

**PENGARUH PENERAPAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP *BRAND LOYALTY* SUSU SGM**

**(Studi Kasus pada Konsumen Penerima Program CSR TSS PT. Sari Husada di Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF APPLYING CSR PROGRAM ON BRAND LOYALTY SGM MILK***

***(Case Study at Costumer Receiver CSR TSS Program PT Sari Husada in Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Oleh**

**MIFTAHUL JANNAH  
20070410087**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2011**

**PENGARUH PENERAPAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP *BRAND LOYALTY* SUSU SGM**

**(Studi Kasus pada Konsumen Penerima Program CSR TSS PT. Sari Husada di Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF APPLYING CSR PROGRAM ON BRAND LOYALTY SGM MILK***

***(Case Study at Costumer Receiver CSR TSS Program PT Sari Husada in Yogyakarta)***

**Diajukan oleh:**

**MIFTAHUL JANNAH**

**20070410087**

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Tri Maryati.,Dra.,M.M  
NIK: 143 028

Tanggal, 1 Maret 2011

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENERAPAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP *BRAND LOYALTY* SUSU SGM**

**(Studi Kasus pada Konsumen Penerima Program CSR TSS PT. Sari Husada di Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF APPLYING CSR PROGRAM ON BRAND LOYALTY SGM MILK***

***(Case Study at Costumer Receiver CSR TSS Program PT Sari Husada in Yogyakarta)***

Diajukan oleh

MIFFAHUL JANNAH

20070410087

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Depan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 21 Maret 2011  
Yang terdiri dari

Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono, M.M.  
Ketua Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.  
Anggota Tim Penguji

Tri Maryati, Dra., M.M.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, SE., M.Si.  
NIK: 143 014

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Miftahul Jannah

NIM : 20070410087

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Penerapan Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap *Brand Loyalty* Susu SGM (Studi Kasus Pada Konsumen Penerima Program CSR TSS PT Sari Husada di Yogyakarta) tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 1 Maret 2011

Miftahul Jannah

## INTISARI

Penelitian ini didesain untuk menguji pengaruh antara sikap konsumen dalam penerapan program *Corporate Social Responsibility* terhadap *Brand Loyalty* susu SGM. Survey ini dilakukan pada konsumen penerima program CSR TSS PT Sari Husada di Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh para pengambil keputusan dalam menentukan kebijakan organisasinya.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Wawancara dan kuesioner yang disebar sebanyak 50 eksemplar untuk 50 anggota TSS. Uji validitas menggunakan *instrument product moment pearson*. Uji reliabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha*. Analisis dilakukan dengan menggunakan model regresi sederhana.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara program *Corporate Social Responsibility* terhadap *Brand Loyalty* susu SGM. PT Sari Husada sebagai pioneer produk susu sejak tahun 1965 telah berhasil melaksanakan komitmen perusahaan untuk ikut mengembangkan pendidikan anak Indonesia melalui program TSS dengan memperhatikan prinsip pembangunan berkelanjutan. Indikator keberhasilan dari program ini adalah *brand loyalty* konsumen terhadap produk SGM semakin meningkat, karena program ini membawa perubahan yang positif terhadap anak-anak anggota TSS dan bundanya.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility*, Sikap Konsumen, *Brand Loyalty*

## ***Abstract***

*This research is designed at examining the effect of costumer behavior in Corporate Social Responsibility program application on Brand Loyalty of SGM milk. This survey was conducted at costumer receiver CSR TSS program PT Sari Husada in Yogyakarta. The result of this research can be used to determine the organization policy by all decision makers.*

*This research used purposive sampling method to choose the sample. Interview and Fifty exemplars questionnaire is counted for 50 TSS members. Product moment pearson instrument is used to test the validity. Reliability test uses cronbach alpha instrument. Simple regression model is used to analyze the data.*

*The research result shows that there is significant effect between Corporate Social Responsibility program and Brand Loyalty SGM milk. PT Sari Husada as a pioneer in milk product since 1965, has succeed carry out the company's commitment to develop Indonesian child education by means of TSS program whit pay attention the sustainable development principle. The success indicator of this program is upgrading brand loyalty of SGM product because this program caused positive change of TSS member children and their mother.*

**Keyword:** *Corporate Social Responsibility, Costumer Behavior, Brand Loyalty*

## **MOTTO**

*“The Winner think what which they can and will do and the looser always  
thinking what they can’t and must to do”*

(Zero to Hero)

“Cita-cita besar itu merupakan obat-obat penghilang kelemahan, penghilang kemalasan, penghilang kesedihan, penghilang kehinaan”

(Zero to Hero)

