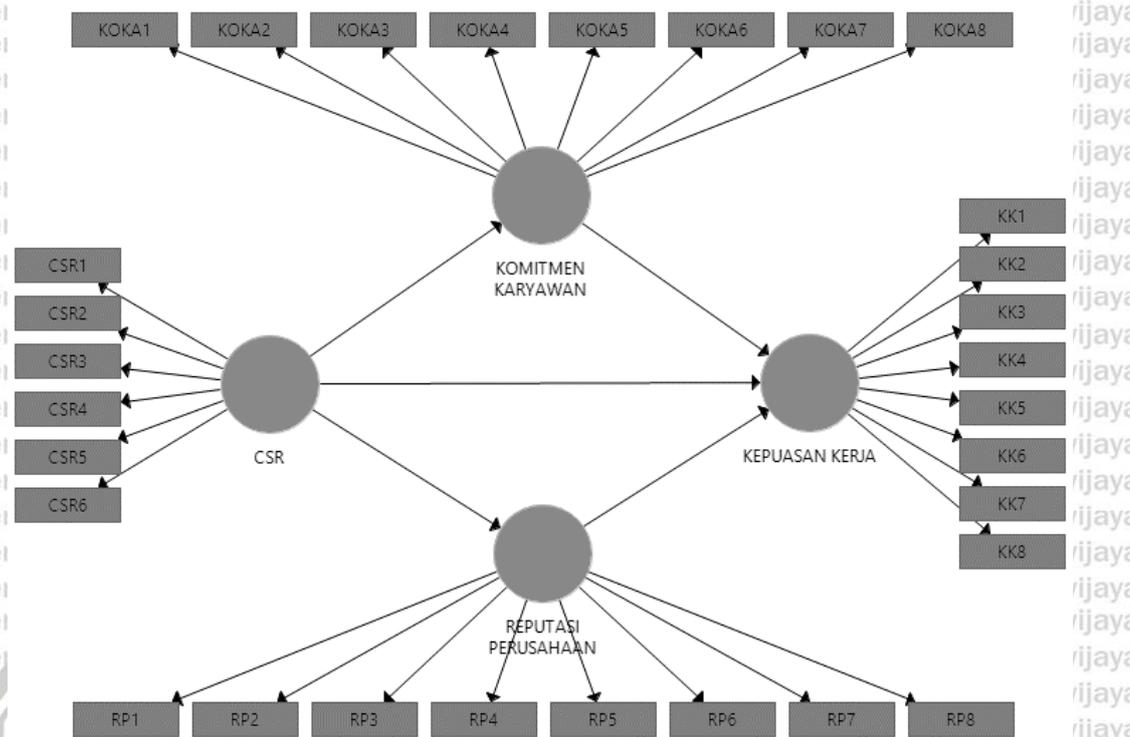
Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2021)

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS). Menurut Noor (2014:108), SEM merupakan teknik statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik, biasanya dalam bentuk model sebab-akibat. Menurut Haryono dan Wardoyo (2012:3) metode SEM merupakan pengembangan dari analisis jalur dan regresi berganda yang keduanya merupakan bentuk model analisis multivariat yang dapat menganalisis data secara lebih komprehensif. Jenis SEM dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu SEM berbasis *covariance* atau *Covariance Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) dan SEM berbasis varian atau komponen / *Variance or Component Based SEM* (VB-SEM) yang meliputi *Partial Least Square* (PLS) dan *Generalized Structural Component Analysis* (GSCA).

Program yang digunakan dalam analisis SEM pada penelitian ini adalah PLS (*Partial Least Square*). PLS adalah suatu teknik statistik multivariat yang bisa untuk menangani banyak variabel respon serta variabel eksplanatori sekaligus. PLS merupakan alat untuk menguji model prediksi karena memiliki keunggulan dibandingkan alat uji SEM lainnya, yaitu tidak mendasarkan pada berbagai asumsi, dapat digunakan untuk memprediksi model dengan landasan teori yang lemah, dapat digunakan pada data yang mengalami asumsi klasik (seperti tidak berdistribusi normal).

Berikut ini adalah model penelitian yang dikembangkan peneliti melalui SEM PLS:



Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 2

Model Penelitian

3.5.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Abdillah dan Hartono (2015:188) model pengukuran merupakan model yang menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Model pengukuran adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur validitas dan reliabilitas data. Terdapat dua uji yang digunakan pada *outer model*, yaitu:

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan kemampuan alat penelitian untuk mengukur apa yang harus diukur dari konsep penelitian. Validitas variabel

dapat dievaluasi dengan uji validitas konvergen dan validitas diskriminan, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

a. Uji Validitas Konvergen

Menurut Abdillah dan Hartono (2015:206), uji validitas konstruk secara umum dapat diukur dengan parameter skor loading di model penelitian (*Rule of Thumbs* > 0,7) dan menggunakan parameter AVE (*Average Variance Extracted*), *Communality*, R2 dan *Redudancy*. Skor AVE harus > 0,5, *Communality* > 0,5, dan *Redudancy* mendekati 1. Jika skor loading < 0,5, indikator ini dapat dihapus dari konstruknya karena indikator ini tidak termuat ke konstruk yang mewakilinya. Jika skor loading antara 0,5 – 0,7, sebaiknya peneliti tidak menghapus indikator yang memiliki skor loading tersebut sepanjang skor AVE dan *Communality* indikator tersebut > 0,5.

AVE dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \epsilon_i}$$

Keterangan:

Σ = jumlah keseluruhan

λ_i = *standardized loading factors* (muatan faktor standar)

ϵ_i = kesalahan (error)

b. Uji Validitas Diskriminan

Menurut Abdillah dan Hartono (2015:74), untuk uji validitas diskriminan, parameter yang diukur adalah dengan melihat *score cross loading*. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal itu menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, dalam PLS juga dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Uji reliabilitas dalam PLS dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Untuk dapat dikatakan suatu konstruk reliabel, Abdillah dan Hartono (2015:207) menyebutkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* harus $> 0,6$ dan nilai *Composite reliability* harus $> 0,7$.

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \epsilon_i}$$

Keterangan:

Σ = jumlah keseluruhan

λ_i = standardized loading factors (muatan faktor standar)

ϵ_i = kesalahan (error)

3.5.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model menurut Abdillah dan Hartono (2015:188) merupakan model struktural yang menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan substansi teori. Model struktural dalam smartPLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien *path* atau *t-value* tiap *path* untuk uji signifikan antar konstruk dalam model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Adapun skor atau nilai T-statistik, harus lebih dari 1,96.

3.5.3 Analisis Pengaruh Mediasi

Pengaruh mediasi diuji ketika diduga bahwa terdapat variabel mediasi di antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan kata lain, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak terjadi secara langsung, tetapi terjadi melalui proses transformasi yang diwakili oleh variabel mediasi (Baron *et al.*, 1986) (dalam Abdillah dan Hartono, 2015:230). Untuk menguji pengaruh tidak langsung terdapat beberapa tahapan yaitu:

1. Tahap pertama: Uji pengaruh utama (pengaruh variabel independen pada variabel dependen) harus signifikan.
2. Tahap kedua: Uji variabel independen pada variabel mediasi (intervening) yang harus signifikan.

3. Tahap ketiga: Uji pengaruh utama dan variabel mediasi terhadap variabel dependen secara bersamaan (simultan), diharapkan pengaruh utama tidak signifikan.

Jika ketiga ketentuan di atas terpenuhi, pengujian pengaruh mediasi disebut pengaruh mediasi penuh (*fully mediating*). Sedangkan jika kondisi ketiga tidak dapat dipenuhi, maka pengaruh mediasi disebut mediasi parsial (*partial mediating*), dalam artian pengujian simultan pengaruh utama (pengaruh independen terhadap dependen) adalah signifikan.

Dalam penelitian ini, teknik SEM PLS digunakan untuk menguji pengaruh mediasi, karena memiliki model atau asumsi model yang kompleks, sehingga teknik regresi tidak signifikan. Dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 3.2.9, pengujian pengaruh mediasi dapat dilihat melalui output SmartPLS 3.2.9 pada tabel *Total Effect* dengan menggunakan *bootstrapping*. Alasannya bukan hanya untuk menguji pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen, tetapi juga untuk menguji hubungan tidak langsung antara variabel independen dengan variabel dependen melalui variabel mediasi, sehingga total efek digunakan untuk mengamati efek total prediksi (Efek langsung dan tidak langsung).

Namun perlu diingat bahwa meskipun PLS merupakan teknik SEM yang dapat menguji baik model pengukuran maupun model struktural pada saat yang sama, untuk menguji efek mediasi, PLS tetap harus mengikuti aturan Baron dan Kenney (1986) yang menyebutkan bahwa jika pengaruh utama (pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen) signifikan, pengaruh mediasi dapat dicapai. Jika ini tidak terjadi, pengujian pengaruh mediasi tidak dapat dilanjutkan.

BAB IV**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****4.1 Hasil Penelitian****4.1.1 Latar Belakang Instiusional Obyek Penelitian****4.1.1.1 Gambaran Umum PT Toba Pulp Lestari Tbk.**

PT Toba Pulp Lestari Tbk (Perseroan) didirikan dalam rangka Undang-Undang Penanaman Modal Dalam Negeri No. 6 tahun 1968 jo. Undang-Undang No.12 tahun 1970 berdasarkan akta No. 329 tanggal 26 April 1983 dari Misahardi Wilamarta, SH, notaris di Jakarta. Akta pendirian tersebut mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam surat keputusannya No. C2-5130.HT01-01 TH.83 pada tanggal 26 Juli 1983, kemudian diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 97 pada tanggal 4 Desember 1984, Tambahan No. 1176. Status Perseroan selanjutnya berubah menjadi Penanaman Modal Asing dan telah mendapat persetujuan Presiden dalam surat keputusan No. 07/V/1990 tanggal 11 Mei 1990 yang diterbitkan oleh Ketua Badan Koordinasi Penanaman Modal.

Sesuai dengan pasal 3 Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah melaksanakan kegiatan usaha Industri Pulp dan Bahan Kimia untuk menunjang industri pulp tersebut (termasuk namun tidak terbatas pada klorin dioksida, klorin, asam klorida, kostik, nitrogen, oksigen, dan sulfur dioksida), Pengusahaan Hutan Tanaman (meliputi Pengusahaan Hutan Ekaliptus, Pengusahaan Pembibitan Tanaman Ekaliptus, Pengusahaan Hutan Lainnya, dan

Pengusahaan Pembibitan Tanaman Kehutanan Lainnya), Industri Barang Dari Kayu (termasuk namun tidak terbatas pada industri primer hasil hutan kayu berupa pengolahan kayu bulat menjadi serpih kayu (*wood chips*) dan barang-barang dari kayu lainnya yang belum tercakup sebelumnya), Perdagangan Besar Bahan dan Barang Kimia Dasar, Aktivitas *Bounded Warehousing* atau Wilayah Kawasan Berikat, baik Kawasan Berikat yang berada dalam satu hamparan maupun Kawasan Berikat di luar hamparan, khusus untuk kegiatan Perusahaan yang berkaitan dengan usaha-usaha tersebut di atas, serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk mendukung kegiatan usaha tersebut di atas, termasuk namun tidak terbatas pada segala kegiatan usaha lain untuk mendukung bahan baku dan operasional kegiatan usaha tersebut di atas serta pemasaran atas hasil produksi seluruh kegiatan usaha Perusahaan.

Dalam menjalankan bisnisnya, Perseroan berkomitmen untuk pembangunan berkelanjutan yang bertanggung jawab dan di semua lokasi operasional dan menghilangkan penebangan hutan dari rantai pasokan dengan mengimplementasikan praktik-praktik terbaik di bidang sosial, lingkungan, dan bisnis dengan tujuan menjadi rekan bisnis yang baik dan bertanggung jawab dalam komunitas lokal, nasional, dan global. Kebijakan kelestarian ini mencakup perlindungan dan konservasi hutan dengan mendukung konservasi inisiatif, konservasi keanekaragaman, dan karbon. Mendukung masyarakat lokal dengan program CSR secara proaktif terutama pengembangan bisnis kewirausahaan desa dan sistem pertanian. Menghormati hak masyarakat adat dan komunitas, produksi bersih melalui pengurangan emisi dan mengontrol air limbah buangan. Praktik yang bertanggung jawab di tempat kerja, kepatuhan hukum dan berpartisipasi dalam skema sertifikasi pengelolaan hutan lestari, mempertahankan sertifikasi sistem

verifikasi legalitas kayu (SVLK), kebijakan tanpa bakar dan implementasi sistem lacak balak. Komitmen lainnya adalah tata kelola perusahaan yang baik, verifikasi dan transparansi dengan mempertahankan Tim Independen untuk memastikan transparansi pelaksanaan kebijakan kelestarian perusahaan, mekanisme keluhan yang responsif dan transparan, serta bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mendukung pembangunan hutan lestari.

