

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokus Penelitian

##### 1. Profil Perusahaan



Gambar 4.1 Logo PT. Mayora Indah Tbk.

PT. Mayora Indah Tbk. (Perseroan) didirikan pada tahun 1977 dengan pabrik pertama berlokasi di Tangerang dengan target market wilayah Jakarta dan sekitarnya. Setelah mampu memenuhi pasar Indonesia, Perseroan melakukan Penawaran Umum Perdana dan menjadi perusahaan publik pada tahun 1990 dengan target market; konsumen Asean. Kemudian melebarkan pangsa pasarnya ke negara negara di Asia. Saat ini produk Perseroan telah tersebar di 5 benua di dunia.

Sebagai salah satu Fast Moving Consumer Goods Companies, PT. Mayora Indah Tbk telah membuktikan dirinya sebagai salah satu produsen makanan berkualitas tinggi dan telah mendapatkan banyak penghargaan, diantaranya adalah “Top Five Best Managed Companies in Indonesia” dari Asia

Money, “Top 100 Exporter Companies in Indonesia” dari majalah Swa, “Top 100 public listed companies” dari majalah Investor Indonesia, “Best Manufacturer of Halal Products” dari Majelis Ulama Indonesia, Best Listed Company dari Berita Satu, “Indonesia’s Corporate Secretary Award, Top 5 Good Corporate Governance Issues in Consumer Goods Sector, dari Warta Ekonomi dan banyak lagi penghargaan lainnya.

Sesuai dengan Anggaran Dasarnya, kegiatan usaha Perseroan diantaranya adalah dalam bidang industri. Saat ini, PT. Mayora Indah Tbk. dan entitas anak memproduksi dan secara umum mengklasifikasikan produk yang dihasilkan ke dalam 2 (dua kategori) yaitu makanan olahan dan minuman olahan, yang meliputi 6 (enam) divisi yang masing masing menghasilkan produk berbeda namun terintegrasi, meliputi :

1. Divisi Biskuit
2. Divisi Kembang Gula
3. Divisi Wafer
4. Divisi Cokelat
5. Divisi Kopi
6. Divisi Makanan Kesehatan

Di Indonesia, Perseroan tidak hanya dikenal sebagai perusahaan yang memproduksi makanan dan minuman olahan, tetapi juga dikenal sebagai market leader yang sukses menghasilkan produk produk yang menjadi pelopor pada kategorinya masing masing.

Dalam melaksanakan aktivitasnya sehari-hari, PT Mayora Indah Tbk. mewajibkan karyawannya untuk melakukan Lentera Hati (Briefing) setiap pagi hari pukul 07:45 sampai dengan 08:00 untuk menanamkan 5 filosofi sikap dalam bekerja untuk para karyawannya yang disusun menjadi 5R dan 7 Prinsip Mayora:

1. Ringkas Memilah-milah yang perlu dan tidak perlu
2. Rapih Menempatkan semua hal pada tempatnya
3. Resik Bebas dari debu, kotoran, dan bau
4. Rawat Mempertahankan sesuatu yang lebih baik
5. Rajin Hal yang baik dijadikan kebiasaan dan budaya

Dalam menjalankan bisnisnya PT Mayora Indah Tbk. juga mempunyai prinsip kode etik yang merupakan perangkat dalam mendukung visi & misi dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari peraturan internal perusahaan yang disusun menjadi 7 Prinsip Mayora untuk meraih kesuksesan, yaitu:

#### *1. Quality*

Jaga selalu kualitas produk seolah-olah hidup kita hanya bergantung padanya. Percaya bahwa konsumen adalah cerdas dan mampu membedakan kualitas produk yang baik. Hanya menjual produk yang dapat kita banggakan.

#### *2. Efisiensi*

Jangan berharap konsumen bersedia terus menerus membayar ketidakefisienan kita. Terus meningkatkan efisiensi dalam setiap proses bisnis untuk tetap memenangkan persaingan.

### *3. Innovation*

Tanpa inovasi tidak akan ada kemajuan dan terobosan Berorientasi pada konsumen dengan melakukan inovasi produk dan proses untuk melayani kebutuhan konsumen. Inovasi yang berkesinambungan pada setiap proses kerja untuk mempertahankan pencapaian dan melakukan terobosan baru.

### *4. Passion*

Jangan puas dengan hasil biasa-biasa saja, berikan usaha yang terbaik untuk mencapai keunggulan. Bekerja keras dan gigih, tidak ada jalan pintas untuk mencapai keunggulan. Gunakan sebagai sarana yang inovatif untuk melakukan peningkatan. Lakukan pekerjaan yang anda cintai dan menginspirasi anda untuk menjadi lebih baik setiap harinya.

### *5. Wisdom*

Bekerja cerdas, jelas dengan arah yang anda tuju, tidak bertindak secara berlebihan, dan bertindak secara efisien. Jadilah serba bisa, lincah dan praktis dalam rencana dan tindakan. Menghormati orang lain dan diri sendiri, membangun hubungan dengan prinsip yang saling menguntungkan. Membangun tim yang kuat dan jalinan pertemanan, buat orang lain senang bekerjasama dengan anda.

### *6. Responsibility*

Evaluasi pencapaian dan produktivitas anda setiap hari. Jadilah proaktif dan berinisiatif untuk memberikan solusi dan menuntaskan tugas. Jangan sia-siakan

kepercayaan yang diberikan kepada kita. Berpikir secara cermat, berikan hukuman pada sifat tidak peduli dan ceroboh.

### *7. Confidence*

Bertindak segera tanpa ragu setelah rencana selesai dibuat. Besar atau kecil masalah yang ada, hadapi masalah tersebut satu per satu. Jangan pernah merasa rendah diri, karena hanya akan membatasi pencapaian anda. Berani mengambil resiko jika anda ingin berhasil mencapai terobosan baru.