“Kegagalan itu milik orang yang berfikir negative, bertindak pasif, mengalah pada keadaan, melangkah setengah hati, gampang menyerah, dan suka mencari-cari alasan”

(Zero to Hero)

“Waktu hanya ada 3. Waktu kemarin yang sudah bukan milik kita lagi, Esok hari yang belum tentu kita punyai dan waktu sekarang yang ada di tangan kita”

(Hasan Al Bashari)

*“The first you make habits, at the last hebbits make you”*

(Zero to Hero)

## SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK...

### *Bapak dan Mama*

*Bapak (almarhum M. Jabir Pattara) dan Mama (almarhuma Bangsa Pinassai) semoga ini bisa jadi kebanggaan bagi kalian. Ananda mohon maaf jika semasa hidup Bapak dan Mama, Ananda belum bisa jadi anak yang membanggakan, tapi semoga Ananda kelak bisa menjadi amal jari'ah Bapak dan Mama. Amiiinnnn.....*

### *K' Bastian*

*K' Bastian makasih selama ini sudah selalu memberikan dukungan moril maupun dana, ade salut sama perjuangan K2 tuk membuat keluarga kita semakin baik, ade juga minta maaf jika ada tingkah laku ade yang bikin K2 kecewa.*

### *K' Rusna, K' Runi, AdQ Fitri*

*K' Rusna terima kasih karena telah menjadi Ibu untukku selama kepergian Mama. K' Rusni makasih dukungannya selama ini dan sudah mau jadi teman curhatku. Buat adeku Fitri, ayo de pulang ke Indonesia supaya kita bisa kumpul lagi.*

### *Keluarga Besarku di PINRANG*

*P. Candra, terima kasih Indo sudah memberikan kami kasih sayang seperti anak sendiri. Tura, Eda, dan Tingara makasih sudah bikinnin saya kue. Bapak Ayu (Sarif) makasih Boss Suntikan Dananya. Dan semua keluargaku yang namanya tidak bisa kusebutkan satu persatu.*



## **Manajemen 2007**

Sahabatku Indah, terima kasih karena selalu ada tuk aku dari awal kuliah sampai sekarang, terima kasih do'anya dan dukungannya, tapi kamu kapan kelarnya, ayo serius kalahkan kemalasanmu. Tuk teman2 manajemen 2007 Fitri, Nisa, Reza dan semuanya yang tidak bisa kusebutkan terima kasih tuk supportnya, senang bisa kenal sama kalian semua.

## **Dosen Manajemen FE UMY**

Bu Tri, Pak Bowo, Bu Fajar, Pak Gita, Bu Hasnah, Bu Lela, Pak Winarso, Pak Edi dan Semua Dosen FE, terimakasih tuk ilmunya di bangku kuliah.

## **Jkatan Mahasiswa Muhammadiyah FE UMY**

Teman2 sepekerjaanku di JMM Zul, Fandi, Tunggal makasih supportnya selama ini kawan dan semua teman2 JMM 2007, adek2 JMM 2008 dan 2009 terima kasih do'anya.

## **Pondok Nyi Ahmad Dahlan**

Anak pondok nyi ahmad dahlan Fajri, Mb Fara, Asih, Husnah, Mb Lukluk, Mb Muna dan Semuanya Deh terima kasih nasihatnya selama ini. Bu Duro, Pak Sholeh, Mb Ida, Terima Kasih Nasehatnya dan sudah sabar menghadapi kami.....

## **Anak Kos**

Teman2 di Kos Erma terima kasih supportnya dan bantuannya selama ini. Diana (maaf motormu cidera gara2 mb) susi dan mega Thanks ya supportnya. Miftah thanks kawan bantuannya selama ini ayo semangat kuliahnya. Trus anak kos yg ngajak aku gila2an (he...) Mb Oci, Mb Nani, dan semuanya aja Terima kasih gila2annya (he....)

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur teruntuk Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat karunia-Nya dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Penerapan Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap *Brand Loyalty* Susu SGM (Studi Kasus Pada Konsumen Penerima Program CSR TSS PT Sari Husada Di Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menghasilkan hasil yang terbaik. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada;

1. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Tri Maryati, Dra.,M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
3. Ibu Endah Prasetioningtias selaku *Head of Corporate Affair* Sari Husada Yogyakarta dan Staf Teman Sejati Sari Husada Yogyakarta.
4. Anggota Teman Sejati Sari Husada Yogyakarta sebagai responden penelitian.