4.1.1.2 CSR PT Toba Pulp Lestari Tbk.

1. CSR Terhadap Lingkungan Hidup

a. Penggunaan material dan energi yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang.

- Menggunakan 100% energi terbarukan untuk menghasilkan energi listrik.
- Proses pemutihan di unit *Bleaching* menggunakan sistem ECF (*Elemental Chlorine Free*), tidak menggunakan *chlorine*.

b. Sistem pengolahan limbah.

- Limbah cair dikelola dengan menggunakan fasilitas pengolahan air limbah (IPAL/Instalasi Pengolahan Air Limbah);
- Limbah padat (B3) dikelola dengan cara pemanfaatan dan penimbunan di lokasi *landfill*, serta limbah campuran yang tidak dapat dikelola Perseroan dikirim kepada pihak ketiga yang telah memperoleh izin pengelolaan dari pihak terkait;
- Limbah gas dikelola dengan adanya fasilitas pengelolaan udara antara lain ESP (*elektrostatic precipitator*), *scrubber* dan *incinerator*.

2. CSR Terhadap Ketenagakerjaan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja

Salah satu asas yang dipegang oleh Perseroan adalah bahwa karyawan adalah aset penting dari Perseroan yang menjadi katalisator dalam pencapaian kinerja Perseroan. Dalam setiap proses perekrutan tenaga kerja, Perseroan selalu mengutamakan tenaga kerja lokal yang memenuhi kriteria dan melalui proses seleksi yang dilakukan oleh Perseroan untuk menempati posisi yang dibutuhkan.

Kemudian informasi perekrutan tenaga kerja ini akan diumumkan di kantor Kepala Desa di sekitar operasional Perseroan berada. Perekrutan tenaga kerja tidak membedakan gender, namun untuk tingkat pendidikan selalu disesuaikan dengan syarat minimal pendidikan di jabatan tersebut. Dengan demikian Perseroan selalu mengupayakan kesetaraan gender dan mengutamakan pendidikan dalam perekrutan karyawan.

Untuk memenuhi tanggung jawabnya di bidang K3, Perseroan mewajibkan setiap karyawan yang baru bergabung untuk mengikuti pelatihan keselamatan kerja selama dua hari. Setelah itu karyawan akan diberikan alat pelindung diri (APD) *Safety Shoes* dan *Helmet* sebagai alat pelindung diri standar. Sedangkan untuk karyawan yang akan tergabung ke bagian operasional akan diberikan tambahan alat pelindung diri untuk digunakan sesuai dengan jenis pekerjaannya.

Untuk mempersiapkan karyawan pengganti, Perseroan telah merekrut karyawan-karyawan baru, terutama yang masih baru tamat kuliah, selalu mengikuti pelatihan di ruang kelas maupun di area guna meningkatkan pengetahuan kerja dan skill. Karyawan sudah bekerja juga selalu diikutsertakan dalam pelatihan sesuai dengan kebutuhannya di masing-masing departemen yang bertujuan untuk

mengurangi kelemahannya dan juga untuk menghasilkan karyawan yang andal.

Pelatihan tersebut disusun dalam bentuk TRE (*Training Requirement Evaluation*) dan IDP (*Individual Development Plan*).

Perseroan juga memiliki mekanisme di dalam hal pengaduan masalah tenaga kerja, hal ini sebagaimana diatur di dalam PKB (Perjanjian Kerja Bersama) yang selalu diimplementasikan pada setiap proses perekrutan karyawan baru.

3. CSR Terhadap Pengembangan Sosial Dan Kemasyarakatan

a. Pendidikan dan Kebudayaan

Perseroan turut mendukung peningkatan kualitas sumber daya manusia di sekitar operasional Perseroan. Perseroan memberikan beasiswa kepada para siswa yang kurang beruntung, tetapi memiliki prestasi. Beasiswa diberikan dengan memenuhi beberapa kriteria seperti pendapatan orangtua, jumlah saudara kandung yang sama-sama tengah menempuh studi, pengeluaran, dan biaya hidup. Perseroan juga turut andil dalam pembangunan gedung dan pengadaan fasilitas PAUD, SD, dan SMP di beberapa Kabupaten di sekitar operasional Perseroan.

b. Kesehatan

Bidang kesehatan merupakan salah satu fokus CSR Perseroan. Adapun program yang dilaksanakan antara lain:

- Pengadaan peralatan kesehatan di Pos Kesehatan Desa, Puskesmas dan Rumah Sakit Umum di beberapa Kecamatan di sekitar operasional Perusahaan;

- Pembangunan/renovasi gedung Poskesdes & Puskesmas di beberapa Kecamatan di sekitar operasional Perusahaan;

- Bantuan kegiatan senam dan pemeriksaan kesehatan kelompok Lansia

c. Investasi Sosial (Infrastruktur, Sanitasi, Penyediaan Sarana Air Bersih)

Program CSR bidang investasi sosial, fokus pada pembangunan sarana dan prasarana ruang publik. Pembangunan saluran air bersih dan pipanisasi mempermudah akses masyarakat ke sumber air sebagai kebutuhan sehari-hari.

Untuk memudahkan akses jalan masyarakat desa, maka dibangun rabat beton di desa. Selain itu untuk meningkatkan hasil panen pertanian khususnya tanaman padi, maka dibangun saluran irigasi.

d. Penciptaan Lapangan Kerja dan Pengembangan Keterampilan

Program ini dilaksanakan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

Perseroan melakukan pendampingan langsung dalam pengembangan ekonomi masyarakat seperti Budidaya Tanaman Kopi, Penerapan Tanam Padi Jajar Legowo, dan Pengembangan Kripik Andaliman. Pelatihan pembuatan kompos juga diberikan oleh Perseroan di beberapa desa di sekitar operasional Perseroan. Di bidang peternakan dan perikanan, Perseroan memberi bantuan ternak babi bergulir dan perbaikan kolam Balai Benih Ikan di beberapa Kabupaten di sekitar operasional Perseroan.

e. Lingkungan

Perseroan memberikan perhatian untuk kelestarian dan kebersihan lingkungan. Adapun kegiatan perseroan dalam bidang Lingkungan adalah bantuan biaya pengangkutan sampah, pengadaan 1000 pcs tong sampah, dan bantuan

pengadaan mesin pemotong rumput di beberapa Kabupaten di sekitar operasional Perseroan.

f. Bidang *Employee Voluntary*

Perseroan bersama masyarakat melaksanakan kebersihan lingkungan sekitar tempat tinggal masyarakat. Program CSR bekerjasama dengan Pemerintah Desa untuk membersihkan lingkungan dan pengecatan gedung kantor kepala desa dan rumah ibadah.

4. CSR Terhadap Produk

Tanggung Jawab Sosial Perseroan terhadap produk merupakan salah satu komitmen Perseroan yang juga tercantum dalam Kebijakan Kelestarian Perseroan, dimana sumber bahan baku dari industri pulp berasal dari sumber yang dipastikan telah melampaui kepatuhan hukum untuk mencapai Pengelolaan Hutan Lestari.

4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas *Pilot Test*

Pilot test digunakan untuk menguji keefektifan kuesioner melalui uji validitas dan reliabilitas data. Pada tahap *pilot test* ini, peneliti memberikan kuesioner yang berisikan pertanyaan kepada 30 orang responden yang berstatus karyawan tetap suatu perusahaan.

4.1.2.1 Uji Validitas

Uji validitas pada *pilot test* ini menggunakan analisis *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) dengan SPSS versi 24. Nilai r hitung dari hasil uji dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel di cari dengan signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (two-tailed) dengan jumlah responden sebanyak 30 responden, dan di dapat r tabel sebesar **0,3610**. Hasil uji validitas masing-masing indikator variabel dalam

kuesioner menunjukkan r hitung memiliki nilai lebih besar dari r tabel, oleh karena itu seluruh indikator dalam kuesioner dikatakan valid.

Tabel 3
Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel *Corporate Social Responsibility*

	Korelasi Bivariate Pearson (r hitung)	r tabel	Keterangan
CSR1	0,792821	0,3610	VALID
CSR2	0,876226	0,3610	VALID
CSR3	0,897488	0,3610	VALID
CSR4	0,721543	0,3610	VALID
CSR5	0,787464	0,3610	VALID
CSR6	0,682948	0,3610	VALID

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)

Tabel 4
Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja

	Korelasi Bivariate Pearson (r hitung)	r tabel	Keterangan
KK1	0,649762	0,3610	VALID
KK2	0,819583	0,3610	VALID
KK3	0,717445	0,3610	VALID
KK4	0,632732	0,3610	VALID
KK5	0,662881	0,3610	VALID
KK6	0,678259	0,3610	VALID
KK7	0,758847	0,3610	VALID
KK8	0,857606	0,3610	VALID

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)

Tabel 5
Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Karyawan

	Korelasi Bivariate Pearson (r hitung)	r tabel	Keterangan
KOKA1	0,712420	0,3610	VALID
KOKA2	0,790179	0,3610	VALID
KOKA3	0,669287	0,3610	VALID
KOKA4	0,798286	0,3610	VALID
KOKA5	0,587562	0,3610	VALID

KOKA6	0,841337	0,3610	VALID
KOKA7	0,677291	0,3610	VALID
KOKA8	0,753753	0,3610	VALID

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)

Tabel 6

Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Perusahaan

	Korelasi <i>Bivariate Pearson</i> (<i>r</i> hitung)	<i>r</i> tabel	Keterangan
RP1	0,825638	0,3610	VALID
RP2	0,908251	0,3610	VALID
RP3	0,799549	0,3610	VALID
RP4	0,851907	0,3610	VALID
RP5	0,892727	0,3610	VALID
RP6	0,869254	0,3610	VALID
RP7	0,946563	0,3610	VALID
RP8	0,871942	0,3610	VALID

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)

4.1.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada *pilot test* ini menggunakan analisis *Cronbach's Alpha*, datanya diolah menggunakan SPSS versi 24. Peneliti melakukan *pilot test* terhadap 30 responden dan hasilnya secara keseluruhan menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian adalah reliabel. Hal ini didasarkan pada nilai *Cronbach's Alpha* dari keempat variabel (CSR, KK, KOKA, dan RP) penelitian ini berada di atas 0,6. Berikut ringkasan hasil dari uji reliabilitas dengan SPSS 24:

Tabel 7

Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	0,868443	RELIABEL
Kepuasan Kerja (KK)	0,863303	RELIABEL

Komitmen Karyawan (KOKA)	0,868256	RELIABEL
Reputasi Perusahaan (RP)	0,951784	RELIABEL

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)

4.1.3 Distribusi Frekuensi Demografi

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui jumlah responden yang digunakan sebagai sampel penelitian berdasarkan profil responden yaitu antara lain meliputi jenis kelamin, usia, masa bekerja, bidang kerja, dan pendidikan terakhir. Data diolah dengan menggunakan *frequencies* dari SPSS versi 24.

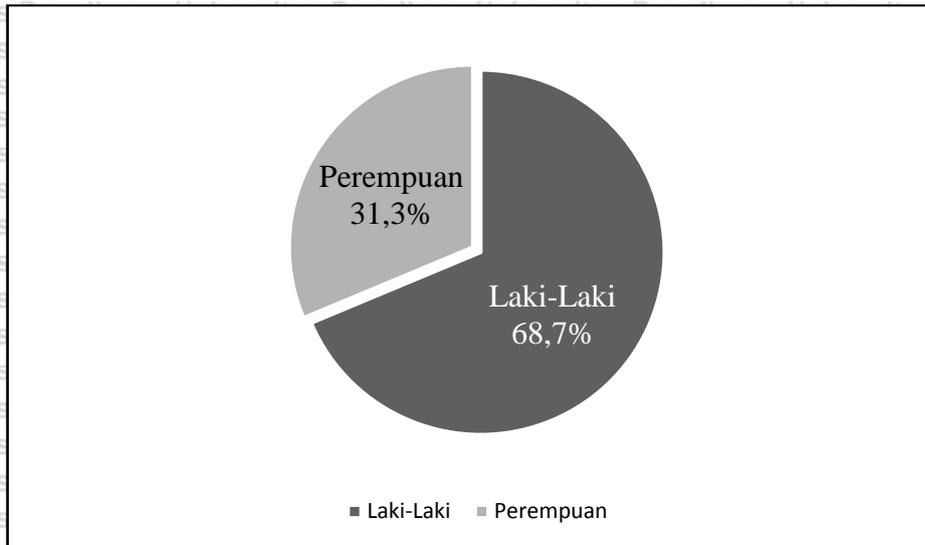
4.1.3.1 Komposisi Jenis Kelamin Responden

Komposisi jenis kelamin dari 300 responden terdiri dari 206 responden berjenis kelamin “Laki-Laki” (68,7%) dan sisanya 94 responden berjenis kelamin “Perempuan” (31,3%).