## **2. Visi dan Misi Perusahaan**

1. Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.
2. Dapat memperoleh Laba Bersih Operasi diatas rata-rata industri dan memberikan value added yang baik bagi seluruh stakeholders Perseroan.
3. Dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan negara dimana Perseroan berada.

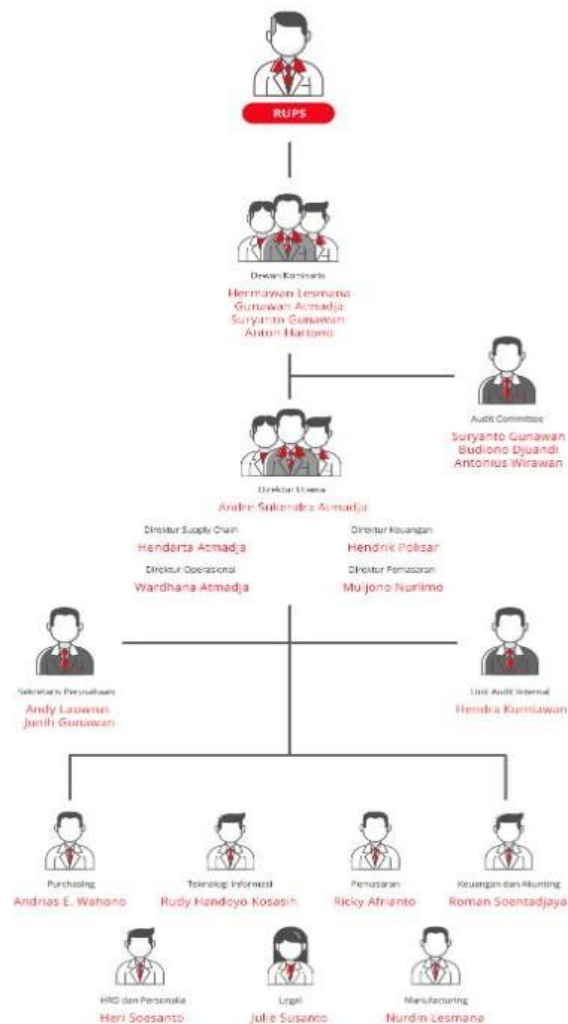
## **3. Logo Perusahaan**

Logo PT Mayora Indah Tbk. terdiri dari 3 komponen, yaitu tulisan “MAYORA”, garis putus-putus, dan gerbang. Filosofi kata “MAYORA” menurut etimologi dapat ditarik hingga menemukan kata latin “major” yang berarti lebih besar. Ini adalah indikasi semangat PT Mayora Indah Tbk. untuk menjadi lebih baik dari perusahaan lain di bidang yang sama. komponen logo gerbang menunjukkan PT Mayora Indah Tbk. dapat menghasilkan produk yang

dapat menembus pasar baik domestik maupun internasional. Terakhir, penggambaran garis putus-putus menggambarkan bahwa dalam mencapai tujuan PT Mayora Indah Tbk. dilakukan secara bertahap.

#### 4. Struktur Organisasi PT Mayora Indah Tbk.

Struktur organisasi Mayora Indah menggambarkan peranan dan fungsi setiap manajemen dalam pengelolaan perusahaan, di mana perseroan ini dikelola oleh Dewan direksi.



Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Mayora Indah Tbk.

(sumber : mayoraindah.co.id)

.Berdasarkan Gambar 2.2 pada struktur organisasi diatas, PT Mayora Indah Tbk. mempunyai beberapa tingkatan dalam struktur organisasinya, di mana RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) berada pada posisi paling atas dan diikuti oleh Dewan Komisaris yang diawasi oleh Audit Committee yang di mana dalam struktur organisasi ini Audit Committee berada di posisi yang independen serta membawahi Direktur Utama dan mempunyai beberapa anggota Direktur yang terdiri dari Direktur Supply Chain, 14 Direktur Operasional, Direktur Keuangan, dan Direktur Pemasaran, selanjutnya ada Unit Audit Internal dan Sekretaris Perusahaan yang mempunyai garis kewenangan yang sama di dalam perusahaan, dan yang terakhir ada manajer dari setiap divisi di mana manajer dari setiap divisi terbagi menjadi 7, yaitu Purchasing, Teknologi Informasi, Pemasaran, Keuangan & Akunting, HRD & Personalia, Legal, dan Manufacturing.

## **B. Teknik Analisis Data**

### **1. Identitas Responden**

Penelitian ini dilakukan terhadap 93 responden, dan dibagi dalam beberapa kategori sebagai berikut :

#### **b. Jenis Kelamin**

**Tabel 4. 1**  
**Jenis Kelamin**  
**N = 93**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
1	Laki-laki	51	54,8
2	Perempuan	42	45,2

<b>Jumlah</b>	<b>93</b>	<b>100</b>
---------------	-----------	------------

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel jenis kelamin di atas, dari seluruh responden sebanyak 93 orang dengan data presentase 100%. Didapatkan data sebanyak 51 orang (54,8%) laki-laki dan sebanyak 42 orang (45,2%) merupakan perempuan. Maka dengan data tersebut usia terbanyak adalah laki-laki.

**c. Usia**

**Tabel 4. 2**

**Usia**  
**N = 93**

<b>No</b>	<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
1	< 20	1	1,1
2	20 – 29	92	98,9
3	30 – 39	0	0
4	> 40	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>93</b>	<b>100</b>

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel usia di atas, dari seluruh responden sebanyak 93 orang dengan data presentase 100%. Didapatkan data sebanyak 1 orang (1,1%) dengan usia kurang dari 20 tahun, sebanyak 92 orang (98,9%) dengan usia 20-29 tahun dan tidak ada responden dengan usia 30-39 tahun maupun lebih dari 40 tahun. Maka dengan data tersebut usia terbanyak adalah 20-29 tahun.



