



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Bahan Eksperimen dan Kuesioner



-Uluran tangan Air putih-

Kandungan air dalam tubuh manusia adalah sekitar $\frac{2}{3}$ atau sekitar 60% dari berat tubuh. Agar tubuh tidak mengalami dehidrasi, setiap orang harus meminum air dalam jumlah yang cukup. Kebutuhan air tidak sama untuk setiap orang. Hal ini akan

AIR PUTIH turut berkontribusi memberi bantuan bagi korban bencana alam.

tergantungan dengan usia, aktivitas, dan iklim tempat tinggal. Secara rata-rata, kebutuhan air minum adalah $\frac{1}{2}$ ounce untuk setiap pound berat badan, dimana 1 kilogram adalah 2,2 pound dan 1 pound adalah 16 ounce.

AIR PUTIH merupakan perusahaan air minum dalam kemasan. Selama bertahun-tahun, AIR PUTIH telah berdiri dan menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat. Dalam proses operasinya, AIR PUTIH yang memproduksi produk air minum dalam kemasan, sangat dekat dan berkaitan langsung dengan alam. Hal ini membuat AIR PUTIH sebagai warga negara yang baik, merasa mempunyai perasaan memiliki dan ingin berkontribusi langsung untuk masyarakat dan alam.

Sebagai bentuk nyata kepedulian AIR PUTIH terhadap masyarakat, AIR PUTIH berkontribusi langsung dengan mendonasikan sejumlah uang Rp 500 juta bagi korban bencana alam di Wasior, Mentawai, dan Merapi. AIR PUTIH juga memberikan bantuan langsung berupa produk AIR PUTIH dan juga masker untuk korban bencana alam di Sinabung. Selain itu, sebagai kesadaran dan kepeduliannya terhadap alam yang semakin kritis, AIR PUTIH juga telah melakukan pembibitan dan penanaman pohon untuk mencegah parahnya pemanasan Global.

STOP !!!

(Jangan dibalik sebelum ada perintah)



Air putih sebagai sarana donasi

Kandungan air dalam tubuh manusia adalah sekitar 2/3 atau sekitar 60% dari berat tubuh. Agar tubuh tidak mengalami dehidrasi, setiap orang harus meminum air dalam jumlah yang cukup. Kebutuhan air tidak sama untuk setiap orang. Hal ini akan tergantung dengan usia, aktivitas, dan iklim tempat tinggal.

Dengan membeli produk AIR PUTIH, kita turut menyumbang dan memberikan kebutuhan air bersih yang layak bagi masyarakat yang membutuhkan khususnya di NTT dan Timor-Timur

Secara rata-rata, kebutuhan air minum adalah ½ ounce untuk setiap pound berat badan, dimana 1 kilogram adalah 2,2 pound dan 1 pound adalah 16 ounce.

AIR PUTIH merupakan perusahaan air minum dalam kemasan. AIR PUTIH membuat program bertema 1 liter AIR PUTIH untuk 5 liter air bersih atau lebih dikenal dengan satu untuk lima. Hal ini dimaksudkan untuk mengajak kita sebagai konsumen untuk berkontribusi langsung dalam kegiatan yang dilakukan AIR PUTIH. Program ini merupakan program yang telah dijalankan AIR PUTIH sejak tahun 2006. Melalui program tersebut, AIR PUTIH secara proaktif memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada,

termasuk kesulitan akses air bersih di Indonesia demi mewujudkan kebiasaan hidup bersih dan sehat.

AIR PUTIH akan memberikan sumbangan berupa air bersih untuk daerah yang membutuhkan asupan air bersih berdasarkan jumlah pendapatan dari penjualan produk yang diperoleh. Untuk setiap terjualnya 1 Liter produk, AIR PUTIH akan menyediakan 5 Liter air bersih bagi komunitas yang membutuhkan seperti di NTT dan Timor-Timur.

STOP !!!

(Jangan dibalik sebelum ada perintah)



Air Putih's Sponsorship

Kandungan air dalam tubuh manusia adalah sekitar 2/3 atau sekitar 60% dari berat tubuh. Agar tubuh tidak mengalami dehidrasi, setiap orang harus meminum air dalam jumlah yang cukup. Kebutuhan air tidak sama untuk setiap orang. Hal ini akan tergantung dengan usia, aktivitas, dan iklim tempat tinggal. Secara rata-rata, kebutuhan

AIR PUTIH menjadi sponsor utama Pekan Olahraga Nasional (PON) dan memberikan produk AIR PUTIH secara gratis kepada para pemain dan masyarakat

air minum adalah ½ ounce untuk setiap pound berat badan, dimana 1 kilogram adalah 2,2 pound dan 1 pound adalah 16 ounce.