Tabel 8
Jenis Kelamin Responden

Profil Responden	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	206	68,7%
	Perempuan	94	31,3%
TOTAL		300	100%

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)



Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2021)

Gambar 3
Jenis Kelamin Responden

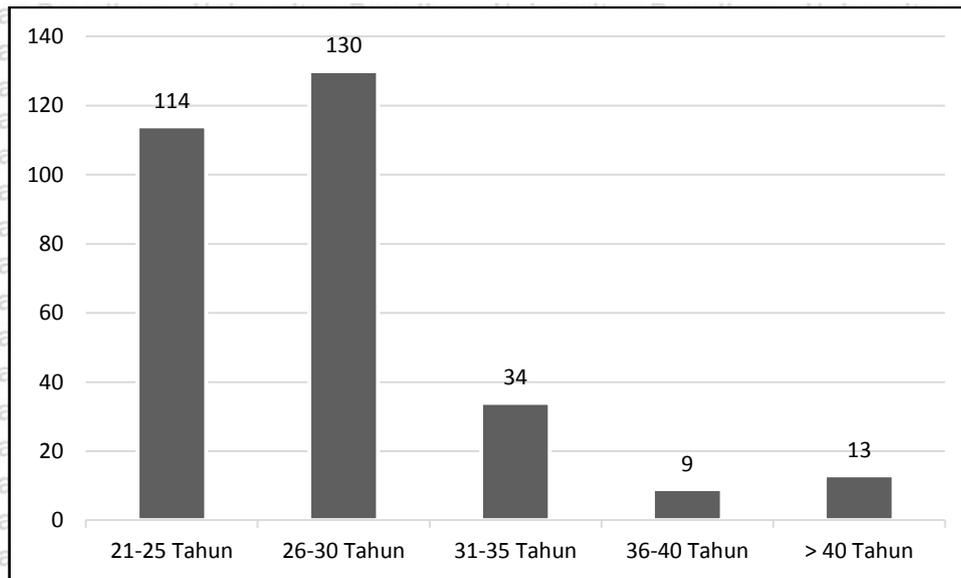
4.1.3.2 Komposisi Usia Responden

Dalam penelitian ini usia responden dikategorikan dengan rentangan, yaitu rentang antara 21 - 25 tahun berjumlah 114 responden atau sekitar 38,0%, 26- 30 tahun berjumlah 130 responden atau sekitar 43,3%, 31 - 35 tahun berjumlah 34 responden atau sekitar 11,3%, 36 - 40 tahun berjumlah 9 responden atau sekitar 3,0%, dan rentang > 40 tahun berjumlah 13 responden atau sekitar 4,3%.

Tabel 9
Usia Responden

Profil Responden	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	21-25 Tahun	114	38,0%
	26-30 Tahun	130	43,3%
	31-35 Tahun	34	11,3%
	36-40 Tahun	9	3,0%
	> 40 Tahun	13	4,3%
TOTAL		300	100%

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)



Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2021)

Gambar 4
Usia Responden

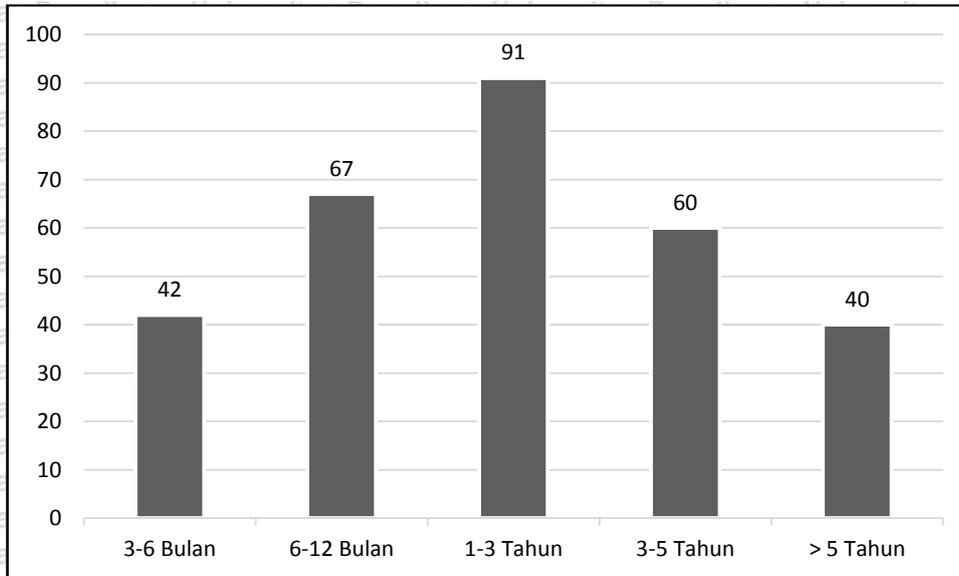
4.1.3.3 Komposisi Masa Bekerja

Frekuensi masa bekerja responden diklasifikasikan dalam 5 rentang, di mana terdapat 42 orang (14,0%) yang masa bekerjanya 3 – 6 bulan, kemudian untuk karyawan yang masa bekerjanya 6 – 12 bulan berjumlah 67 orang (22,3%), karyawan yang berkerja 1 – 3 tahun berjumlah 91 orang atau sekitar (30,3%), kemudian karyawan yang masa bekerjanya 3 – 5 tahun ada 60 orang atau 20,0%, dan untuk karyawan yang telah bekerja > 5 tahun ada sejumlah 40 orang (13,3%).

Tabel 10
Masa Bekerja Responden

Profil Responden	Kategori	Frekuensi	Persentase
Masa Bekerja	3-6 Bulan	42	14,0%
	6-12 Bulan	67	22,3%
	1-3 Tahun	91	30,3%
	3-5 Tahun	60	20,0%
	> 5 Tahun	40	13,3%
TOTAL		300	100%

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)



Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2021)

Gambar 5

Masa Bekerja Responden

4.1.3.4 Komposisi Bidang Kerja

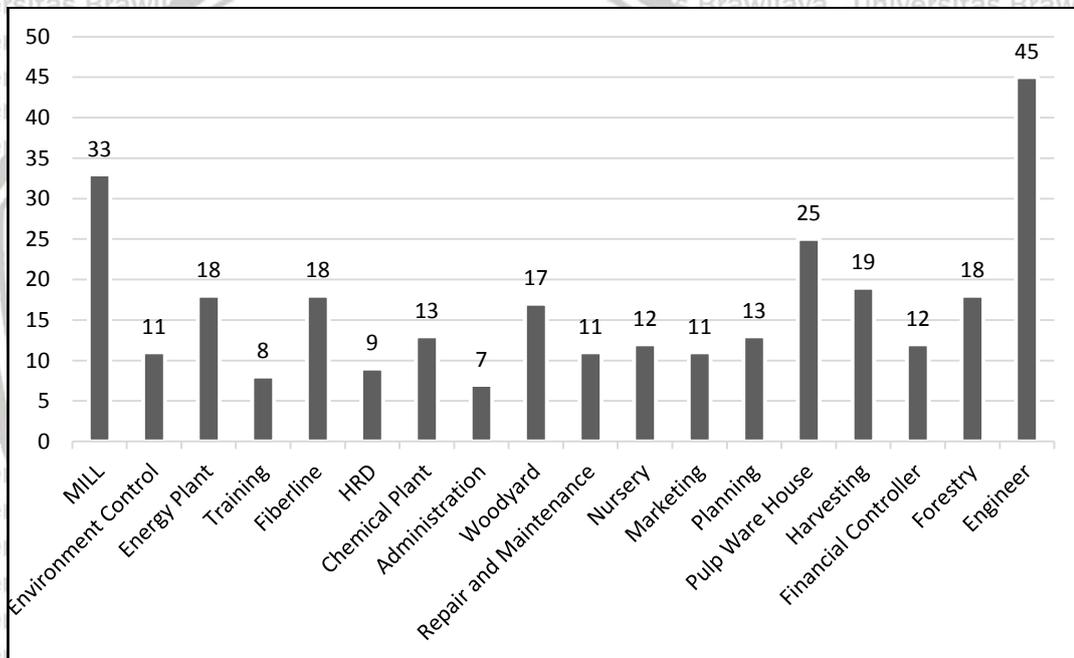
Terdapat beberapa bidang kerja pada PT TPL yang menjadi objek penelitian yaitu bidang MILL, Environment Control, Energy Plant, Training, Fiberline, HRD, Chemical Plant, Administration, Woodyard, Repair and Maintenance, Nursery, Marketing, Planning, Pulp Ware House, Harvesting, Financial Controller, Forestry, dan Engineer.

Tabel 11
Bidang Kerja Responden

Profil Responden	Kategori	Frekuensi	Persentase
Bidang Kerja	MILL	33	11,0%
	Environment Control	11	3,7%
	Energy Plant	18	6,0%
	Training	8	2,7%
	Fiberline	18	6,0%
	HRD	9	3,0%
	Chemical Plant	13	4,3%
	Administration	7	2,3%
	Woodyard	17	5,7%

Repair and Maintenance	11	3,7%
Nursery	12	4,0%
Marketing	11	3,7%
Planning	13	4,3%
Pulp Ware House	25	8,3%
Harvesting	19	6,3%
Financial Controller	12	4,0%
Forestry	18	6,0%
Engineer	45	15,0%
TOTAL	300	100%

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)



Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)

Gambar 6
Bidang Kerja Responden

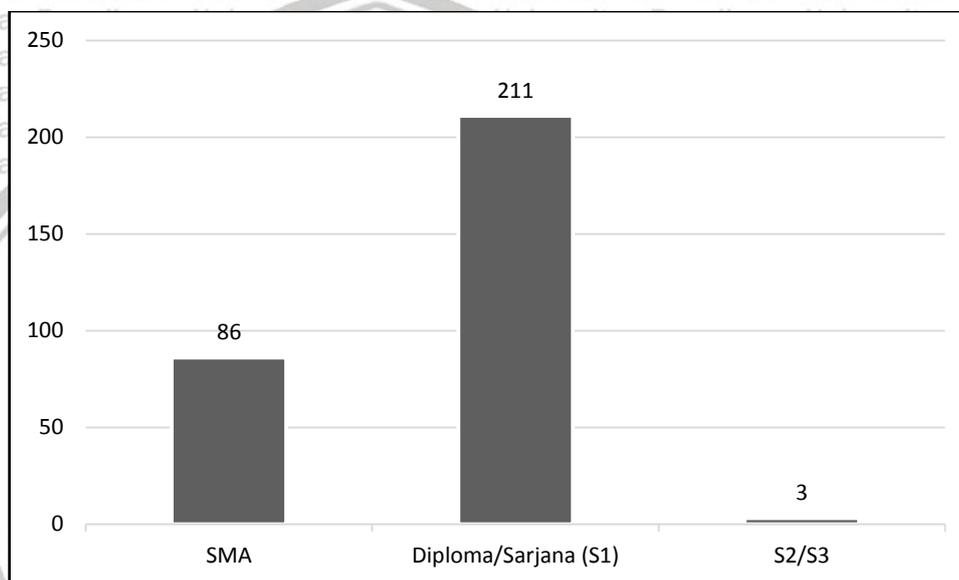
4.1.3.5 Komposisi Pendidikan Terakhir

Dari 300 orang sebagai responden pada penelitian ini, terdiri dari 86 orang (28,7%) dengan pendidikan terakhir SMA, 211 orang (70,3%) dengan pendidikan terakhir Diploma/S1, dan 3 orang (1,0%) dengan pendidikan terakhir S2/S3.