#### d. Pekerjaan

**Tabel 4. 3**  
**Pekerjaan**  
**N = 93**

No	Usia	Frekuensi	Presentasi
1	Pelajar/Mahasiswa	34	36,5
2	Wirausaha	6	6,5
3	Karyawan	45	48,4
4	Ibu Rumah Tangga	0	0
5	Lainnya	8	8,6
<b>Jumlah</b>		<b>93</b>	<b>100</b>

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel usia di atas, dari seluruh responden sebanyak 93 orang dengan data presentase 100%. Didapatkan data sebanyak 34 orang (36,5%) adalah pelajar/mahasiswa, sebanyak 6 orang (6,5%) adalah wirausaha, sebanyak 45 orang (48,4%) adalah karyawan, sebanyak 8 orang (8,6%) memilih lainnya dan tidak ada yang responden yang menjawab ibu rumah tangga.

## 2. Analisis Pernyataan Responden mengenai Pengaruh Corporate Social Responsibility

(Variabel X)

### a. Profit

**Tabel 4.4**  
**Program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk memberi keuntungan bagi masyarakat**  
**N=93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	42	45,2
Setuju	48	51,6
Tidak Setuju	3	3,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk memberi keuntungan bagi masyarakat. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 42 orang (45,2%) menjawab sangat setuju, sebanyak 48 orang (51,6%) menjawab setuju, sebanyak 3 orang (3,2%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 51,6% menyatakan setuju bahwa program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk memberi keuntungan bagi masyarakat.

**Tabel 4.5**  
**Program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah Tbk dapat mensejahterakan**  
**kehidupan masyarakat**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	35	37,6
Setuju	52	55,9
Tidak Setuju	6	6,5
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 35 orang (37,6%) menjawab sangat setuju, sebanyak 52 orang (55,9%) menjawab setuju, sebanyak 6 orang (6,5%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 55,9% menyatakan setuju bahwa program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat.

**Tabel 4.6**  
**Program CSR “BEDAH RUMAH” PT Mayora Indah, Tbk dapat meningkatkan**  
**kualitas hidup yang nyaman, sehat dan bersih**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	29	31,2
Setuju	60	64,5
Tidak Setuju	3	3,2
Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat meningkatkan kualitas hidup yang nyaman sehat dan bersih. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 29 orang (31,2%) menjawab sangat setuju, sebanyak 60 orang (64,5%) menjawab setuju, sebanyak 3 orang (3,2%) menjawab tidak setuju, dan sebanyak 1 orang (1,1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64,5% menyatakan setuju bahwa program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat meningkatkan kualitas hidup yang nyaman sehat dan bersih.

**Tabel 4.7**  
**Program CSR “BEDAH RUMAH” PT Mayora Indah, Tbk dapat memberikan kelayakan terhadap warga yang memperhatikan kondisi ekonomi dan keadaannya**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	32	34,4
Setuju	59	63,4
Tidak Setuju	1	1,1
Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat memberikan kelayakan terhadap warga yang memperhatikan kondisi ekonomi dan keadaannya. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 32 orang (34,4%) menjawab sangat setuju, sebanyak 59 orang (63,4%) menjawab setuju, sebanyak 1 orang (1,1%) menjawab tidak setuju, dan sebanyak 1 orang (1,1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 63,4% menyatakan setuju bahwa program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat memberikan kelayakan terhadap warga yang memperhatikan kondisi ekonomi dan keadaannya.

**Tabel 4.8**  
**Program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat membantu mempromosikan produk perusahaan**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	38	40,8
Setuju	50	53,8
Tidak Setuju	5	5,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat membantu mempromosikan produk perusahaan. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 38 orang (40,8%) menjawab sangat setuju, sebanyak 50 orang (53,8%) menjawab setuju, sebanyak 5 orang (5,4%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 53,8% menyatakan setuju bahwa program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat membantu mempromosikan produk perusahaan.

**b. Planet**

**Tabel 4.9**  
**PT Mayora Indah Tbk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar perusahaan melalui Program CSR “BEDAH RUMAH”**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	31	33,3
Setuju	59	63,4
Tidak Setuju	3	3,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah Tbk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar perusahaan melalui program CSR “Bedah Rumah”. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 31 orang (33,3%) menjawab sangat setuju, sebanyak 59 orang (63,4%) menjawab setuju, sebanyak 3 orang (3,3%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 63,4% menyatakan setuju bahwa PT Mayora Indah Tbk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar perusahaan melalui program CSR “Bedah Rumah”.

**Tabel 4.10**  
**Program CSR “BEDAH RUMAH” PT Mayora Indah, Tbk berpartisipasi dalam**  
**program pembangunan sosial yang dirancang untuk meningkatkan taraf hidup**  
**masyarakat**  
**N = 93**

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	36	38,7
Setuju	53	56,9
Tidak Setuju	2	2,2
Sangat Tidak Setuju	2	2,2
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah Tbk berpartisipasi dalam program pembangunan sosial yang dirancang untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 36 orang (38,7%) menjawab sangat setuju, sebanyak 53 orang (56,9%) menjawab setuju, sebanyak 2 orang (2,2%) menjawab tidak setuju, dan sebanyak 2 orang (2,2%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56,9% menyatakan setuju bahwa program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah Tbk berpartisipasi dalam program pembangunan sosial yang dirancang untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.