AIR PUTIH merupakan perusahaan air minum dalam kemasan. AIR PUTIH telah hadir menemani masyarakat selama 40 tahun. Menjadi produk air minum dalam kemasan yang populer membuat AIR PUTIH terus mengembangkan aspek sosial dan lingkungan yang menjadi topik dalam perkembangan bisnis pada akhir-akhir ini. AIR PUTIH juga berperan aktif dalam

memberikan sponsor baik dana maupun produk untuk acara-acara olah raga dan lainnya.

AIR PUTIH menjadi sponsor utama acara Pekan Olahraga Nasional (PON), dan membagikan produknya secara gratis untuk mencukupi kebutuhan air minum para pemain PON, penonton dan juga masyarakat sekitar. AIR PUTIH juga menjadi sponsor utama dalam AIR PUTIH Nations Cup. Bahkan dalam AIR PUTIH Nations Cup, AIR PUTIH tidak hanya menjadi sponsor utama, namun dibalik itu, AIR PUTIH mensponsori acara untuk *men-support* anak-anak berprestasi untuk dapat mengembangkan bakatnya dalam bidang olahraga.

STOP !!!

(Jangan dibalik sebelum ada perintah)



Air Putih

-Air Minum Dalam Kemasan-

Kandungan air dalam tubuh manusia adalah sekitar $\frac{2}{3}$ atau sekitar 60% dari berat tubuh. Agar tubuh tidak mengalami dehidrasi, setiap orang harus meminum air dalam jumlah yang cukup. Kebutuhan air tidak sama untuk setiap orang. Hal ini akan tergantung

AIR PUTIH adalah
Produk Air minum
dalam kemasan

dengan usia, aktivitas, dan iklim tempat tinggal. Secara rata-rata, kebutuhan air minum adalah $\frac{1}{2}$ ounce untuk setiap pound berat badan, dimana 1 kilogram adalah 2,2 pound dan 1 pound adalah 16 ounce.

AIR PUTIH adalah air minum dalam kemasan yang dapat dengan mudah dibawa kemanapun anda pergi. Dengan meminum air sesering mungkin akan menghindarkan anda dari dehidrasi.

STOP !!!

(Jangan dibalik sebelum ada perintah)

“Anteseden dan Konsekuensi dari C-C Identification”

Bersama ini, saya mohon kesediaan Saudara untuk mengisi daftar kuesioner yang saya berikan. Informasi yang anda berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian yang anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

NIM :

Umur :