Tabel 12
Pendidikan Terakhir Responden

Profil Responden	Kategori	Frekuensi	Persentase
Pendidikan Terakhir	SMA	86	28,7%
	Diploma/Sarjana (S1)	211	70,3%
	S2/S3	3	1,0%
TOTAL		300	100%

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 24 (2021)



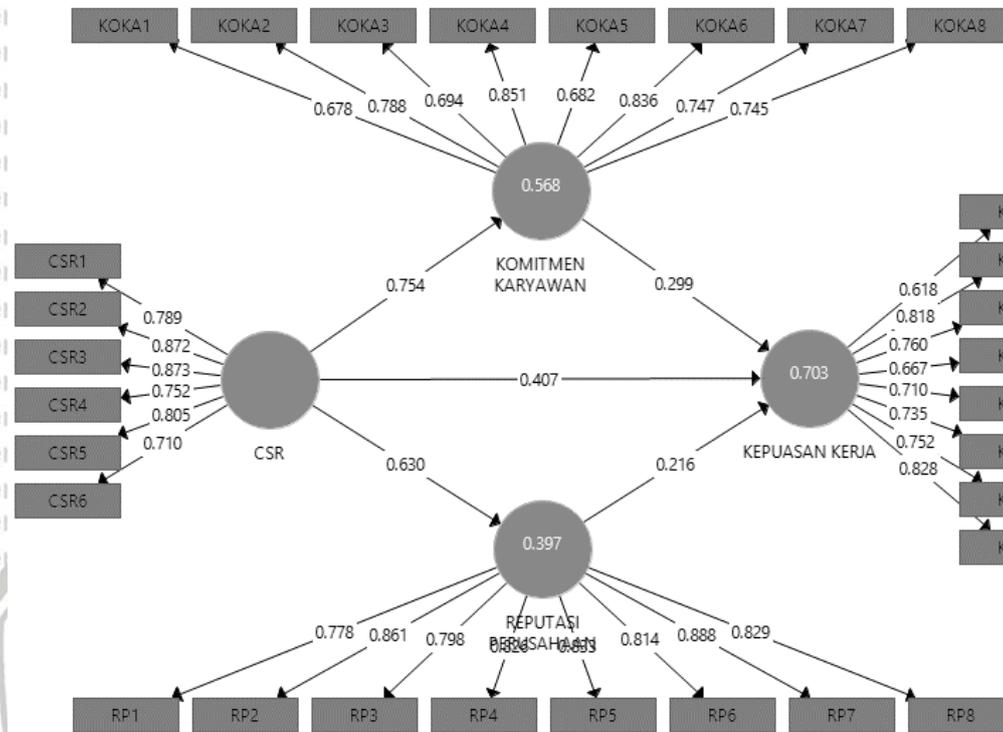
Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2021)
Gambar 7
Pendidikan Terakhir Responden

4.1.4 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

4.1.4.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pada model ini dilakukan analisis pengukuran pada indikator-indikator yang membangun konstruk *corporate social responsibility*, kepuasan kerja, komitmen karyawan, dan reputasi perusahaan. Uji *outer model* dengan PLS terdapat tiga kriteria yang harus dipenuhi yaitu *convergent validity*, *discriminant validity* (dalam bentuk AVE), dan *composite reliability*.

Berikut dapat dilihat secara keseluruhan korelasi setiap variabel:



Sumber: Hasil Ouput SmartPLS (2021)

Gambar 8

Full Model Structural

1. Uji Validitas

a. Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dalam penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS versi 3.2.9 dengan *rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* > 0,70, *communality* > 0,50, dan *Average Variance Extracted (AVE)* > 0,50.

Setelah dilakukan analisis, dari semua indikator terdapat 5 indikator yang masih memiliki *loading factor* di bawah 0,70, yaitu pada indikator KK1 dengan nilai *loading factor* 0,618, KK4 dengan nilai *loading factor* 0,667, KOKA1 dengan nilai *loading factor* 0,678, KOKA3 dengan nilai *loading factor* 0,694, dan KOKA5 dengan nilai *loading factor* 0,682. Ghazali dan Latan (2015) mengatakan nilai *outer loading* dapat ditolerir hingga 0,50 dan jika di bawah 0,50 baru dilakukan eliminasi pada indikator tersebut. Peneliti akhirnya memutuskan untuk mempertahankan indikator KK1, KK4, KOKA1, KOKA3 dan KOKA5 untuk tetap diikuti pada analisis berikutnya.

Tabel 13
Nilai Outer Loading

	CSR	Kepuasan Kerja	Komitmen Karyawan	Reputasi Perusahaan	Keterangan
CSR1	0,789				VALID
CSR2	0,872				VALID
CSR3	0,873				VALID
CSR4	0,752				VALID
CSR5	0,805				VALID
CSR6	0,710				VALID
KK1		0,618			VALID
KK2		0,818			VALID
KK3		0,760			VALID
KK4		0,667			VALID
KK5		0,710			VALID
KK6		0,735			VALID
KK7		0,752			VALID
KK8		0,828			VALID
KOKA1			0,678		VALID
KOKA2			0,788		VALID
KOKA3			0,694		VALID
KOKA4			0,851		VALID
KOKA5			0,682		VALID
KOKA6			0,836		VALID
KOKA7			0,747		VALID
KOKA8			0,745		VALID

RP1			0,778	VALID
RP2			0,861	VALID
RP3			0,798	VALID
RP4			0,826	VALID
RP5			0,833	VALID
RP6			0,814	VALID
RP7			0,888	VALID
RP8			0,829	VALID

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Selanjutnya yang dapat digunakan untuk mengetahui validitas konvergen adalah nilai *average variance extracted* (AVE). Suatu konstruk dikatakan memiliki validitas konvergen apabila memiliki nilai AVE > 0,50. Berikut ini adalah nilai AVE dalam penelitian ini:

Tabel 14
Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	Keterangan
CSR	0,643	VALID
Kepuasan Kerja	0,546	VALID
Komitmen Karyawan	0,571	VALID
Reputasi Perusahaan	0,687	VALID

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Pada tabel di atas, tidak ada satupun nilai AVE dari variabel laten dalam penelitian ini yang menunjukkan nilai < 0,50. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk tersebut memiliki nilai validitas yang baik dari setiap dimensi. Untuk nilai AVE yang tertinggi berada pada konstruk Reputasi Perusahaan (0,687) dan yang terendah berada pada konstruk Kepuasan Kerja (0,546).

b. Validitas Diskriminan

Setelah menguji validitas konvergen, langkah berikutnya yang harus dilakukan dalam uji validitas adalah evaluasi atas validitas diskriminan. Validitas diskriminan bersangkutan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur di variabel yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi.

Pada validitas diskriminan terdapat pengevaluasian atas validitas diskriminan melalui nilai *cross loading*, dengan kriteria penerimaan nilai *cross loading* $> 0,70$ dalam satu variabel. Berikut disajikan nilai *cross loading* dari output

SmartPLS versi 3.2.9:

Tabel 15
Nilai Cross Loading

	CSR	KEPUASAN KERJA	KOMITMEN KARYAWAN	REPUTASI PERUSAHAAN
CSR1	0,789	0,641	0,609	0,512
CSR2	0,872	0,630	0,660	0,549
CSR3	0,873	0,571	0,546	0,442
CSR4	0,752	0,563	0,526	0,438
CSR5	0,805	0,715	0,669	0,575
CSR6	0,710	0,547	0,587	0,486
KK1	0,380	0,618	0,474	0,478
KK2	0,588	0,818	0,711	0,667
KK3	0,532	0,760	0,545	0,511
KK4	0,705	0,667	0,533	0,433
KK5	0,617	0,710	0,496	0,441
KK6	0,518	0,735	0,562	0,505
KK7	0,556	0,752	0,601	0,562
KK8	0,611	0,828	0,676	0,628
KOKA1	0,554	0,568	0,678	0,568
KOKA2	0,606	0,545	0,788	0,647
KOKA3	0,490	0,576	0,694	0,560
KOKA4	0,664	0,746	0,851	0,740
KOKA5	0,635	0,500	0,682	0,491
KOKA6	0,553	0,671	0,836	0,754
KOKA7	0,597	0,603	0,747	0,553

KOKA8	0,403	0,473	0,745	0,656
RP1	0,503	0,587	0,601	0,778
RP2	0,528	0,622	0,726	0,861
RP3	0,549	0,572	0,698	0,798
RP4	0,536	0,664	0,687	0,826
RP5	0,568	0,583	0,688	0,833
RP6	0,459	0,541	0,632	0,814
RP7	0,528	0,646	0,746	0,888
RP8	0,496	0,539	0,687	0,829

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator yang membangun variabel laten memiliki nilai *cross loading* yang berbeda dengan indikator pada variabel lain, dan memiliki nilai *cross loading* tinggi di konstruksya sendiri.

Setelah dilakukan evaluasi validitas diskriminan melalui nilai *cross loading*, masih perlu dilakukan pengevaluasian dengan membandingkan nilai dari akar AVE dengan korelasi variabel laten, dan dianjurkan akar AVE harus lebih dari nilai korelasi variabel laten agar memenuhi kriteria validitas diskriminan. Berikut perbandingan antara akar AVE dengan nilai korelasi variabel laten:

Tabel 16
Nilai AVE dan Akar AVE

	Average Variance Extracted (AVE)	Akar Average Variance Extracted (AVE)
CSR	0,643	0,802
Kepuasan Kerja	0,546	0,739
Komitmen Karyawan	0,571	0,755
Reputasi Perusahaan	0,687	0,829

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Tabel 17
Korelasi Variabel Laten

	CSR	KEPUASAN KERJA	KOMITMEN KARYAWAN	REPUTASI PERUSAHAAN
Corporate Social Responsibility	1,000	0,769	0,754	0,630
Kepuasan Kerja	0,769	1,000	0,785	0,719
Komitmen Karyawan	0,754	0,785	1,000	0,826
Reputasi Perusahaan	0,630	0,719	0,826	1,000

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Nilai akar dari *average variance extracted (AVE)* lebih besar atau lebih tinggi dari nilai korelasi variabel laten. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria dari validitas diskriminan yang telah ditetapkan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan konsistensi, akurasi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu metode *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Rule of thumb* untuk nilai *cronbach's alpha* harus lebih besar dari 0,60, sedangkan untuk *composite reliability* harus lebih besar dari 0,70. Berikut ini disajikan nilai dari *cronbach's alpha* dan *composite reliability*:

Tabel 18
Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Corporate Social Responsibility	0,888	0,915	RELIABEL
Kepuasan Kerja	0,880	0,905	RELIABEL
Komitmen Karyawan	0,891	0,913	RELIABEL
Reputasi Perusahaan	0,935	0,946	RELIABEL

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* telah sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu lebih dari 0,60 dan *composite variabel* dari masing-masing variabel laten menunjukkan nilai di atas kriteria yang telah ditentukan, yaitu $> 0,70$.

Berdasarkan penjelasan di atas, pengujian validitas maupun reliabilitas yang harus dilakukan pada *outer model* atau model pengukuran mendapatkan kesimpulan bahwa estimasi-estimasi tersebut telah memenuhi kriteria dari *outer model*, artinya data yang telah diuji valid dan reliabel.

4.1.4.2 Model Struktural (Inner Model)

Selanjutnya akan dikaji mengenai hubungan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen, serta pengaruh tidak langsung antar variabel independen dan variabel dependen yang didapat melalui peran mediasi dari variabel mediasi.

Uji pertama pada model struktural dilakukan dengan melihat nilai dari R^2 atau *R-square*, sebagai berikut:

Tabel 19
Nilai *R-square*

	<i>R-square</i>	Keterangan
Kepuasan Kerja	0,703	KUAT
Komitmen Karyawan	0,568	KUAT
Reputasi Perusahaan	0,397	KUAT

Sumber: Output SmartPLS 3.2.9 (2021)

Tabel di atas menunjukkan nilai *R-square* dari masing-masing variabel dependen dalam penelitian ini. Konstruk kepuasan kerja memiliki nilai R^2 0,703 yang artinya bahwa variabel CSR sebagai variabel independen mampu menjelaskan variabel kepuasan kerja sebesar 70,3%. Selain itu CSR juga dapat menjelaskan variabel komitmen karyawan sebesar 0,568 (56,8%) dan menjelaskan variabel reputasi perusahaan sebesar 0,397 (39,7%).

Selain melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi menggunakan *Q-square predictive relevance* untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Berikut perhitungan dari nilai *predictive relevance* yang diperoleh:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,703) (1 - 0,568) (1 - 0,397)$$

$$Q^2 = 1 - ((0,297) (0,432) (0,603))$$

$$Q^2 = 1 - (0,0774)$$

$$Q^2 = 0,9226$$

$$Q^2 = 0,9226$$

Hasil penghitungan di atas menunjukkan nilai Q -square sebesar 0,9226 dan dapat diketahui bahwa nilai tersebut > 0 dan mendekati 1. Hal ini menunjukkan bahwa 92,26% variasi pada variabel kepuasan kerja dijelaskan oleh variabel yang digunakan pada model, sedangkan 7,74% dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar model penelitian ini. Dengan demikian, dari hasil tersebut maka model penelitian ini dapat dinyatakan telah memiliki *goodness of fit* yang baik.

Tabel 20
Path Coefficient (Mean, STDEV, T Statistics)

	T Statistics (O/STDEV)	P	Keterangan
CSR -> KEPUASAN KERJA	5,986	0,000	SIGNIFIKAN
CSR -> KOMITMEN KARYAWAN	29,858	0,000	SIGNIFIKAN
CSR -> REPUTASI PERUSAHAAN	13,754	0,000	SIGNIFIKAN
KOMITMEN KARYAWAN -> KEPUASAN KERJA	4,024	0,000	SIGNIFIKAN
REPUTASI PERUSAHAAN -> KEPUASAN KERJA	2,482	0,013	SIGNIFIKAN

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Berdasarkan *path coefficient* pada tabel di atas yang menjelaskan besarnya

T -statistics dan p values yang digunakan untuk mengukur keterdukungan hipotesis, dapat diperoleh sebagai berikut:

1. **H1: Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja.** Dari hasil analisis diperoleh nilai signifikansi $<$ nilai taraf ujinya yaitu

sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga **hipotesis pertama diterima**. Maka diketahui bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja.