**Tabel 4.11**  
**Program CSR “BEDAH RUMAH” PT Mayora Indah, Tbk menjadikan masyarakat lebih peduli terhadap lingkungan yang sehat dan bersih**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	30	32,3
Setuju	57	61,3
Tidak Setuju	6	6,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk menjadikan masyarakat lebih peduli terhadap lingkungan yang sehat dan bersih. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 30 orang (32,3%) menjawab sangat setuju, sebanyak 57 orang (61,3%) menjawab setuju, sebanyak 6 orang (6,4%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 61,3% menyatakan setuju bahwa program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk menjadikan masyarakat lebih peduli terhadap lingkungan yang sehat dan bersih.

c. People

**Tabel 4.12**  
**Program CSR “BEDAH RUMAH” PT Mayora Indah, Tbk merupakan bentuk kepedulian terhadap kesejahteraan manusia**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	45	48,4
Setuju	46	49,4
Tidak Setuju	2	2,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk merupakan bentuk kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 45 orang (48,4%) menjawab sangat setuju, sebanyak 46 orang (49,4%) menjawab setuju, sebanyak 2 orang (2,2%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 49,4% menyatakan setuju bahwa program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk merupakan bentuk kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.

**Tabel 4.13**  
**Program CSR “BEDAH RUMAH” PT Mayora Indah, Tbk dapat mensejahterakan dan meringankan beban masyarakat**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	36	38,7
Setuju	55	59,1
Tidak Setuju	2	2,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat mensejahterakan dan meringankan beban masyarakat. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 36 orang (38,7%) menjawab sangat setuju, sebanyak 55 orang (59,1%) menjawab setuju, sebanyak 2 orang (2,2%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 59,1% menyatakan setuju bahwa program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk dapat mensejahterakan dan meringankan beban masyarakat.

**Tabel 4.14**  
**Masyarakat dapat berinteraksi langsung dan berkomunikasi dengan pihak perusahaan**  
**berkat program CSR “BEDAH RUMAH”**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	32	34,4
Setuju	56	60,2
Tidak Setuju	5	5,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan masyarakat dapat berinteraksi langsung dan berkomunikasi dengan pihak perusahaan berkat program CSR “Bedah Rumah”. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 32 orang (34,4%) menjawab sangat setuju, sebanyak 56 orang (60,2%) menjawab setuju, sebanyak 5 orang (5,4%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60,2% menyatakan setuju bahwa masyarakat dapat berinteraksi langsung dan berkomunikasi dengan pihak perusahaan berkat program CSR “Bedah Rumah”.

### 3. Analisis Pernyataan Responden mengenai Citra PT Mayora Indah, Tbk (Variabel Y)

#### a. Personality

**Tabel 4.15**  
**PT. Mayora Indah Tbk memiliki visi misi yang jelas**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	39	41,9
Setuju	52	55,9
Tidak Setuju	2	2,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah, Tbk memiliki visi misi yang jelas. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 39 orang (41,9%) menjawab sangat setuju, sebanyak 52 orang (55,9%) menjawab setuju, sebanyak 2 orang (2,2%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 55,9% menyatakan setuju bahwa PT Mayora Indah, Tbk memiliki visi misi yang jelas.

**Tabel 4.16**  
**Masyarakat melihat PT. Mayora Indah Tbk sebagai perusahaan yang terpercaya**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	40	43
Setuju	53	57
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan masyarakat melihat PT Mayora Indah, Tbk sebagai perusahaan yang terpercaya. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 40 orang (43%) menjawab sangat setuju, sebanyak 53 orang (57%) menjawab setuju, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju ataupun sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57% menyatakan setuju bahwa masyarakat melihat PT Mayora Indah, Tbk sebagai perusahaan yang terpercaya.

**Tabel 4.17**  
**PT. Mayora Indah Tbk merupakan perusahaan yang peduli pada masyarakat**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	31	33,4

Setuju	59	63,4
Tidak Setuju	3	3,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah, Tbk merupakan perusahaan yang peduli pada masyarakat. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 31 orang (33,4%) menjawab sangat setuju, sebanyak 59 orang (63,4%) menjawab setuju, sebanyak 3 orang (3,2%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 63,4% menyatakan setuju bahwa PT Mayora Indah, Tbk merupakan perusahaan yang peduli pada masyarakat.

**Tabel 4.18**

**PT. Mayora Indah Tbk sebagai perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial**  
N = 93

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	37	39,8
Setuju	53	57
Tidak Setuju	3	3,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah, Tbk sebagai perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 37 orang (39,8%) menjawab sangat setuju, sebanyak 53 orang (57%) menjawab setuju, sebanyak 3 orang (3,2%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57% menyatakan setuju bahwa PT Mayora Indah, Tbk sebagai perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.

**Tabel 4.19**  
**PT. Mayora Indah Tbk memiliki tanggung jawab lingkungan yang berdampak positif bagi peningkatan kualitas hidup**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	33	35,5
Setuju	54	58
Tidak Setuju	5	5,4
Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah, Tbk memiliki tanggung jawab lingkungan yang berdampak positif bagi peningkatan kualitas hidup. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 33 orang (35,5%) menjawab



sangat setuju, sebanyak 54 orang (58%) menjawab setuju, sebanyak 5 orang (5,4%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (1,1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58% menyatakan setuju PT Mayora Indah, Tbk memiliki tanggung jawab lingkungan yang berdampak positif bagi peningkatan kualitas hidup.

**Tabel 4.20**  
**PT. Mayora Indah Tbk mampu menyejahterakan masyarakat**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	27	29
Setuju	60	64,5
Tidak Setuju	5	5,4
Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah, Tbk mampu menyejahterakan masyarakat. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 27 orang (29%) menjawab sangat setuju, sebanyak 60 orang (64,5%) menjawab setuju, sebanyak 5 orang ( 5,4%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (1,1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64,5% menyatakan setuju bahwa PT Mayora Indah, Tbk mampu menyejahterakan masyarakat.