Mengikuti kelas
Akuntansi Sosial
Dan Lingkungan

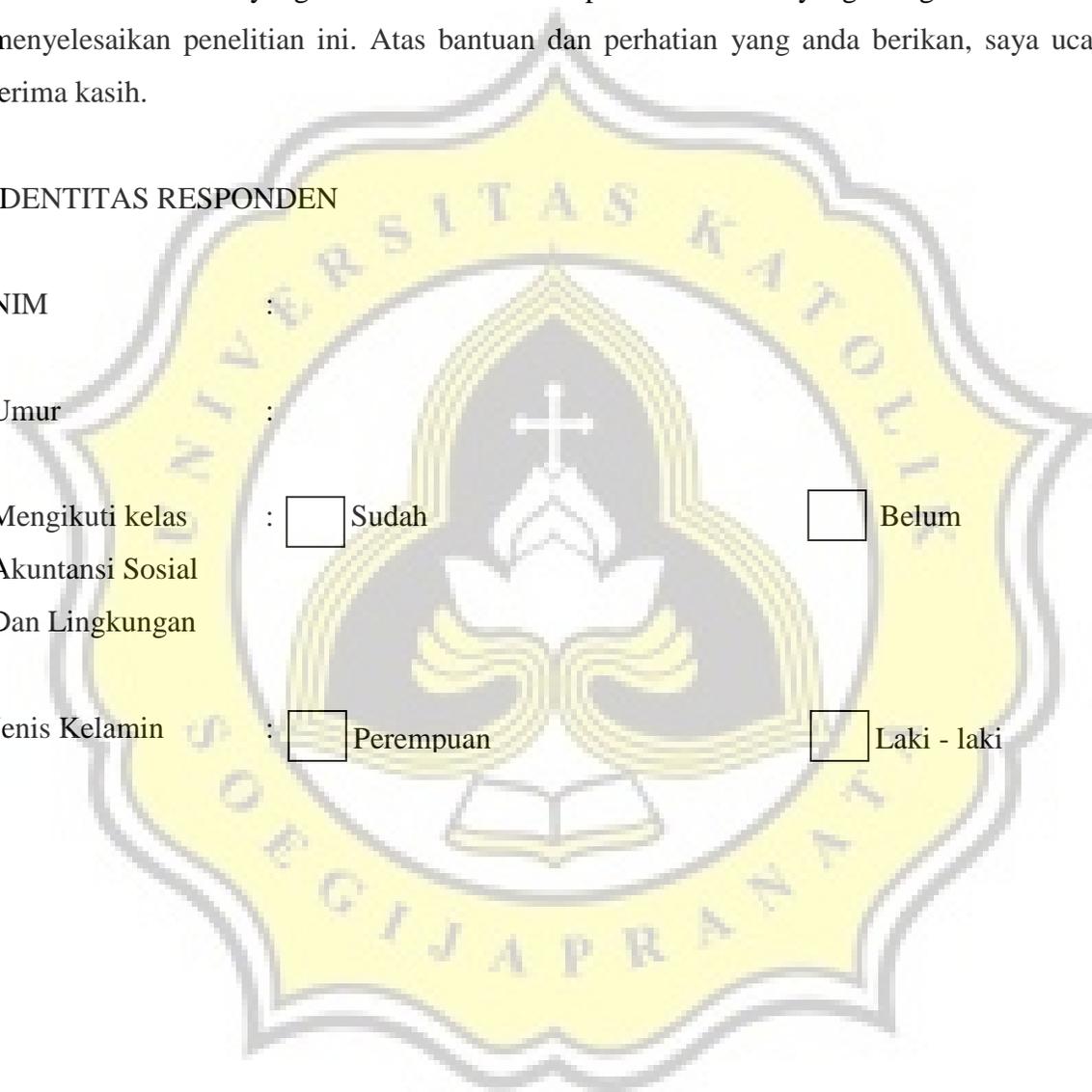
: Sudah

Belum

Jenis Kelamin :

Perempuan

Laki - laki



KUESIONER *PHILANTHROPY*

PETUNJUK PENGISIAN

Berdasarkan informasi yang telah anda baca, isilah pernyataan di bawah dengan memberi tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

Kriteria Penilaian : Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1

Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2

Kurang Setuju (KS) : diberi skor 3

Setuju (S) : diberi skor 4

Sangat Setuju (SS) : diberi skor 5

Pertanyaan	1	2	3	4	5
	STS	TS	KS	S	SS
1. Ketika seseorang mengkritik perusahaan AIR PUTIH, rasanya seperti penghinaan pribadi					
2. Saya akan sangat mungkin membeli produk AIR PUTIH					
3. Berdasarkan informasi yang telah saya baca, saya akan menceritakan kepada keluarga dan teman mengenai perbuatan baik perusahaan AIR PUTIH					
4. Saya sangat tertarik pada apa yang orang lain pikirkan mengenai perbuatan baik perusahaan AIR PUTIH					
5. Saya akan memilih membeli produk AIR PUTIH dibanding produk sejenis					
6. Saya bersedia untuk ikut berpartisipasi, apabila perusahaan AIR PUTIH menyumbang korban bencana alam					
7. Saat seseorang memuji perusahaan AIR PUTIH, rasanya seperti pujian pribadi					
8. Saya akan mencoba produk AIR PUTIH					
9. Saya akan merekomendasikan produk AIR PUTIH pada teman					

Cek lagi jawaban anda. Apabila diperlukan, silakan mengulang informasi pada lembar sebelumnya. Pastikan bahwa jawaban anda sudah sesuai dengan apa yang anda pikirkan berdasarkan informasi yang telah anda baca.