2. **H2: Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap komitmen karyawan.** Dari hasil analisis didapatkan nilai signifikansi $<$ nilai taraf ujinya yaitu sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga **hipotesis kedua diterima**. Maka diketahui bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen karyawan.

3. **H3: Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.** Dari hasil analisis diperoleh nilai signifikansi $<$ nilai taraf ujinya yaitu sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga **hipotesis ketiga diterima**. Maka diketahui bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

4. **H4: Komitmen karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja.** Dari hasil analisis didapatkan nilai signifikansi $<$ nilai taraf ujinya yaitu sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga **hipotesis keempat diterima**. Maka diketahui bahwa komitmen karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja.

5. **H5: Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja.** Dari hasil analisis diperoleh nilai signifikansi $<$ nilai taraf ujinya yaitu sebesar 0,013 ($0,013 < 0,05$) sehingga **hipotesis kelima diterima**. Maka diketahui bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja.

Sedangkan untuk hipotesis keenam dan ketujuh akan dijelaskan dibawah ini sebagai analisis hipotesis pemediasi:

Tabel 21
Indirect Effect

	T Statistics (O/STDEV)	P	Keterangan
CSR -> KOMITMEN KARYAWAN -> KEPUASAN KERJA	4,134	0,000	SIGNIFIKAN
CSR -> REPUTASI PERUSAHAAN -> KEPUASAN KERJA	2,293	0,022	SIGNIFIKAN

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Berdasarkan *indirect effect* pada tabel di atas di mana menunjukkan besarnya *T-statistics* dan *p values* yang digunakan dalam mengukur keterdukungan hipotesis, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. **H6: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh komitmen karyawan.** Dari hasil analisis didapatkan nilai signifikansi < nilai taraf ujinya yaitu sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga **hipotesis keenam diterima.** Maka diketahui bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dengan komitmen karyawan sebagai pemediasi.
2. **H7: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh reputasi perusahaan.** Dari hasil analisis diperoleh nilai signifikansi < nilai taraf ujinya yaitu sebesar 0,022 ($0,022 < 0,05$) sehingga **hipotesis ketujuh diterima.** Maka diketahui bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dengan reputasi perusahaan sebagai pemediasi.

4.1.5 Analisis Efek Mediasi

Selanjutnya pada uji efek mediasi, *output* parameter uji signifikansi dilihat dalam tabel *total effect* bukan pada tabel *path coefficients*. Namun sebelum melakukan uji efek mediasi, harus terbukti terlebih dahulu bahwa efek utama (pengaruh CSR terhadap kepuasan kerja) adalah signifikan, merujuk kaidah Baron dan Kenny (1986) dalam Abdillah dan Hartono (2015). Berikut ini tabel pengujian terhadap efek utama dalam penelitian ini:

Tabel 22
Hasil Uji Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CSR -> KEPUASAN KERJA	0,779	0,783	0,028	27,636	0,000

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Pada tabel di atas, pengaruh langsung CSR terhadap kepuasan kerja adalah signifikan dengan nilai *T-statistics* 27,636 dengan *p values* < 0,01. Oleh karena itu dapat dilanjutkan dengan uji pada efek mediasi.

Tabel 23
Hasil Uji Efek Mediasi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CSR -> KEPUASAN KERJA	0,769	0,722	0,030	25,413	0,000
CSR -> KOMITMEN KARYAWAN	0,754	0,756	0,025	29,858	0,000
CSR -> REPUTASI PERUSAHAAN	0,630	0,630	0,046	13,754	0,000

KOMITMEN KARYAWAN -> KEPUASAN KERJA	0,299	0,299	0,074	4,024	0,000
REPUTASI PERUSAHAAN -> KEPUASAN KERJA	0,216	0,215	0,087	2,482	0,013

Sumber: *Output SmartPLS 3.2.9 (2021)*

Nilai *T-statistics* pada tabel *total effect* di atas dapat digunakan untuk membantu menentukan efek mediasi yang terdapat dalam penelitian ini. Pada penelitian ini terdapat 2 variabel mediasi yang memberikan efek mediasinya pada pengaruh CSR terhadap kepuasan kerja yaitu komitmen karyawan dan reputasi perusahaan. Pada tabel di atas telah ditunjukkan efek mediasi yang diberikan oleh keduanya. Berikut ini hasil analisisnya:

1. Untuk mediasi oleh komitmen karyawan, dapat diperoleh bahwa nilai *T-statistics* pengaruh CSR terhadap komitmen karyawan $29,858 > 1,96$ dengan tingkat signifikansi $< 0,01$ dan pengaruh komitmen karyawan terhadap kepuasan kerja $4,024$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa komitmen karyawan memediasi sebagian (*partial mediating*) pada pengaruh CSR terhadap kepuasan kerja.
2. Untuk mediasi oleh reputasi perusahaan, dapat diperoleh bahwa nilai *T-statistics* pengaruh CSR terhadap reputasi perusahaan $13,754 > 1,96$ dengan tingkat signifikansi $< 0,01$, dan pengaruh reputasi perusahaan terhadap kepuasan kerja $2,482$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan memediasi sebagian (*partial mediating*) pada pengaruh CSR terhadap kepuasan kerja.

4.2 Pembahasan

Bersumber pada hasil uji hipotesis yang telah dilakukan peneliti, hubungan-hubungan yang terjadi di antara variabel dalam penelitian ini telah dapat dibuktikan signifikan pada tingkat kepercayaan 95% dengan $T\text{-statistics} > 1,96$. Berikut ini interpretasi hasil yang didapatkan dari hasil olah data menggunakan *software*

SmartPLS 3.2.9:

4.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Kerja

Bersumber pada hasil penelitian diketahui bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja dengan arah nilai positif, hal ini dinyatakan dengan nilai $T\text{-statistics} > 1,96$ yaitu **5,986** dengan $p\text{ value } 0,000$. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sari dan Susilo (2017) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja. Dalam penelitiannya, Nurillahizazi (2017) juga menyebutkan bahwa CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja. Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung penelitian sebelumnya oleh Arista (2015) yang mengatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja.

Implementasi CSR mampu membangun peningkatan kepuasan kerja karyawan, sebab jika perusahaan mampu mempraktikkan dengan benar dan berkelanjutan dan menjadikannya sebagai sebuah strategi dan budaya perusahaan, maka akan memberikan pengaruh yang baik bagi perusahaan dan dampak sosial yang baik bagi masyarakat sehingga memberikan dampak yang signifikan bagi kepuasan kerja karyawan. Karyawan akan merasa puas menjadi bagian dari sebuah perusahaan yang memiliki kepedulian sosial yang tinggi. Tingkat kepuasan

karyawan akan semakin tinggi tatkala CSR juga dijalankan kepada karyawan perusahaan, dengan memberikan hak dan kewajiban dalam pelaksanaan kerja.

4.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Komitmen Karyawan

Bersumber pada hasil penelitian diketahui bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap komitmen karyawan dengan arah nilai positif, hal ini dinyatakan dengan nilai *T-statistics* > 1,96 yaitu 29,858 dengan *p value* 0,000. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Suryaningtyas dan Harinoto (2015) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap komitmen karyawan. Dalam penelitiannya, Hariyanto dan Gunawan (2018) juga menyebutkan bahwa CSR mempunyai pengaruh terhadap komitmen karyawan.

Karyawan akan menunjukkan komitmen yang tinggi dan berdedikasi pada perusahaan saat bekerja di perusahaan dengan rasa tanggung jawab sosial yang baik. Lebih lanjut, melibatkan karyawan dalam implementasi CSR adalah sebuah cara untuk membangun rasa kepemilikan serta kebanggaan terhadap aktivitas CSR perusahaan. Kepemilikan ini tidak hanya dalam bentuk kepemilikan saham, tetapi lebih berupa meningkatkan percaya diri semua anggota perusahaan bahwa mereka memang diterima oleh manajemen sebagai bagian dari perusahaan.

4.2.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi Perusahaan

Bersumber pada hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa *corporate social responsibility* (CSR) secara signifikan berpengaruh terhadap

reputasi perusahaan dengan arah nilai yang positif, hal ini ditunjukkan dengan nilai ***T-statistics* yang lebih dari 1,96 yaitu 13,754 dengan *p value* 0,000**. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Mulyono (2015) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara CSR terhadap reputasi perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Hapsoro (2016) yang dalam penelitiannya juga menyebutkan adanya pengaruh CSR yang positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Nugroho (2018) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

CSR diketahui sebagai salah satu kunci yang menentukan reputasi perusahaan dan dianggap mampu meningkatkan reputasi yang baik bagi perusahaan. Lebih jauh lagi dapat dikatakan bahwa reputasi merupakan aset penting yang akan terasa sekali manfaatnya contohnya saat perusahaan menghadapi krisis. *Stakeholder* baik internal maupun eksternal akan memiliki keberpihakan pada perusahaan dikarenakan praktik CSR yang dirasakan langsung.

4.2.4 Pengaruh Komitmen Karyawan Terhadap Kepuasan Kerja

Bersumber pada hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa komitmen karyawan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan kerja dengan arah nilai yang positif, hal ini ditunjukkan dengan nilai ***T-statistics* yang lebih dari 1,96 yaitu 4,024 dengan *p value* 0,000**. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Supiyanto (2015) menjelaskan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara komitmen karyawan terhadap kepuasan kerja. Hal serupa juga dijabarkan dalam penelitian Akhmadi (2009) yang menyatakan bahwa komitmen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

Dengan komitmen karyawan yang tinggi terhadap perusahaan membuat karyawan merasa nyaman dalam berorganisasi dan tidak ada keinginan untuk keluar dari perusahaan. Kepuasan kerja karyawan sangat berarti bagi perusahaan, karyawan yang puas dengan pekerjaannya akan tetap tinggal di perusahaan dan dapat bekerja dengan efisien. Karyawan akan melakukan yang terbaik untuk perkembangan perusahaan dan karir mereka sendiri.

4.2.5 Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Kerja

Bersumber pada hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa reputasi perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan kerja dengan arah nilai yang positif, hal ini ditunjukkan dengan nilai *T-statistics* yang lebih dari **1,96 yaitu 2,482 dengan *p value* 0,013**. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Tanwar dan Prasad (2016) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa reputasi perusahaan mempengaruhi kepuasan kerja.

Reputasi menjadi bagian dari karakter, budaya, dan DNA perusahaan. Perlu ditekankan lagi bahwa reputasi ini harus tercermin dalam operasional sehari-hari. Tidak boleh dilupakan bahwa sebenarnya karyawan yang berperan sebagai ujung tombak dalam mempengaruhi reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik akan berdampak baik bagi karyawan. Sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan, jika perusahaan dapat membangun reputasi yang baik di masyarakat maka karyawan akan merasa bangga dan puas menjadi bagian dari perusahaan dengan reputasi perusahaan yang baik.

4.2.6 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Kerja yang Dimediasi Oleh Komitmen Karyawan

Bersumber pada hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui komitmen karyawan berhasil memberikan peran mediasinya pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dengan arah nilai yang positif dan signifikan, hal ini ditunjukkan dengan nilai *T-statistics* yang lebih dari 1,96 yaitu 4,134 dengan *p value* 0,000. Hal ini sesuai dengan penelitian Fauzi (2019) yang menyebutkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan ketika dimediasi oleh komitmen organisasi.

CSR mampu memacu karyawan perusahaan untuk menumbuhkan komitmen terhadap perusahaan. Perusahaan dengan praktik CSR yang baik dapat mengontrol karyawannya agar tetap berhubungan dengan perusahaan dan menjaga keanggotaannya dalam perusahaan. Karyawan dengan komitmen yang tinggi sering kali menemukan kepuasan di perusahaan tempat ia bekerja. Dengan demikian, semakin baik praktik CSR yang diterapkan perusahaan maka akan semakin terbentuk komitmen karyawan yang mampu meningkatkan kepuasan yang dinikmati.

4.2.7 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Kerja yang Dimediasi Oleh Reputasi Perusahaan

Bersumber pada hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa reputasi perusahaan berhasil memberikan peran mediasinya untuk hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dengan arah nilai yang positif dan signifikan, hal ini ditunjukkan dengan nilai *T-statistics* yang lebih dari 1,96 yaitu 2,293 dengan *p value* 0,022. Hasil ini sesuai dengan penelitian dari

Fauzi (2019) yang menjabarkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan karyawan ketika dimediasi oleh citra perusahaan.