**Tabel 4. 21**  
**PT. Mayora Indah Tbk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar perusahaan**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	32	34,4
Setuju	60	64,5
Tidak Setuju	1	1,1
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah, Tbk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 32 orang (34,4%) menjawab sangat setuju, sebanyak 60 orang (64,5%) menjawab setuju, sebanyak 1 orang (1,1%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64,5% menyatakan setuju bahwa PT Mayora Indah, Tbk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar perusahaan.

## b. Reputation

**Tabel 4.22**  
**Masyarakat melihat kinerja PT. Mayora Indah Tbk yang turut membantu menaikkan**  
**kualitas hidup masyarakat**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	31	33,3
Setuju	58	62,4
Tidak Setuju	3	3,2
Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan masyarakat melihat kinerja PT Mayora Indah, Tbk yang turut membantu menaikkan kualitas hidup masyarakat. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 31 orang (33,3%) menjawab sangat setuju, sebanyak 58 orang (62,4%) menjawab setuju, sebanyak 3 orang (3,2%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (1,1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 62,4% menyatakan setuju bahwa masyarakat melihat kinerja PT Mayora Indah, Tbk yang turut membantu menaikkan kualitas hidup masyarakat.

**Tabel 4.23**  
**PT Mayora Indah Tbk perusahaan produsen makanan terbaik yang bertanggungjawab**  
**mengutamakan kebersihan dan kesehatan, termasuk pada lingkungan sekitarnya**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	34	36,6
Setuju	56	60,2
Tidak Setuju	3	3,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah, Tbk perusahaan produsen makanan terbaik yang bertanggung jawab mengutamakan kebersihan dan kesehatan, termasuk pada lingkungan sekitarnya. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 34 orang (36,6%) menjawab sangat setuju, sebanyak 56 orang (60,2%) menjawab setuju, sebanyak 3 orang (3,2%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60,2% menyatakan setuju bahwa PT Mayora Indah, Tbk perusahaan produsen makanan terbaik yang bertanggung jawab mengutamakan kebersihan dan kesehatan, termasuk pada lingkungan sekitarnya.

**Tabel 4.24**  
**Kualitas dari PT. Mayora Indah Tbk dalam memberikan perhatian kepada masyarakat sudah cukup**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	26	27,9
Setuju	58	62,4
Tidak Setuju	9	9,7
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan kualitas PT Mayora Indah, Tbk dalam memberikan perhatian kepada masyarakat sudah cukup. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 26 orang (27,9%) menjawab sangat setuju, sebanyak 58 orang (62,4%) menjawab setuju, sebanyak 9 orang (9,7%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 62,4% menyatakan setuju bahwa kualitas PT Mayora Indah, Tbk dalam memberikan perhatian kepada masyarakat sudah cukup.

**Tabel 4.25**  
**Perhatian yang diberikan PT. Mayora Indah Tbk terhadap kegiatan-kegiatan CSR**  
**cukup maksimal**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	27	29
Setuju	62	66,7
Tidak Setuju	4	4,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan perhatian yang diberikan PT Mayora Indah, Tbk terhadap kegiatan-kegiatan CSR cukup maksimal. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 27 orang (29%) menjawab sangat setuju, sebanyak 62 orang (66,7%) menjawab setuju, sebanyak 4 orang (4,3%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 66,7% menyatakan setuju bahwa perhatian yang diberikan PT Mayora Indah, Tbk terhadap kegiatan-kegiatan CSR cukup maksimal.

**Tabel 4.26**  
**PT. Mayora Indah Tbk mampu melaksanakan kegiatan CSR yang berkelanjutan**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	28	30,1
Setuju	62	66,7
Tidak Setuju	3	3,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah, Tbk mampu melaksanakan kegiatan CSR yang berkelanjutan. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 28 orang (30,1%) menjawab sangat setuju, sebanyak 62 orang (66,7%) menjawab setuju, sebanyak 3 orang (3,2%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 66,7% menyatakan setuju bahwa PT Mayora Indah, Tbk mampu melaksanakan kegiatan CSR yang berkelanjutan.

**Tabel 4.27**  
**Kegiatan – kegiatan CSR dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap PT.**  
**Mayora Indah Tbk**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	35	37,6

Setuju	57	61,3
Tidak Setuju	1	1,1
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan kegiatan-kegiatan CSR dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap PT Mayora Indah, Tbk. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 35 orang (37,6%) menjawab sangat setuju, sebanyak 57 orang (61,3%) menjawab setuju, sebanyak 1 orang (1,1%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 61,3% menyatakan setuju bahwa kegiatan-kegiatan CSR dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap PT Mayora Indah, Tbk.

**Tabel 4.28**  
**Inovasi PT. Mayora Indah Tbk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat kualitas yang tinggi**

**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	30	32,3
Setuju	61	65,6
Tidak Setuju	2	2,1
Sangat Tidak Setuju	0	0



Total	93	100
-------	----	-----

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan inovasi PT Mayora Indah, Tbk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat kualitas yang tinggi. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 30 orang (32,3%) menjawab sangat setuju, sebanyak 61 orang (65,6%) menjawab setuju, sebanyak 2 orang (2,1%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 65,6% menyatakan setuju bahwa inovasi PT Mayora Indah, Tbk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat kualitas yang tinggi.