KUESIONER CAUSED RELATED MARKETING

PETUNJUK PENGISIAN

Berdasarkan informasi yang telah anda baca, isilah pernyataan di bawah dengan memberi tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

Kriteria Penilaian : Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1

Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2

Kurang Setuju (KS) : diberi skor 3

Setuju (S) : diberi skor 4

Sangat Setuju (SS) : diberi skor 5

Pertanyaan	1	2	3	4	5
	STS	TS	KS	S	SS
1. Ketika seseorang mengkritik perusahaan AIR PUTIH, rasanya seperti penghinaan pribadi					
2. Saya akan sangat mungkin membeli produk AIR PUTIH					
3. Berdasarkan informasi yang telah saya baca, saya akan menceritakan kepada keluarga dan teman mengenai perbuatan baik perusahaan AIR PUTIH					
4. Saya sangat tertarik pada apa yang orang lain pikirkan mengenai perbuatan baik perusahaan AIR PUTIH					
5. Saya akan memilih membeli produk AIR PUTIH dibanding produk sejenis					
6. Saya akan ikut membeli produk perusahaan AIR PUTIH sebagai sarana donasi					
7. Saat seseorang memuji perusahaan AIR PUTIH, rasanya seperti pujian pribadi					
8. Saya akan mencoba produk AIR PUTIH					
9. Saya akan merekomendasikan produk AIR PUTIH kepada teman					

Cek lagi jawaban anda. Apabila diperlukan, silakan mengulang informasi pada lembar sebelumnya. Pastikan bahwa jawaban anda sudah sesuai dengan apa yang anda pikirkan berdasarkan informasi yang telah anda baca.

KUESIONER SPONSORSHIP

PETUNJUK PENGISIAN

Berdasarkan informasi yang telah anda baca, isilah pernyataan di bawah dengan memberi tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

Kriteria Penilaian : Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1

Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2

Kurang Setuju (KS) : diberi skor 3

Setuju (S) : diberi skor 4

Sangat Setuju (SS) : diberi skor 5

Pertanyaan	1	2	3	4	5
	STS	TS	KS	S	SS
1. Ketika seseorang mengkritik perusahaan AIR PUTIH, rasanya seperti penghinaan pribadi					
2. Saya akan sangat mungkin membeli produk AIR PUTIH					
3. Berdasarkan informasi yang telah saya baca, saya akan menceritakan kepada keluarga dan teman mengenai perbuatan baik perusahaan AIR PUTIH					
4. Saya sangat tertarik pada apa yang orang lain pikirkan mengenai perbuatan baik perusahaan AIR PUTIH					
5. Saya akan memilih membeli produk AIR PUTIH dibanding produk sejenis					
6. Saya akan mendukung acara yang disponsori perusahaan AIR PUTIH					
7. Saat seseorang memuji produk AIR PUTIH, rasanya seperti pujian pribadi					
8. Saya akan mencoba produk AIR PUTIH					
9. Saya akan merekomendasikan produk AIR PUTIH kepada teman					

Cek lagi jawaban anda. Apabila diperlukan, silakan mengulang informasi pada lembar sebelumnya. Pastikan bahwa jawaban anda sudah sesuai dengan apa yang anda pikirkan berdasarkan informasi yang telah anda baca.

KUESIONER TANPA CSR

PETUNJUK PENGISIAN

Berdasarkan informasi yang telah anda baca, isilah pernyataan di bawah dengan memberi tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

Kriteria Penilaian : Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1

Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2

Kurang Setuju (KS) : diberi skor 3

Setuju (S) : diberi skor 4

Sangat Setuju (SS) : diberi skor 5

Pertanyaan	1	2	3	4	5
	STS	TS	KS	S	SS
1. Ketika seseorang mengkritik perusahaan AIR PUTIH, rasanya seperti penghinaan pribadi					
2. Saya akan sangat mungkin membeli produk AIR PUTIH					
3. Berdasarkan informasi yang telah saya baca, saya akan menceritakan kepada keluarga dan teman mengenai perbuatan baik perusahaan AIR PUTIH					
4. Saya sangat tertarik pada apa yang orang lain pikirkan mengenai perbuatan baik perusahaan AIR PUTIH					
5. Saya akan memilih membeli produk AIR PUTIH dibanding produk sejenis					
6. Saya akan mengikuti acara yang diadakan perusahaan AIR PUTIH					
7. Saat seseorang memuji perusahaan AIR PUTIH, rasanya seperti pujian pribadi					
8. Saya akan mencoba produk AIR PUTIH					
9. Saya akan merekomendasikan produk AIR PUTIH kepada teman					

Cek lagi jawaban anda. Apabila diperlukan, silakan mengulang informasi pada lembar sebelumnya. Pastikan bahwa jawaban anda sudah sesuai dengan apa yang anda pikirkan berdasarkan informasi yang telah anda baca.