Efek mediasi yang dibagikan oleh reputasi perusahaan dapat mendukung hubungan antara CSR dan kepuasan kerja. Itu berarti jika reputasi perusahaan meningkat disebabkan oleh CSR perusahaan, maka kepuasan karyawan terhadap perusahaannya juga bisa meningkat. Ketika karyawan yakin bahwa perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya mampu meningkatkan reputasi perusahaan dan berdampak positif terhadap status sosialnya sebagai anggota perusahaan, maka karyawan akan merasa puas dengan pencapaian perusahaan dan berdampak positif terhadap kehidupan sosial mereka.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja yang dimediasi oleh komitmen karyawan dan reputasi perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu pengambilan sampel dimana elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi dipilih untuk menjadi sampel. Objek penelitian ini adalah karyawan PT Toba Pulp Lestari Tbk, dengan total responden 300 orang. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan SmartPLS versi 3.2.9.

Bersumber pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kepuasan kerja, komitmen karyawan, dan reputasi perusahaan. Kemudian komitmen karyawan dan reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Selanjutnya, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kepuasan kerja ketika dimediasi oleh komitmen karyawan dan reputasi perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada satu perusahaan saja yaitu PT Toba Pulp Lestari Tbk. sehingga hasil penelitian ini bisa jadi tidak berpengaruh bagi perusahaan lain dan tidak dapat digeneralisasikan kepada populasi yang lebih luas.
2. Peneliti hanya menggunakan satu variabel dependen yaitu kepuasan kerja. Masih terdapat banyak variabel dependen yang dapat dipengaruhi oleh variabel CSR.
3. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang memungkinkan tidak tercerminkannya keadaan yang sebenarnya serta adanya potensi bias terhadap jawaban responden. Hal ini mungkin terjadi akibat salah pengertian terhadap setiap pertanyaan kuesioner atau responden tidak bersungguh-sungguh dalam mengisi kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang didapat dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih besar dan luas seperti seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) agar didapatkan hasil penelitian yang lebih representatif dan bisa digeneralisasi.

2. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar menggunakan dan/atau menambah variabel yang lain seperti kesejahteraan hidup masyarakat, loyalitas pelanggan, penghindaran pajak, dan lain-lain.
3. Saran untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan metode pengumpulan data dengan mengombinasikan pengumpulan data kuesioner dan wawancara. Hal ini dilakukan agar data yang dihasilkan bisa lebih akurat dan terhindar potensi bias terhadap jawaban dari responden.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan J. Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS) – Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Adams, J. S. (1963). *Toward An Understanding of Inequity*. Journal of Abnormal Psychology.
- Adhima, M. (2012). *Pengaruh pengungkapan sustainability report terhadap profitabilitas perusahaan studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam bursa efek Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Akhmadi, N. T. (2009). *Pengaruh komitmen organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan (Studi pada CV. Berlian Utama Plosokandang-Tulungagung)*. Universitas Negeri Malang.
- Alniacik, U., E. Alniacik, dan G. Nurullah. (2011). *How corporate social responsibility information influences stakeholders' intentions*. Corporate Social Responsibility and Environmental Management.
- Anoraga dan Widiyanti. (1993). *Psikologi Dalam Perusahaan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arista, Ovi Engga. (2012). *Pengaruh Persepsi atas Corporate Social Responsibility terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi (survey pada hotel Bintang V di Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- As'ad, M. (2000). *Psikologi Industri Seri Ilmu Sumber Daya Manusia, edisi Keempat*. Yogyakarta: Liberty.
- Barakat, S. R., I. Giuliana, J. M. G. Boaventura, dan J. A. Mazzon. (2016). *The Influence of Corporate Social Responsibility on Employee Satisfaction*. Management Decision.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). *The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations*. Journal of personality and social psychology.
- Bloom, Benjamin, S, (1956). *Taxonomy of Educational Objectives*. London: David Mc Kay Company Inc.
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper&Row.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Dantara, I. K. Y., & Rahanatha, G. B. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap reputasi perusahaan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (Studi pada PT. Coca Cola Amatil Denpasar)*. Universitas Udayana.

Davis dan Neswtrom, J.W (2008) *Perilaku dalam Organisasi, Jilid 1, edisi ketujuh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Deegan, C. (2004). *Financial Accounting Theory*. McGraw-Hill Book Company: Sydney.

Don, Yahaya, Ismail, Aziah dan Daud, Yaakob. (2006). *Kepimpinan dan Pembangunan Pelajar Sekolah di Malaysia*. Kuala Lumpur: PTS Professional Pub.

Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). *Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior*. Pacific sociological review.

Elkington, J. (1998). *Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business*. Environmental quality management.

Fajrina, Rani Sherly. (2012). *Pengaruh reputasi perusahaan dan komunikasi word of mouth terhadap pembuatan keputusan melamar kerja*. Universitas Indonesia.

Farooq, M., Farooq, O., & Jasimuddin, S. M. (2014). *Employees response to corporate social responsibility: Exploring the role of employees' collectivist orientation*. European Management Journal.

Fauzi, A. N. C. (2019). *Pengaruh Corporate Social Reponsibility Terhadap Employee Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Citra Perusahaan Dan Komitmen Organisasi*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA).

Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.

Fitriawati, E. (2001). *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Hotel Graha Santika Semarang)*. Universitas Diponegoro.

Fortuna, S. C. D., & Harris, L. (2012). *Pengaruh Faktor Individu, Organisasi, dan Sistem terhadap Penerimaan E-banking*. Universitas Brawijaya.

Gassing, S. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

Gibson, James L. et.al. (2006). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. New York: McGraw Hill.

Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). *Corporate social and environmental reporting*. Accounting, Auditing & Accountability Journal.

Hadi, N. (2011). *Interaksi Tanggung Jawab Sosial, Kinerja Sosial, Kinerja Keuangan dan Luas Pengungkapan Sosial (Uji Motif Di Balik Social Responsibility Perusahaan Go Publik Di Indonesia)*. MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang.

Hamdani, A. dan A. I G. P. Diva. (2016). *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Komitmen Organisasi dan Kinerja Karyawan*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*.

Handoko, T. H. (1998). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE.

Hapsoro, Anugrah Muhammad. (2016). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Tirta Investama)* UPN "Veteran" Yogyakarta.

Hargono, E. (2012). *Analisis Tingkat Kepuasan Kerja Karyawan pada PT Mitra Wibowo*. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Hariyanto, L. I., & Gunawan, M. L. (2018). *Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Komitmen Afektif Karyawan Hotel Di Bali*. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*.

Harnanik. (2004). *Analisis Hubungan Kepuasan dan Kemajuan Karir, Kepuasan Atas Beban Kerja, Kepuasan Atas Kelas dan Kepuasan Atas Supervisi Dengan Kepuasan Kompensasi di Universitas Negeri Semarang*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.

Haryono, S., & Wardoyo, P. (2012). *Structural equation modeling untuk penelitian manajemen menggunakan AMOS 18.00*. Bekasi: Penerbit PT Intermedia Personalia Utama.

Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.

Huang, C. (2016). *Employee's perception of Corporate Social Responsibility: Corporate Volunteer and Organizational Commitment*. *International Business Research*.

Kartini, Dwi. (2013). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama.

Ken. (2014). *The Effects of Perceived Corporate Social Responsibility on Employee Attitudes*. *Journal University of Notre Dame*.

Khairunnisak, R. Firman (2015). *Pengaruh Dimensi Perluasan Merek terhadap Minat Beli Produk Perluasan Merek Asus (Studi pada Smartphone Asus oleh Mahasiswa UNP)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Kinanti, A. Q. (2012). *Hubungan lingkungan kerja dengan kepuasan kerja pada divisi sumber daya manusia PT. Surveyor Indonesia*. Universitas Indonesia.

Lako, A. (2011). *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.

Listianto, Tony dan Setiaji, Bambang. (2007). *Pengaruh Motivasi, Kepuasan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus di Lingkungan Pegawai Kantor PDAM Kota Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Mahdi Ahmad F., Mohamad Zaid M. M. N., Asmadi A, S., dan Sulaiman, A, A. N. (2012). *The Relationship Between Job Satisfaction and Turnover Intention*. American Journal of Applied Sciences.

Malayu, H. (2001). *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2006), *Perencanaan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT Refika Aditama.

Maulida, K. A., & Adam, H. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sustainability Performance (Studi pada website perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.

McKenna, Nich Beech, Eugene. (2000). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Meyer, Allen J., (1990). *The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization*. New York: Journal of Occupational Psychology.

Moo Hur. W., Hanna Kim., Jeong Woo. (2014). *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*. J Bus Ethics.

Mulyono, K. (2015). *Pengaruh csr terhadap reputasi dan kinerja dengan activist targeting sebagai variabel moderator pada perusahaan pertambangan di Indonesia*. Jurnal Eksekutif.

Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*.

Nugroho, F. A., & Chariri, A. (2009). *Retorika Dalam Sustainability Reporting: Analisis Atas Narrative Text pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Sustainabilityreport Pt. Aneka Tambang, Tbk*. Universitas Diponegoro Semarang.

Nugroho, P. A. (2019). *Analisa Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Konsumen Sabun Cuci Tangan Lifebuoy*. Universitas Mercu Buana Jakarta.

NW (Nurillahizazi) Suprayitno. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi (Penelitian Mengenai Internal CSR Pada Karyawan PT Pembangkit Jawa-Bali Unit Pembangkitan Paiton)*. Brawijaya University.

Oskar, Filona Lestari. (2012). *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap Kepuasan Kerja yang Berdampak pada Komitmen Organisasi Karyawan dalam Industri Perbankan*. Universitas Indonesia.

Prasetya, F. E. (2010). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility "Lifebouy Berbagi Sehat" Terhadap Loyalitas Konsumen dan Citra perusahaan Unilever Indonesia (studi Kasus di Kota Bogor)*. Institut Pertanian Bogor.

Prastowo, J. dan Huda, M. (2011). *Corporate social Responsibility: kunci meraih kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru.

Prutina, Ž. (2016). *The Effect of Corporate Social Responsibility On Organizational Commitment*. Management.

PT Toba Pulp Lestari Tbk. (2019). *Annual Report 2019*.

_____ (2020). *Interim Financial Statements for The Periode Ended September 30, 2020*.

Rahman, S., Haski-Leventhal, D., & Pournader, M. (2016). *The effect of employee CSR attitudes on job satisfaction and organizational commitment: evidence from the Bangladeshi banking industry*. Social Responsibility Journal.

Raudaki, J., M. Arslan. (2017). *Impact of Perceived CSR on Organizational Commitment: A Perspective of Service Employees*. Austin Journal of Business Administration and Management.

Robbins, S. (2001). *Organisational behavior (terjemahan)*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Roy Marthin Tarigan. (2014) *Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Sumatera Utara.

Rusdianto, U. (2013). *CSR Communications a Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Safitri, R. Y. (2013). *Hubungan Antara Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Dengan Intensi Turnover Pada Guru*. Jurnal Character Volume 01.

Sari, O. R., & Susilo, H. (2018). *Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dengan organizational citizenship behavior sebagai variabel intervening (studi pada karyawan PTPN X-Unit Usaha Pabrik Gula Modjopanggoong Tulungagung)*. Jurnal Administrasi Bisnis.

Schultz, D. dan Schultz, S. E., (2002). *Psychology and Work Today Eight Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Sedlak, P. (2014). *The Influence of Corporate Social Responsibility on Employee's Job Satisfaction*. Management Science in Transition Period in Moldova and Poland Responsible Use of Resources.

Sekaran, U. and Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach*. 6th Edition, Wiley, New York.

_____ (2016). *Research Methods for Business (7th edition)*. John Wiley & Sons Limited.

Selnes, F. (1993). *An examination of the effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty*. European Journal of marketing.

Sianipar, A. R. B. & Haryanti, K. (2014). *Hubungan komitmen organisasi dan kepuasan kerja dengan intensi turnover pada karyawan bidang produksi CV X*. Psikodimensia.

Situmorang, A. T. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT Toba Pulp Lestari Tbk di Desa Sosor Ladang Kecamatan Porsea Kabupaten Toba Samosir Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.

Slovin, E. (1960). *Slovin's formula for sampling technique*. Retrieved on February.

Sriviana, E., & Asyik, N. F. (2013). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi.

Suchman, M. C. (1995). *Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches*. Academy of management review.

Sugiarti, N. W. (2015). *Pengaruh Persepsi Tentang Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Citra Merek*. E-Jurnal Manajemen.

Suharto, E. (2007). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Refika Aditama.

Supiyanto, Y. (2015). *Pengaruh kompensasi, kompetensi dan komitmen organisasional terhadap kepuasan kerja dan kinerja karyawan koperasi*. In Prosiding Seminar Nasional.