### c. Value

**Tabel 4.29**

**Sikap manajemen PT. Mayora Indah Tbk yang peduli kepada masyarakat terutama Masyarakat mampu dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan lingkungan**

**N = 93**

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	33	35,5
Setuju	58	62,4
Tidak Setuju	2	2,1
Sangat Tidak Setuju	0	0

Total	93	100
-------	----	-----

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan sikap manajemen PT Mayora Indah, Tbk yang peduli kepada masyarakat terutama masyarakat mampu dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan lingkungan. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 33 orang (35,5%) menjawab sangat setuju, sebanyak 58 orang (62,4%) menjawab setuju, sebanyak 2 orang (2,1%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 62,4% menyatakan setuju bahwa sikap manajemen PT Mayora Indah, Tbk yang peduli kepada masyarakat terutama masyarakat mampu dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan lingkungan.

**Tabel 4.30**  
**Karyawan dan stakeholders PT. Mayora Indah Tbk yang cepat tanggap menghadapi**  
**kebutuhan masyarakat**  
**N = 93**

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	26	28
Setuju	60	64,5
Tidak Setuju	7	7,5
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan karyawan dan stakeholders PT Mayora Indah, Tbk yang cepat tanggap menghadapi kebutuhan masyarakat. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 26 orang (28%) menjawab sangat setuju, sebanyak 60 orang (64,5%) menjawab setuju, sebanyak 7 orang (7,5%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64,5% menyatakan setuju bahwa karyawan dan stakeholders PT Mayora Indah, Tbk yang cepat tanggap menghadapi kebutuhan masyarakat.

**Tabel 4.31**  
**Masyarakat merasa memiliki nilai tambah pada PT. Mayora Indah Tbk berkat program CSR**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	35	37,6
Setuju	56	60,2
Tidak Setuju	2	2,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan masyarakat merasa memiliki nilai tambah pada PT Mayora Indah, Tbk berkat program

CSR. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 35 orang (37,6%) menjawab sangat setuju, sebanyak 56 orang (60,2%) menjawab setuju, sebanyak 2 orang (2,2%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60,2% menyatakan setuju bahwa masyarakat merasa memiliki nilai tambah pada PT Mayora Indah, Tbk berkat program CSR.

**Tabel 4.32**

**PT. Mayora Indah Tbk selalu berusaha menjadi inisiasi positif serta memotivasi baik individu maupun institusi untuk bersama-sama menciptakan masyarakat yang sejahtera**  
N = 93

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	28	30,1
Setuju	64	68,8
Tidak Setuju	1	1,1
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan PT Mayora Indah, Tbk selalu berusaha menjadi inisiasi positif serta memotivasi baik individu maupun institusi untuk bersama-sama menciptakan masyarakat yang sejahtera. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 28 orang (30,1%) menjawab sangat setuju,

sebanyak 64 orang (68,8%) menjawab setuju, sebanyak 1 orang (1,1%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 68,8% menyatakan setuju bahwa PT Mayora Indah, Tbk selalu berusaha menjadi inisiasi positif serta memotivasi baik individu maupun institusi untuk bersama-sama menciptakan masyarakat yang sejahtera.

#### d. Corporate Identity

**Tabel 4.33**  
**Masyarakat mengenali logo dan tagline PT. Mayora Indah Tbk**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	34	36,6
Setuju	55	59,1
Tidak Setuju	4	4,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan masyarakat mengenali logo dan tagline PT Mayora Indah, Tbk. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 34 orang (36,6%) menjawab sangat setuju, sebanyak 55 orang (59,1%) menjawab

setuju, sebanyak 4 orang (4,3%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 59,1% menyatakan setuju bahwa masyarakat mengenali logo dan tagline PT Mayora Indah, Tbk.

**Tabel 4.34**  
**Masyarakat mengenali kegiatan CSR PT. Mayora Indah, Tbk**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	23	24,7
Setuju	65	69,9
Tidak Setuju	5	5,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan masyarakat mengenali kegiatan CSR PT Mayora Indah, Tbk. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 23 orang (24,7%) menjawab sangat setuju, sebanyak 65 orang (69,9%) menjawab setuju, sebanyak 5 orang (5,4%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 69,9% menyatakan setuju bahwa masyarakat mengenali kegiatan CSR PT Mayora Indah, Tbk.

**Tabel 4.35**  
**Penyampaian kegiatan-kegiatan CSR didukung oleh media informasi yang cukup menarik**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	31	33,3
Setuju	56	60,2
Tidak Setuju	6	6,5
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan penyampaian kegiatan-kegiatan CSR didukung oleh media informasi yang cukup menarik. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 31 orang (33,3%) menjawab sangat setuju, sebanyak 56 orang (60,2%) menjawab setuju, sebanyak 6 orang (6,5%) menjawab tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60,2% menyatakan setuju bahwa penyampaian kegiatan-kegiatan CSR didukung oleh media informasi yang cukup menarik.

**Tabel 4.36**  
**Media iklan untuk program CSR cukup menarik**  
**N = 93**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Setuju	31	33,3

Setuju	56	60,2
Tidak Setuju	5	5,4
Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total	93	100

**(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan April 2022)**

Berdasarkan data tabel di atas, mengenai pernyataan media iklan untuk program CSR cukup menarik. Dari seluruh responden 93 orang dengan data presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 31 orang (33,3%) menjawab sangat setuju, sebanyak 56 orang (60,2%) menjawab setuju, sebanyak 5 orang (5,4%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (1,1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60,2% menyatakan setuju bahwa media iklan untuk program CSR cukup menarik.