Kuesioner Uji Manipulasi

Setelah selesai mengisi kuesioner diatas, jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda (✓) pada **salah satu** jawaban yang anda anggap paling sesuai.

1. Berdasarkan informasi yang telah anda baca, apakah perusahaan AIR PUTIH sudah melakukan CSR (tanggung jawab sosial dan lingkungan)? Jenis CSR apa yang telah dilakukan perusahaan?

- Sponsorship (sponsor acara)
- Caused Related Marketing (sumbangan/donasi yang akan diberikan berdasarkan jumlah penjualan yang diperoleh)
- Philanthropy* (bantuan murni sebagai warga Negara yang baik, tanpa mengharapkan imbalan)
- Belum melakukan CSR

2. Apa yang anda perhatikan ketika anda membeli AIR PUTIH?

- Perbuatan baik perusahaan
- Perusahaan peduli terhadap sosial dan lingkungan
- Lainnya

STOP!!!

LAMPIRAN 2

Data Kuesioner

NIM	Jenis Kel	Kelas	Umur	Inisiatif CSR	Uji manipulasi	In. CSR Nom	CC 1	CC 2	CC 3	IR 1	IR 2	IR 3	ER 1	ER 2	ER 3
14.60.0053	l	0	18	No	L	1	1	3	1	2	3	4	3	1	3
14.61.0028	l	0	17	No	L	1	1	2	3	4	3	4	4	3	3
14.61.0038	p	0	17	No	L	1	3	3	4	4	2	4	3	2	3
14.61.0016	l	0	18	No	L	1	1	2	2	3	2	3	4	1	4
14.60.0226	p	0	18	No	TL	1	4	4	4	5	4	5	4	4	5
14.G1.0019	p	0	17	No	TL	1	3	5	3	5	4	4	5	3	5
14.G1.0004	l	0	17	No	TL	1	2	4	4	5	3	5	5	4	5
14.60.0037	l	0	18	No	L	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3
11.60.0007	l	1	20	No	L	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2
14.G1.0026	p	0	18	No	TL	1	2	4	4	5	4	5	5	4	4
11.60.0124	p	1	20	No	L	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
14.G1.0054	l	0	18	No	TL	1	2	4	3	4	3	4	4	2	4
12.60.0206	l	1	20	No	L	1	3	2	2	4	1	3	2	2	3
12.60.0253	p	1	20	No	TL	1	4	4	3	4	4	4	4	3	4
12.60.0248	p	1	20	No	TL	1	2	4	4	4	4	4	4	3	4
14.G1.0010	p	0	17	No	TL	1	4	4	4	5	4	4	5	3	4
12.60.0182	l	1	20	No	TL	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14.G1.0025	l	0	18	No	L	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1
12.60.0025	p	1	20	No	L	1	3	3	3	4	3	4	3	2	3
12.60.0065	p	1	20	No	TL	1	3	4	3	4	3	4	4	3	4
14.G1.0030	p	0	18	No	TL	1	2	3	2	3	3	4	4	2	3
14.G1.0014	l	0	18	No	TL	1	2	3	4	3	3	5	4	3	4