Suryaningtyas, D., & Harinoto, H. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Internal Terhadap Komitmen Karyawan: Studi Pada BRI Cabang Kawi Malang*. In Prosiding Seminar Nasional LPPM 2015. Universitas Kanjuruhan Malang.

Susanto, A. B. (2009). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility, Pendekatan Strategic Management dalam CSR*. Jakarta: Erlangga.

Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Tanwar, K. dan A. Prasad. (2016). *The Effect of Employer Brand Dimensions On Job Satisfaction: Gender As A Moderator*. Management Decisions.
- Tsourvakas, G. dan Y. Ionna. (2017). Corporate Social Responsibility Influences Emoloyee Engagement. *Social Responsibility Journal*
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseoran Terbatas
- Untung, H. B. (2009). *Corporate Social responsibility*. Cetakan Kedua. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah konsep & aplikasi CSR: corporate social responsibility*. Fascho Pub..
- Widenta, Y. P. (2011). *Analisa Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Indosat Tbk. Berdasarkan Global Reporting Initiative*. Universitas Brawajiya.
- Wilandha, dkk. (2012). *The Influence of Job Satisfacion and Organizational Commitment to Employee Turnover Intentions in H Company*. Journal The 3rd International Conference on Technology and Operations Management.
- Winardi, J. (2004). *Manajemen Perilaku Organisasi Cetakan ke-2*. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Winarno. (2013). *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM Press.
- Yaskun, M., & Cahyono, P. (2016). *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi pada PT. Semen Indonesia (Persero), Tbk.)*. JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen).

Lampiran 1

KUESIONER

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam

Halo! Perkenalkan Saya Sutan Pagaruyung Hutasuht, Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang diperlukan dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) yang berjudul "*Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Job Satisfaction (Kepuasan Kerja) Yang Dimediasi Oleh Employee Commitment (Komitmen Karyawan) Dan Firm Reputation (Reputasi Perusahaan)*".

Saya membutuhkan responden dengan kriteria:

- 1) Karyawan PT Toba Pulp Lestari Tbk. berstatus tetap
- 2) Minimal sudah bekerja selama 3 bulan pada PT Toba Pulp Lestari Tbk.

Apabila Saudara/Saudari termasuk dalam kriteria tersebut, saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner berikut.

Seluruh data dalam penelitian ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan sepenuhnya untuk kegiatan penelitian. Segala informasi yang bersifat pribadi tidak akan dipublikasikan dalam bentuk apapun.

Atas kesediaan Saudara/Saudari meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan terlampir dalam penelitian ini, Saya sampaikan terimakasih.

Hormat Saya,

Sutan Pagaruyung Hutasuht

PROFIL RESPONDEN

1. Nama Lengkap

2. Jenis Kelamin

Laki-Laki Perempuan

3. Usia

4. Masa Bekerja

3 - 6 bulan 3 - 5 tahun
 6 - 12 bulan > 5 tahun
 1 - 3 tahun

5. Bidang Kerja

6. Pendidikan Terakhir

SD/SMP Diploma/Sarjana (S1)
 SMA S2/S3

PETUNJUK PENGISIAN

Silahkan pilih jawaban pada angka yang mewakili pendapat Anda:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

1. DIMENSI CSR

	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1. Saya percaya bahwa perusahaan saya akan mencoba untuk mengurangi dampak lingkungan.					
2. Saya percaya bahwa perusahaan saya bertanggung jawab secara sosial.					
3. Saya bangga pada upaya dari perusahaan saya untuk menuju keberlanjutan.					
4. Saya percaya bahwa perusahaan saya bertindak adil kepada konsumen					
5. Perusahaan mempunyai definisi yang jelas untuk nilai dan aturannya.					
6. Karyawan di sini didorong untuk berpartisipasi pada kegiatan masyarakat lokal.					

2. DIMENSI KEPUASAN KERJA

	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1. Saya merasa perusahaan sudah memberikan gaji karyawan sesuai dengan standart yang berlaku.					
2. Saya menerima kenaikan gaji berdasarkan prestasi kerja dan tanggung jawab saya terhadap pekerjaan.					
3. Saya merasa senang karena penghasilan dari pekerjaan saat ini dapat mencukupi kebutuhan hidup setiap hari.					
4. Saya senang bekerja dengan rekan kerja yang memberikan dukungan yang cukup kepada saya					
5. Saya senang bekerja dengan rekan kerja yang dapat menciptakan suasana kerja yang harmonis satu dengan lainnya					
6. Saya senang dengan pekerjaan saat ini karena sesuai dengan kemampuan saya					
7. Saya senang karena pekerjaan saya didukung dengan fasilitas yang diberikan perusahaan					

8. Saya senang bekerja di sini karena aktivitas perusahaan yang ramah lingkungan					
--	--	--	--	--	--

3. DIMENSI KOMITMEN KARYAWAN

	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1. Saya merasa menjadi “bagian dari keluarga” perusahaan ini.					
2. Saya merasa terikat secara emosional dengan perusahaan ini.					
3. Perusahaan ini sangat berarti bagi saya.					
4. Saya merasa memiliki “ <i>sense of belonging</i> ” terhadap perusahaan ini.					
5. Saya sangat berat untuk meninggalkan perusahaan sekarang, sekalipun saya menginginkannya.					
6. Saat ini, bekerja di perusahaan ini merupakan kebutuhan yang saya inginkan.					
7. Saya yakin bahwa saya memiliki beberapa pilihan dalam mempertimbangkan keluar dari perusahaan ini.					

8. Salah satu konsekuensi meninggalkan perusahaan ini adalah minimnya alternatif lain.					
--	--	--	--	--	--

4. DIMENSI REPUTASI PERUSAHAAN

	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1. Saya percaya bahwa perusahaan ini peduli terhadap kualitas hidup karyawannya.					
2. Perusahaan ini memberikan kontribusi untuk meningkatkan komunitas dan lingkungan.					
3. Saya bangga bercerita kepada teman dan relasi saya, bahwa saya berkerja di perusahaan ini.					
4. Saya percaya bahwa perusahaan ini melayani kebutuhan pemasok, karyawan, dan pemegang saham secara merata.					
5. Perusahaan ini memberikan kepada pelanggan apa yang dijanjikannya dengan kualitas yang tinggi.					
6. Masyarakat dari segala usia, ras, warna, dan jenis kelamin diperlakukan dengan keadilan dan					

rasa hormat yang sama di perusahaan ini.				
7. Bekerja di perusahaan ini memberi keamanan dan ketenangan bagi saya dan keluarga saya.				
8. Saya sadar dan saya setuju dengan tujuan perusahaan.				



Lampiran 2

DATA RESPONDEN

	CS R1	CS R2	CS R3	CS R4	CS R5	CS R6	K K1	K K2	K K3	K K4	K K5	K K6	K K7	K K8	KOK A1	KOK A2	KOK A3	KOK A4	KOK A5	KOK A6	KOK A7	KOK A8	R P1	R P2	R P3	R P4	R P5	R P6	R P7	R P8
1	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	3	4
6	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
7	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	3	3	4	4
8	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	3
9	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
10	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4
11	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5
12	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
13	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
14	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
15	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
16	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
17	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5
18	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3
19	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
20	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
21	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3

22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
24	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	
25	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
26	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
27	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4		
28	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
29	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
30	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	
31	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
32	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
33	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
34	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
35	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4		
36	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	3	5	5	5	3	4	4	4	4		
37	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	3	3	4	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3		
38	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
39	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	4	4	4	4		
40	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	
41	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3		
42	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	2	3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4		
43	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4
44	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
45	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
46	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
47	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
48	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

76	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
79	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
81	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
87	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5
90	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
91	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
92	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
93	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5
94	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
97	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
99	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
101	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

102	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5		
103	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5		
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		
105	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		
106	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	
107	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
108	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
109	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
110	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	
111	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
112	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
114	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
115	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
116	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	

118	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4
119	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
121	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
122	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
123	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
124	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
125	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
126	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
127	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	3
128	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
130	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
132	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
133	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4

134	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
135	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
136	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5		
137	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5		
138	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5		
139	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5			
140	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4		
141	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5		
142	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
143	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5		
144	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5		
145	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5		
146	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		
147	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4		
148	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5		
149	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5		

166	3	3	3	4	3	4	5	4	5	1	1	5	5	3	3	3	5	3	4	5	4	3	3	4	5	4	5				
167	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
169	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	
170	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
171	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
173	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
174	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
175	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	5	5	4	4	5	5	4	4
176	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
178	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	
179	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
181	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	

182	4	5	5	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5		
183	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
184	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4		
185	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
186	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4		
187	4	4	5	5	4	3	2	2	4	5	5	4	4	3	2	2	4	3	5	2	4	2	3	2	2	3	4	4	3	4	
188	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
190	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	
191	4	4	5	5	4	3	2	2	4	5	5	4	4	3	2	2	4	3	5	2	4	2	3	2	2	3	4	4	3	4	
192	5	4	4	2	5	1	4	5	4	4	5	5	4	5	2	2	5	5	2	4	5	5	5	4	2	5	4	5	4	4	
193	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
194	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
195	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
196	3	3	3	4	3	4	5	4	5	1	1	5	5	3	3	3	3	5	3	3	5	3	4	5	4	3	3	4	5	4	5
197	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	

21 4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4
21 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21 6	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
21 7	4	4	5	5	4	3	2	2	4	5	5	4	4	3	2	2	4	3	5	2	4	2	3	2	2	3	4	4
21 8	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21 9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22 0	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4
22 1	4	4	5	5	4	3	2	2	4	5	5	4	4	3	2	2	4	3	5	2	4	2	3	2	2	3	4	4
22 2	5	4	4	2	5	1	4	5	4	4	5	5	4	5	2	2	5	5	2	4	5	5	5	4	2	5	4	4
22 3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22 4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22 5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22 6	3	3	3	4	3	4	5	4	5	1	1	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5	3	4	5	4	3	3	4
22 7	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3
22 8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22 9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	1	4	3	3	3	3

246	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
247	4	4	5	5	4	3	2	2	4	5	5	4	4	3	2	2	4	3	5	2	4	2	3	2	2	3	4	4	3	4	4	
248	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
249	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
250	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	
251	4	4	5	5	4	3	2	2	4	5	5	4	4	3	2	2	4	3	5	2	4	2	3	2	2	3	4	4	3	4	4	
252	5	4	4	2	5	1	4	5	4	4	5	5	4	5	2	2	5	5	2	4	5	5	5	4	2	5	4	5	4	4	4	
253	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
254	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
255	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
256	3	3	3	4	3	4	5	4	5	1	1	5	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	4	5	4	3	3	4	5	4	5	
257	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	
258	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
259	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	
260	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
261	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

Lampiran 3

HASIL PILOT TEST KUESIONER**HASIL UJI VALIDITAS*****Corporate Social Responsibility (CSR)***

		CSR1	CSR2	CSR3	CSR4	CSR5	CSR6	TOTAL
CSR1	Pearson Correlation	1	,844**	,739**	,329	,694**	,289	,793**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,075	,000	,121	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
CSR2	Pearson Correlation	,844**	1	,822**	,361*	,654**	,543**	,876**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,050	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
CSR3	Pearson Correlation	,739**	,822**	1	,628**	,751**	,420*	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,021	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
CSR4	Pearson Correlation	,329	,361*	,628**	1	,520**	,523**	,722**
	Sig. (2-tailed)	,075	,050	,000		,003	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
CSR5	Pearson Correlation	,694**	,654**	,751**	,520**	1	,254	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003		,176	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
CSR6	Pearson Correlation	,289	,543**	,420*	,523**	,254	1	,683**
	Sig. (2-tailed)	,121	,002	,021	,003	,176		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,793**	,876**	,897**	,722**	,787**	,683**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

Kepuasan Kerja

		Correlations								
		KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	TOTAL
KK1	Pearson	1	,818**	,572**	-,049	,063	,364*	,477**	,521**	,650**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,796	,742	,048	,008	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK2	Pearson	,818**	1	,534**	,204	,320	,568**	,524**	,746**	,820**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,279	,085	,001	,003	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK3	Pearson	,572**	,534**	1	,245	,248	,591**	,668**	,412*	,717**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,001	,002		,193	,186	,001	,000	,024	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK4	Pearson	-,049	,204	,245	1	,923**	,225	,435*	,571**	,633**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,796	,279	,193		,000	,232	,016	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK5	Pearson	,063	,320	,248	,923**	1	,193	,385*	,558**	,663**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,742	,085	,186	,000		,306	,036	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK6	Pearson	,364*	,568**	,591**	,225	,193	1	,510**	,585**	,678**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,048	,001	,001	,232	,306		,004	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK7	Pearson	,477**	,524**	,668**	,435*	,385*	,510**	1	,516**	,759**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,008	,003	,000	,016	,036	,004		,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK8	Pearson	,521**	,746**	,412*	,571**	,558**	,585**	,516**	1	,858**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,024	,001	,001	,001	,003		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	,650**	,820**	,717**	,633**	,663**	,678**	,759**	,858**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

Komitmen Karyawan

		Correlations								
		KOKA1	KOKA2	KOKA3	KOKA4	KOKA5	KOKA6	KOKA7	KOKA8	TOTAL
KOKA1	Pearson	1	,604**	,355	,588**	,351	,705**	,204	,293	,712**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		,000	,054	,001	,058	,000	,280	,117	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KOKA2	Pearson	,604**	1	,358	,537**	,547**	,611**	,303	,508**	,790**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000		,052	,002	,002	,000	,104	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KOKA3	Pearson	,355	,358	1	,670**	,274	,575**	,435*	,437*	,669**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,054	,052		,000	,143	,001	,016	,016	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KOKA4	Pearson	,588**	,537**	,670**	1	,350	,601**	,512**	,516**	,798**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,000		,058	,000	,004	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KOKA5	Pearson	,351	,547**	,274	,350	1	,257	,475**	,196	,588**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,058	,002	,143	,058		,170	,008	,300	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KOKA6	Pearson	,705**	,611**	,575**	,601**	,257	1	,439*	,677**	,841**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,170		,015	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KOKA7	Pearson	,204	,303	,435*	,512**	,475**	,439*	1	,685**	,677**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)									
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	,280	,104	,016	,004	,008	,015	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
KOKA8	Pearson Correlation	,293	,508**	,437**	,516**	,196	,677**	,685**	1
	Sig. (2-tailed)	,117	,004	,016	,004	,300	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,712**	,790**	,669**	,798**	,588**	,841**	,677**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	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).