Penulis menyadari dalam skripsi ini masih banyak kesalahan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 1 Maret 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	8
a. Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	8
b. Alasan Penerapan CSR.....	10
c. Dimensi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	11
d. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	12
e. Bentuk Program CSR.....	16
f. Standardisasi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	18
g. Langkah-Langkah Implementasi CSR.....	20
h. Implementasi CSR di Indonesia.....	22
2. Sikap Konsumen.....	24
a. Definisi Sikap.....	24
b. Karakteristik Sikap.....	25
c. Fungsi Sikap.....	27
d. Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Sikap.....	28
3. <i>Brand Loyalty</i> .....	30
a. Definisi <i>Brand Loyalty</i> .....	30
b. Manfaat <i>Brand Loyalty</i> .....	31
c. Tingkatan <i>Brand Loyalty</i> .....	33

d. Pengukuran Loyalitas .....	36
B. Pengaruh Penerapan Program CSR Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	38
C. Tinjauan Penelian Terdahulu .....	40
D. Hipotesis Penelitian.....	41
E. Model Penelitian .....	42
BAB III METODE PENELITIAN .....	43
A. Objek/ Subjek Penelitian.....	43
1. Objek Penelitian .....	43
2. Subjek Penelitian.....	43
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
C. Jenis data .....	44
D. Teknik Pengumpulan Data.....	45
1. Teknik Survei .....	45
2. Wawancara.....	45
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46
1. Definisi Konseptual.....	46
a. <i>Corporate Sosial Responsibility</i> .....	46
b. <i>Brand Loyalty</i> .....	47
2. Skala Pengukuran.....	49
F. Uji Kualitas Instrumen .....	49
1. Uji Validitas .....	49
2. Uji Reliabilitas .....	50
G. Uji Hipotesa dan Analisa Data.....	50
1. Analisis Deskriptif .....	50
2. Analisis Kuantitatif .....	50
a. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	50
b. Uji T ( <i>T Test</i> ).....	51
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
1. Sejarah PT Sari Husada.....	53
2. Visi dan Misi.....	54
3. <i>Corporate Governance</i> .....	55
B. Konsep Implementasi CSR PT Sari Husada .....	57
1. Strategi CSR PT Sari Husada.....	57
2. Alasan Penerapan Program CSR PT Sari Husada .....	58
3. Bentuk Program CSR PT Sari Husada.....	59
C. Pelaksanaan Program Teman Sejati Sari Husada.....	62
1. Definisi Program TSS .....	62
2. Sejarah Teman Sejati Sari Husada .....	62
3. Tujuan Program TSS.....	63

4. Kelas Presi Stimulasi .....	64
5. Syarat Menjadi Anggota TSS .....	65
D. Uji Kualitas Data.....	66
1. Uji Validitas .....	66
2. Uji Reliabilitas .....	67
E. Analisis Deskriptif .....	68
1. Deskripsi Responden Penelitian.....	68
2. Deskripsi Variabel CSR .....	71
3. Deskripsi Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	79
4. Deskripsi Wawancara.....	85
F. Analisis Data .....	97
1. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	97
2. Uji T ( <i>T Test</i> ).....	99
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	100
G. Pembahasan .....	101
 BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	 106
A. Simpulan .....	106
B. Saran.....	107
C. Keterbatasan Penelitian.....	107

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

3.1. Definisi Operasional Variabel .....	48
4.1. Hasil Uji Validitas.....	66
4.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	67
4.3. Distribusi Umur Responden.....	68
4.4. Distribusi Jenis Pekerjaan .....	69
4.5. Distribusi Penghasilan Responden.....	70
4.6. Distribusi Pendidikan Terakhir Responden .....	70
4.7. Deskripsi Pertanyaan 1 Variabel CSR .....	72
4.8. Deskripsi Pertanyaan 2 Variabel CSR .....	73
4.9. Deskripsi Pertanyaan 3 Variabel CSR .....	73
4.10. Deskripsi Pertanyaan 4 Variabel CSR .....	74
4.11. Deskripsi Pertanyaan 5 Variabel CSR .....	75
4.12. Deskripsi Pertanyaan 6 Variabel CSR .....	76
4.13. Deskripsi Pertanyaan 7 Variabel CSR .....	77
4.14. Deskripsi Pertanyaan 8 Variabel CSR .....	78
4.15. Deskripsi Pertanyaan 9 Variabel CSR .....	78
4.16. Deskripsi Pertanyaan 1 Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	79
4.17. Deskripsi Pertanyaan 2 Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	80
4.18. Deskripsi Pertanyaan 3 Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	82
4.19. Deskripsi Pertanyaan 4 Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	83
4.20. Deskripsi Pertanyaan 5 Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	84
4.21. Tabel Hasil Analisis Regresi.....	98

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Pemikiran.....	39
2.2. Model Pemikiran.....	42