14.60.0005	p	1	17	No	L	1	3	3	3	3	3	4	4	4	3
14.61.0097	l	0	18	No	TL	1	2	3	1	5	3	4	4	3	4
12.60.0179	p	1	20	No	TL	1	4	3	4	5	4	4	4	3	5
12.60.0079	p	1	20	No	TL	1	4	3	4	4	4	5	4	3	5
14.61.0007	p	0	18	spons	L	2	2	5	3	4	3	4	4	4	4
14.61.0013	l	0	18	spons	L	2	2	3	3	4	4	5	2	5	4
14.61.0008	l	0	19	spons	L	2	4	5	4	3	2	4	4	5	4
14.61.0011	l	0	18	spons	L	2	3	5	3	5	4	4	5	4	4
14.61.0041	l	0	18	spons	L	2	2	4	3	4	3	5	5	4	5
14.61.0009	p	0	18	spons	L	2	3	4	3	5	5	5	4	4	4
14.61.0046	l	0	18	spons	L	2	2	4	3	5	4	5	4	5	4
12.60.0239	p	1	20	spons	TL	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3
12.60.0027	l	1	20	spons	P	2	2	5	1	4	3	5	3	3	3
12.60.0184	p	1	20	spons	L	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4
12.60.0096	l	1	20	spons	L	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4
Dina Patria	p	1	19	spons	TL	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4
12.60.0212	p	1	20	spons	L	2	4	4	3	5	4	4	4	4	4
12.60.0188	p	1	20	spons	L	2	3	4	2	4	3	4	4	4	4
14.G1.0044	p	0	18	crm	L	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4
14.61.0002	p	0	18	crm	L	3	2	4	3	4	4	5	4	4	4
14.61.0027	p	0	17	crm	L	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4
14.G1.0035	p	0	18	crm	P	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
14.61.0048	p	0	17	crm	L	3	3	5	3	4	4	5	4	4	4
14.60.0032	l	0	19	crm	L	3	1	4	1	5	4	4	4	4	4
14.61.0036	p	0	18	crm	L	3	2	5	3	5	4	4	5	4	4
14.G1.0049	l	0	18	crm	P	3	2	3	3	4	4	5	4	4	4
12.60.0195	p	1	20	crm	L	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4
12.60.0134	p	1	20	crm	TL	3	2	4	2	5	3	4	4	4	2
12.60.0215	p	1	19	crm	L	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4

12.60.0234	l	1	20	crm	L	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4
12.60.0178	l	1	20	crm	L	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4
14.G1.0017	p	0	18	crm	P	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
14.G1.0043	p	0	17	crm	L	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5
14.61.0042	p	0	18	phy	L	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4
14.61.0012	l	0	18	phy	L	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
12.60.0180	p	1	20	phy	TL	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
12.60.0245	l	1	20	phy	TL	4	3	3	3	5	3	4	3	4	4
14.61.0018	p	0	18	phy	L	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4
14.61.0023	p	0	17	phy	L	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5
14.61.0039	p	0	18	phy	L	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
12.60.0034	l	1	20	phy	L	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
12.60.0199	p	1	19	phy	L	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
12.60.0192	p	1	20	phy	TL	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3
12.60.0249	p	1	19	phy	L	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5
12.60.0261	p	1	19	phy	L	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
14.60.0040	p	0	18	phy	L	4	3	4	3	5	4	5	5	3	4
14.G1.0024	p	0	18	phy	L	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5

LAMPIRAN 3

Uji Validitas dan Reliabilitas

*C-C Identification***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.812	.811	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CC1	6.8636	3.237	.687	.491	.716
CC2	5.8182	3.594	.598	.359	.805
CC3	6.5000	3.233	.703	.507	.698

*In-role Behavior***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.896	.897	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IR1	7.5227	3.511	.799	.643	.849
IR2	8.1818	2.989	.821	.677	.832
IR3	7.6136	3.545	.773	.599	.870

*Ex-role Behavior***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.851	.864	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ER1	7.3636	3.539	.724	.562	.789
ER2	7.6818	3.106	.698	.502	.836
ER3	7.3182	4.036	.787	.626	.761

LAMPIRAN 4**Statistik Deskriptif****Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
cc	Equal variances assumed	1.552	.220	.122	42	.904	.03341	.27423	-.52001	.58682
	Equal variances not assumed			.127	38.721	.899	.03341	.26270	-.49808	.56489
IR	Equal variances assumed	.812	.373	.714	42	.479	.19826	.27775	-.36226	.75878
	Equal variances not assumed			.670	27.429	.508	.19826	.29591	-.40846	.80498
ER	Equal variances assumed	.257	.615	.551	42	.584	.15541	.28195	-.41358	.72440
	Equal variances not assumed			.535	30.865	.596	.15541	.29048	-.43714	.74796

inisiatif_CSR * kelas Crosstabulation

Count

		kelas		Total
		1.00	2.00	
inisiatif_CSR	no condition	6	5	11
	sponsorship	7	4	11
	crm	7	4	11
	phylanthopy	7	4	11
Total		27	17	44

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum
umur	44	17.00	20.00
Valid N (listwise)	44		

Group Statistics

ieniskelamin		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
no_condition	.00	4	2.8333	.57735	.28868
	1.00	7	1.8095	.32530	.12295