Reputasi Perusahaan

		RP1	RP2	RP3	RP4	RP5	RP6	RP7	RP8	TOTAL
RP1	Pearson Correlation	1	,796**	,596**	,711**	,606**	,730**	,711**	,631**	,826**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RP2	Pearson Correlation	,796**	1	,799**	,771**	,731**	,658**	,824**	,692**	,908**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RP3	Pearson Correlation	,596**	,799**	1	,655**	,633**	,473**	,704**	,584**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,008	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RP4	Pearson Correlation	,711**	,771**	,655**	1	,654**	,703**	,820**	,605**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RP5	Pearson Correlation	,606**	,731**	,633**	,654**	1	,898**	,848**	,895**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	
RP6	Pearson	,730**	,658**	,473**	,703**	,898**	1	,831**	,865**	,869**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,008	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RP7	Pearson	,711**	,824**	,704**	,820**	,848**	,831**	1	,867**	,947**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
RP8	Pearson	,631**	,692**	,584**	,605**	,895**	,865**	,867**	1	,872**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	,826**	,908**	,800**	,852**	,893**	,869**	,947**	,872**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

HASIL UJI RELIABILITAS

Corporate Social Responsibility (CSR)

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
,868	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's
				Alpha if Item Deleted
CSR1	21,17	9,316	,696	,841
CSR2	21,07	8,961	,815	,822
CSR3	21,03	9,068	,850	,819
CSR4	21,20	9,407	,584	,861
CSR5	21,13	9,499	,695	,843
CSR6	21,40	9,076	,489	,891

Kepuasan Kerja**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
,863	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's
				Alpha if Item Deleted
KK1	29,93	16,340	,518	,858
KK2	30,00	14,966	,739	,831
KK3	29,87	16,533	,627	,846
KK4	29,80	16,441	,496	,861
KK5	29,67	16,092	,529	,858
KK6	29,70	16,769	,578	,851
KK7	29,67	16,782	,691	,842

KK8	29,83	15,247	,801	,825
-----	-------	--------	------	------

Komitmen Karyawan

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
,868	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KOKA1	27,60	21,007	,600	,855
KOKA2	28,17	19,799	,694	,844
KOKA3	27,47	22,947	,586	,857
KOKA4	27,63	21,551	,735	,843
KOKA5	27,73	22,547	,455	,870
KOKA6	27,63	20,309	,779	,835
KOKA7	27,77	22,737	,592	,856
KOKA8	28,13	19,499	,629	,855

Reputasi Perusahaan

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
,952	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RP1	29,13	22,533	,779	,948
RP2	29,20	20,372	,872	,942
RP3	29,43	20,944	,721	,954
RP4	29,23	21,633	,804	,946
RP5	29,03	21,757	,860	,943
RP6	29,00	21,862	,830	,945
RP7	29,23	20,875	,928	,938
RP8	29,07	21,995	,834	,945

Lampiran 4

HASIL DEMOGRAFI FREKUENSI BIODATA RESPONDEN**Frequencies**

Notes		
Output Created		25-FEB-2021 14:02:10
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	300
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=JENISKELAMIN USIA MASABEKERJA BIDANGKERJA PENDIDIKANTERAKHIR /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,08

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Masa Bekerja	Bidang Kerja	Pendidikan Terakhir
N	Valid	300	300	300	300	300
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	206	68,7	68,7	68,7
	Perempuan	94	31,3	31,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 - 25 Tahun	114	38,0	38,0	38,0
	26 - 30 Tahun	130	43,3	43,3	81,3
	31 - 35 Tahun	34	11,3	11,3	92,7
	36 - 40 Tahun	9	3,0	3,0	95,7
	> 40 Tahun	13	4,3	4,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

MASA BEKERJA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 - 6 Bulan	42	14,0	14,0	14,0
	6 - 12 Bulan	67	22,3	22,3	36,3
	1 - 3 Tahun	91	30,3	30,3	66,7
	3 - 5 Tahun	60	20,0	20,0	86,7
	> 5 Tahun	40	13,3	13,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

BIDANG KERJA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MILL	33	11,0	11,0	11,0
	Environment Control	11	3,7	3,7	14,7
	Energy Plant	18	6,0	6,0	20,7
	Training	8	2,7	2,7	23,3
	Fiberline	18	6,0	6,0	29,3
	HRD	9	3,0	3,0	32,3
	Chemical Plant	13	4,3	4,3	36,7
	Administration	7	2,3	2,3	39,0
	Woodyard	17	5,7	5,7	44,7
	Repair and Maintenance	11	3,7	3,7	48,3
	Nursery	12	4,0	4,0	52,3
	Marketing	11	3,7	3,7	56,0
	Planning	13	4,3	4,3	60,3
	Pulp Ware House	25	8,3	8,3	68,7
	Harvesting	19	6,3	6,3	75,0
	Financial Controller	12	4,0	4,0	79,0
	Forestry	18	6,0	6,0	85,0
	Engineer	45	15,0	15,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

PENDIDIKAN TERAKHIR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	86	28,7	28,7	28,7
	Diploma / Sarjana (S1)	211	70,3	70,3	99,0
	S2 / S3	3	1,0	1,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

Lampiran 5

OUTPUT SEM PLS 3.2.9**Calculate PLS Algorithm***Outer Loading*

	CSR	KEPUASAN KERJA	KOMITMEN KARYAWAN	REPUTASI PERUSAHAAN
CSR1	0,789			
CSR2	0,872			
CSR3	0,873			
CSR4	0,752			
CSR5	0,805			
CSR6	0,710			
KK1		0,618		
KK2		0,818		
KK3		0,760		
KK4		0,667		
KK5		0,710		
KK6		0,735		
KK7		0,752		
KK8		0,828		
KOKA1			0,678	
KOKA2			0,788	
KOKA3			0,694	
KOKA4			0,851	
KOKA5			0,682	
KOKA6			0,836	
KOKA7			0,747	
KOKA8			0,745	
RP1				0,778
RP2				0,861
RP3				0,798
RP4				0,826
RP5				0,833
RP6				0,814
RP7				0,888
RP8				0,829

R Square

	R Square	Adjusted R Square
KEPUASAN KERJA	0,703	0,700
KOMITMEN KARYAWAN	0,568	0,567
REPUTASI PERUSAHAAN	0,397	0,395

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CSR	0,888	0,892	0,915	0,643
KEPUASAN KERJA	0,880	0,886	0,905	0,546
KOMITMEN KARYAWAN	0,891	0,898	0,913	0,571
REPUTASI PERUSAHAAN	0,935	0,936	0,946	0,687

Cross Loading

	CSR	KEPUASAN KERJA	KOMITMEN KARYAWAN	REPUTASI PERUSAHAAN
CSR1	0,789	0,641	0,609	0,512
CSR2	0,872	0,630	0,660	0,549
CSR3	0,873	0,571	0,546	0,442
CSR4	0,752	0,563	0,526	0,438
CSR5	0,805	0,715	0,669	0,575
CSR6	0,710	0,547	0,587	0,486
KK1	0,380	0,618	0,474	0,478
KK2	0,588	0,818	0,711	0,667
KK3	0,532	0,760	0,545	0,511
KK4	0,705	0,667	0,533	0,433
KK5	0,617	0,710	0,496	0,441
KK6	0,518	0,735	0,562	0,505
KK7	0,556	0,752	0,601	0,562
KK8	0,611	0,828	0,676	0,628
KOKA1	0,554	0,568	0,678	0,568
KOKA2	0,606	0,545	0,788	0,647

KOKA3	0,490	0,576	0,694	0,560
KOKA4	0,664	0,746	0,851	0,740
KOKA5	0,635	0,500	0,682	0,491
KOKA6	0,553	0,671	0,836	0,754
KOKA7	0,597	0,603	0,747	0,553
KOKA8	0,403	0,473	0,745	0,656
RP1	0,503	0,587	0,601	0,778
RP2	0,528	0,622	0,726	0,861
RP3	0,549	0,572	0,698	0,798
RP4	0,536	0,664	0,687	0,826
RP5	0,568	0,583	0,688	0,833
RP6	0,459	0,541	0,632	0,814
RP7	0,528	0,646	0,746	0,888
RP8	0,496	0,539	0,687	0,829

Calculate Bootstrapping

Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Csr -> Kepuasan Kerja	0,407	0,409	0,068	5,986	0,000
Csr -> Komitmen Karyawan	0,754	0,756	0,025	29,858	0,000
Csr -> Reputasi Perusahaan	0,630	0,630	0,046	13,754	0,000
Komitmen Karyawan -> Kepuasan Kerja	0,299	0,299	0,074	4,024	0,000
Reputasi Perusahaan -> Kepuasan Kerja	0,216	0,215	0,087	2,482	0,013

Total Indirect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Csr -> Kepuasan Kerja	0,362	0,362	0,053	6,803	0,000
Csr -> Komitmen Karyawan					
Csr -> Reputasi Perusahaan					
Komitmen Karyawan -> Kepuasan Kerja					
Reputasi Perusahaan -> Kepuasan Kerja					

Specific Indirect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Csr -> Komitmen Karyawan -> Kepuasan Kerja	0,226	0,226	0,055	4,134	0,000
Csr -> Reputasi Perusahaan -> Kepuasan Kerja	0,136	0,137	0,059	2,293	0,022

Total Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Csr -> Kepuasan Kerja	0,769	0,772	0,030	25,413	0,000
Csr -> Komitmen Karyawan	0,754	0,756	0,025	29,858	0,000

Csr -> Reputasi Perusahaan	0,630	0,630	0,046	13,754	0,000
Komitmen Karyawan -> Kepuasan Kerja	0,299	0,299	0,074	4,024	0,000
Reputasi Perusahaan -> Kepuasan Kerja	0,216	0,215	0,087	2,482	0,013

Calculate PLS Algorithm (Efek Utama/Hubungan Langsung)

Outer Loading

	CSR	KEPUASAN KERJA
CSR1	0,791	
CSR2	0,869	
CSR3	0,876	
CSR4	0,754	
CSR5	0,808	
CSR6	0,700	
KK1		0,586
KK2		0,798
KK3		0,751
KK4		0,703
KK5		0,739
KK6		0,725
KK7		0,749
KK8		0,824

R Square

	R Square	Adjusted R Square
KEPUASAN KERJA	0,607	0,606

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CSR	0,888	0,893	0,915	0,643
KEPUASAN KERJA	0,880	0,887	0,904	0,544

Cross Loading

	CSR	KEPUASAN KERJA
CSR1	0,791	0,650
CSR2	0,869	0,642
CSR3	0,876	0,592
CSR4	0,754	0,572
CSR5	0,808	0,722
CSR6	0,700	0,541
KK1	0,375	0,586
KK2	0,586	0,798
KK3	0,532	0,751
KK4	0,707	0,703
KK5	0,619	0,739
KK6	0,520	0,725
KK7	0,554	0,749
KK8	0,611	0,824

*Calculate Bootstrapping (Efek Utama/Hubungan Langsung)**Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CSR -> KEPUASAN KERJA	0,779	0,783	0,028	27,636	0,000