#### **4. Rekapitulasi Variabel X dan Y**

Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variable X yaitu Pengaruh Corporate Social Responsibility berdasarkan table sebagai berikut :

**Tabel 4.37**  
**Rekapitulasi Variabel X**  
**(Corporate Social Responsibility)**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
1	X1	3,42



2	X2	3, 31
3	X3	3, 26
4	X4	3, 31
5	X5	3, 35
6	X6	3, 30
7	X7	3, 32
8	X8	3, 26
9	X9	3, 46
10	X10	3, 37
11	X11	3, 29
<b>Jumlah</b>		<b>36,</b> <b>66</b>
<b>Rata – rata</b>		<b>3, 33</b>

**Sumber : Hasil penelitian pada bulan April 2020)**

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilahi bahwa pengaruh Corporate Social Responsibility (Variabel X) yaitu **setuju**. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel pengaruh Corporate Social Responsibility (variabel X) sebesar 3,33.

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yaitu Citra PT Mayora Indah, Tbk berdasarkan tabel sebagai berikut

**Tabel 4.38**  
**Rekapitulasi Variabel Y**  
**(Citra PT Mayora Indah, Tbk)**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
1	Y1	3,40
2	Y2	3,43
3	Y3	3,30
4	Y4	3,37
5	Y5	3,28
6	Y6	3,22
7	Y7	3,33
8	Y8	3,28
9	Y9	3,33
10	Y10	3,18
11	Y11	3,25
12	Y12	3,27
13	Y13	3,37
14	Y14	3,30
15	Y15	3,33
16	Y16	3,20
17	Y17	3,35
18	Y18	3,29
19	Y19	3,32

20	Y20	3, 19
21	Y21	3, 27
22	Y22	3, 26
<b>Jumlah</b>		<b>72, 52</b>
<b>Rata – rata</b>		<b>3, 29</b>

**Sumber : Hasil penelitian pada bulan April 2020)**

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilahi bahwa Citra PT Mayora Indah, Tbk (Variabel Y) yaitu **setuju**. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Citra PT Mayora Indah, Tbk (variabel Y) sebesar 3,29.

## 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis Uji Regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap variabel dependen (Y) yaitu Citra PT Mayora Indah, Tbk. Berikut ini adalah data hasil pengelolaan SPSS versi 26 *for windows* :

**Tabel 4.39**  
**Model Summary**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 <sup>a</sup>	.828	.826	3.92712
a. Predictors: (Constant), Pengaruh CSR “Bedah Rumah”				

**(Sumber : Perhitungan SPSS 26)**

Analisis Regresi yang digunakan pada bagian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut juga koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” Terhadap Citra PT Mayora Indah, Tbk dengan nilai R adalah 0,910 yaitu diantara 0,80 - 1,00 artinya hubungan atau korelasi antara variabel Akun Instagram berpengaruh sangat kuat.

1. 0,00 - 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,20 - 0,399 artinya rendah atau lemah
3. 0,40 - 0,599 artinya sedang atau cukup
4. 0,60 - 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,80 - 1,00 artinya sangat tinggi atau sangat kuat.

Sedangkan R Square disebut juga koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R Square menunjukkan angka 0,828. Angka tersebut diartikan bahwa Citra PT Mayora Indah, Tbk yang disebabkan oleh Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” adalah sebesar 82,8% sedangkan sisanya 17,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Nilai R square menunjukkan angka 0,828 atau 82,8% artinya *Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah”* berpengaruh terhadap Citra PT Mayora Indah, Tbk.

Selanjutnya, yaitu analisis uji regresi linear sederhana yaitu analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran Pengaruh antara variabel

X yaitu Pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah” terhadap variabel Y yaitu Citra PT Mayora Indah, Tbk.

Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan Pengaruhantara variabel X dan Y, sebagai berikut :

**Tabel 4.49**  
**Tabel ANOVA**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6763.755	1	6763.755	438.570	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1403.428	91	15.422		
	Total	8167.183	92			
a. Dependent Variable: Citra PT Mayora Indah, Tbk						
b. Predictors: (Constant), Pengaruh CSR “Bedah Rumah”						

(Sumber : Perhitungan SPSS 26)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 438.570 dengan nilai signifikan 0,00 karena nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu  $0,00 < 0,10$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Citra PT Mayora Indah, Tbk.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0,10$ . Karena angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,10$  maka model regresi ini layak

untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Citra PT Mayora Indah, Tbk.

Untuk mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linear, maka digunakan rumus regresi linear  $Y = a + bx$ , yaitu sebagaimana dilihat pada analisis sebagai berikut :

**Tabel 4.41**  
**Coefficients**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.012	3.439		.294	.769
	CSR “Bedah Rumah”	1.951	.093	.910	20.942	.000

a. Dependent Variable: Citra PT Mayora Indah, Tbk

(Sumber : Perhitungan SPSS 26)

Persamaan regresinya

adalah :  $Y = a + bx$

Dimana :

$Y =$  Citra PT Mayora Indah, Tbk

$X =$  Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah”

a = Angka konstan dari *unstandardized coefficients*, yang ada dalam penelitian ini sebesar +1.012

b = Angka Koefisien regresi sebesar +1.951

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai  $X = 0$  maka  $Y =$  persamaan menjadi :  $Y = 1.012 + 1.951 X$ .

## 6. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel X dan Y yang telah didapat maka dilakukan uji Hipotesis. Untuk melihat Uji Hipotesis, yang dilihat pada t hitung, yaitu :

Keterangan :

t = t hitung

r = koefisien korelasi sederhana antara X dan

$Y_n$  = jumlah responden

Maka dengan demikian :

Jika t hitung  $>$  t tabel  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima (ada pengaruh)

Jika t hitung  $<$  t tabel  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak (tidak ada pengaruh)

Diketahui

i : n = 93

r = 0,910

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

$$t = \frac{0,910\sqrt{93-2}}{\sqrt{1-0,910^2}}$$

$$t = \frac{0,910\sqrt{91}}{\sqrt{1 - 0,8281}}$$

$$t = \frac{8,6723}{0,4146}$$

$$t = 8,257$$

Untuk melihat t tabel dapat dilihat dengan derajat bebas = n (jumlah sampel) - k (jumlah variabel). Sehingga derajat bebasnya adalah 93 - 2 = 91, yang dilakukan uji dua arah dengan signifikan 10%. Untuk melihat hasil uji hipotesis yang dilihat pada tabel t hitung 8,257 dan t tabel 1,661.