Group Statistics

ieniskel spons		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
sponsorship	.00	5	3.4000	.27889	.12472
	1.00	6	3.4444	.65546	.26759

Group Statistics

ieniskel crm		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CRM	.00	8	3.5833	.52705	.18634
	1.00	3	2.7778	.69389	.40062

Group Statistics

ieniskel phy		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
phylanthropy	.00	9	3.7407	.79543	.26514
	1.00	2	4.1667	.23570	.16667

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
no_condition	11	1.33	3.33	2.1818
sponsorship	11	2.67	4.33	3.4242
CRM	11	2.00	4.33	3.3636
phylanthropy	11	2.33	5.00	3.8182
Valid N (listwise)	11			

Report

cc identification

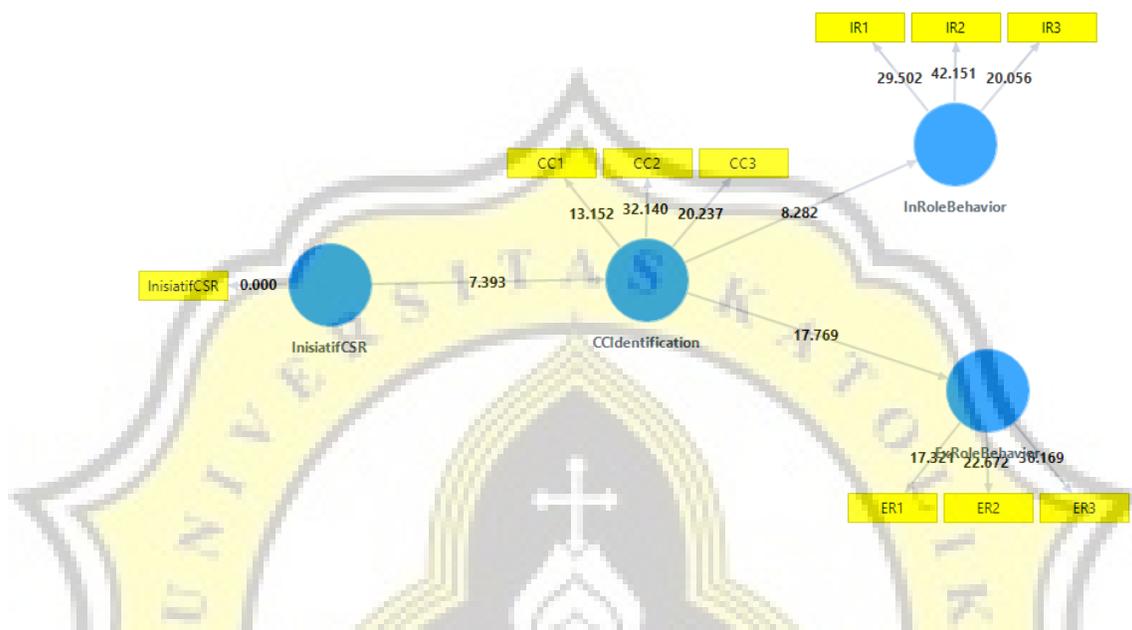
inistatif_csr	Mean	N	Std. Deviation
no condition	2.1818	11	.65597
sponsorship	3.4242	11	.49645
crm	3.3636	11	.65751
phylanthropy	3.8182	11	.73581
Total	3.1970	44	.87550

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
cc_identification * inistatif_csr	Between Groups	(Combined)	16.455	3	5.485	13.293	.000
	Within Groups		16.505	40	.413		
	Total		32.960	43			

LAMPIRAN 5

Output PLS



Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)	P Values
CCIentification -> ExRoleBehavior	0.806	0.810	0.045	17.769	0.000
CCIentification -> InRoleBehavior	0.720	0.719	0.087	8.282	0.000
InisiatifCSR -> CCIentification	0.650	0.652	0.088	7.393	0.000

Total Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Error (STER...)	T Statistics (O/STERR)	P Values
CCIentification -> ExRoleBehavior	0.806	0.810	0.045	17.769	0.000
CCIentification -> InRoleBehavior	0.720	0.719	0.087	8.282	0.000
InisiatifCSR -> CCIentification	0.650	0.652	0.088	7.393	0.000
InisiatifCSR -> ExRoleBehavior	0.524	0.529	0.086	6.057	0.000
InisiatifCSR -> InRoleBehavior	0.468	0.473	0.102	4.565	0.000