Karena nilai t hitung = 8,257 > 1,662 t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” terhadap Citra PT Mayora Indah, Tbk.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel pengaruh Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” (X) terhadap variabel dependent terikat Citra PT Mayora Indah, Tbk (Y). Corporate Social Responsibility digunakan sebagai salah satu bentuk kegiatan PT Mayora Indah, Tbk yang bertujuan untuk membentuk citra dari masyarakat terhadap perusahaan. Penelitian dilakukan kepada 93 responden yang dijadikan sampel yaitu followers @mayoraofficial.

Berdasarkan hasil penelitian, responden dalam penelitian ini diketahui mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki ada sebanyak 51 orang . Mayoritas usia responden dalam penelitian ini berusia 20-29



tahun 98,9%. Mayoritas status pekerjaan dalam penelitian ini adalah karyawan sebanyak 48,4%. Seluruh responden dalam penelitian ini sebanyak 100% menjawab mengetahui program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk.

### **1. *Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah”**

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah” (variabel X) yang dilihat dari keseluruhan dimensi *profit, planet, people* tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah” (variabel X) sebesar 3,33. *Corporate Social Responsibility* merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam membangun citra PT Mayora Indah, Tbk. Dari hasil penelitian yang dilakukan terbukti program *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan PT Mayora Indah, Tbk. Hal ini ditunjukkan dengan hasil yang berbeda dengan jawaban responden pada masing-masing *item* pernyataan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Program CSR “Bedah Rumah” merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang mencakup dimensi Profit, Planet dan People sesuai dengan konsep Triple Bottom Line Menurut John Elkington dalam dalam Ardianto & Machfudz (2011:300)

Pada dimensi Profit, Program CSR “Bedah Rumah” memberi keuntungan bagi masyarakat khususnya masyarakat kurang mampu, termasuk membantu mempromosikan dan lebih mengenalkan perusahaan kepada masyarakat.

Pada dimensi Planet, Program CSR “Bedah Rumah” merupakan bentuk komitmen PT Mayora Group Tbk dalam berpartisipasi pada program pembangunan sosial yang dirancang untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pada program tersebut juga memberi dampak positif bagi masyarakat sehingga lebih peduli terhadap kesejahteraan hidup, lingkungan yang sehat dan bersih.

Sedangkan pada dimensi People, Program CSR “Bedah Rumah” merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan untuk mensejahterakan dan meringankan beban masyarakat. Pada program tersebut juga masyarakat dapat berinteraksi langsung dan berkomunikasi dengan pihak perusahaan berkat program CSR.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X9 yang memiliki pernyataan “Program CSR “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk merupakan bentuk kepedulian terhadap kesejahteraan manusia” yaitu sebanyak 3,46 karena Program CSR yang diterapkan oleh PT Mayora berjalan dengan baik dan masyarakat merasa bahwa program tersebut merupakan suatu bentuk kepedulian PT Mayora Indah, Tbk terhadap masyarakat sekitar.

## **2. Citra PT Mayora Indah, Tbk**

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa Citra PT Mayora Indah, Tbk (variabel Y) yang dilihat dari keseluruhan dimensi *Personality*, *Reputasi*, *Value*, *Corporate Identity* berpengaruh pada hasil data penelitian variabel ini. Diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju di sebagian besar pernyataan Keputusan Pembelian Konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) sebesar 3,29.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) Keputusan Pembelian Konsumen pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y2 yang memiliki pernyataan “Masyarakat melihat PT. Mayora Indah Tbk sebagai perusahaan yang terpercaya” yaitu sebanyak 3,43 karena PT Mayora Indah, Tbk membuat suatu program CSR yang bisa langsung berdampak positif bagi masyarakat sekitar dan hal tersebut membuktikan bahwa CSR “Bedah Rumah” merupakan salah satu faktor yang kuat dalam menarik kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sehingga membantu citra yang positif untuk PT Mayora Indah, Tbk.

## **3. Pengaruh Corporate Social Responsibility “Bedah Rumah” Terhadap Citra PT Mayora Indah, Tbk**

Pernyataan pada variabel X (*Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah”) dan variabel Y (Citra PT Mayora Indah, Tbk) dalam

penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ .

Untuk membuktikan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah” terhadap Citra PT Mayora Indah, Tbk maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t itu bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi. Kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t-hitung harus lebih besar dari nilai t-tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapat bahwa nilai t-hitung 8,257 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,661. Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah” terhadap Citra PT Mayora Indah, Tbk.

Berdasarkan perhitungan, kuatnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel pengaruh *Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah” terhadap Citra PT Mayora Indah, Tbk sebesar 0,910 yaitu diantara 0,80 - 1,00 artinya hubungan atau korelasi antara variabel Instagram berpengaruh sangat tinggi atau sangat kuat.

R Square yaitu 0,828 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini Citra PT Mayora Indah, Tbk (Y) dipengaruhi sebesar 82,8% sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan

followers merasa bahwa program *Corporate Social Responsibility* “Bedah Rumah” PT Mayora Indah, Tbk berdampak positif bagi masyarakat dan membuat citra perusahaan baik dimata masyarakat sekitar.