

## Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP *BRAND IMAGE* BANK MUAMALAT KOTA PALOPO

##### A. Panduan Pengisian Kusioner

1. Sebelum menjawab setiap pertanyaan/ Pernyataan, mohon dibaca terlebih dahulu dengan baik dan benar.
2. Isilah salah satu jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dengan member tanda *checklist* (✓) pada setiap jawaban yang anda pilih.
3. Pastikan bahwa jawaban-jawaban yang anda berikan adalah jawaban yang jujur, apa adanya sesuai dengan kenyataan.
4. Terimakasih ketersediaanya, kerjasama, dan bantuan dari Bapak/ibu/ saudara/i berikan.

##### Keterangan:

SS	: Sangat Setuju dengan skor jawaban	(5)
S	: Setuju dengan skor jawaban	(4)
N	: Netral dengan skor jawaban	(3)
TS	: Tidak Setuju dengan skor jawaban	(2)
STS	: Sangat Tidak Setuju dengan skor jawaban	(1)

##### B. Identitas Responden

- a. Nama Responden : .....
- b. Umur : .....
- c. JenisKelamin : ( ) Laki-laki  
: ( ) Perempuan
- d. PendidikanTerakhir : ( ) SD ( ) SMP  
( ) SMA ( ) D3  
( ) S1 ( ) S2
- e. Pekerjaan/Profesi : .....

##### 1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
<b>A.</b>	<b>Ekonomi</b>					
1.	Tidak hanya menjalankan kegiatan perbankan untuk mendapatkan <i>profit</i> (keuntungan), tetapi juga dengan mengalokasikan sebagian keuntungannya untuk pelaksanaan program CSR					
2.	Produk yang fleksibel dan sesuai kebutuhan nasabah dengan persyaratan yang mudah dipahami bagi nasabah.					
3.	Bank memberikan kesempatan yang sama bagi semua orang yang ingin menabung dan memenuhi syarat tanpa melihat latar belakang suku, agama, ras, dan jenis kelamin.					
<b>B.</b>	<b>Sosial</b>					
4.	Bank Muamalat berperan dalam perbaikan sarana ibadah yang bermanfaat bagi masyarakat.					
5.	Memberikan bantuan sosial pada korban bencana dan juga pendidikan.					
6.	Kegiatan sosial yang bermanfaat perlu dilanjutkan dalam memberikan bantuan berupa pelastarian alam dan lingkungan.					
<b>C.</b>	<b>Lingkungan</b>					
7.	Dalam menjalankan usahanya, bank Muamalat tidak mengalami gangguan pada lingkungan.					
8.	Bank Muamalat turut menjaga kebersihan lingkungan sekitar perusahaan.					
9.	Bank Muamalat memberikan bantuan fasilitas sanitasi dalam meningkatkan kualitas hidup bersih.					

## 2. *Brand Image*(Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya merasa bank Muamalat dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab sosial.					
2.	Bank Muamalat memiliki kinerja dan pelayanan yang memuaskan.					
3.	Bank Muamalat memiliki tingkat keamanan yang baik.					
4.	Bank Muamalat memiliki respon yang cepat atas permintaan nasabah.					
5.	Bank yang hanya mengejar keuntungan, tanpa memperdulikan kesejahteraan masyarakat sekitar akan kehilangan kepercayaan dari nasabahnya.					
6.	Program CSR yang dilaksanakan bank Muamalat murni bertujuan baik.					
7.	Program CSR yang dilakukan bank Muamalat untuk meningkatkan kualitas hubungan social antara bank muamalat dengan masyarakat.					
8.	Karyawan bank Muamalat selalu mengucapkan salam dan ramah pada setiap nasabah.					
9.	Bank Muamalat memiliki karyawan (satpam) yang akan menertibkan nasabah atau calon nasabah yang sekiranya mengganggu kegiatan oprasional.					

## Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuesioner

### *Corporate Social Responsibility (CSR) (X)*

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
1	4	4	4	4	5	3	4	5	5
2	5	5	5	5	4	4	5	5	3
3	5	4	5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
6	4	3	3	3	4	3	3	3	3
7	5	5	5	4	5	5	4	4	5
8	4	5	4	5	5	5	4	5	5
9	5	5	4	5	4	5	4	5	5
10	4	4	4	4	4	4	5	5	5
11	3	3	4	3	4	3	3	4	4
12	4	4	3	4	5	4	3	5	4
13	4	4	4	3	4	4	4	4	3
14	4	4	5	4	5	4	5	4	5
15	4	4	5	4	3	3	3	4	3
16	4	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	4	4	5	5	5
18	5	4	4	5	5	5	4	4	4
19	4	4	5	5	5	3	3	4	4
20	4	5	5	5	4	3	4	4	4
21	4	4	5	4	4	5	3	5	5
22	4	4	5	5	4	4	4	4	5
23	5	4	5	5	5	4	4	4	4
24	5	4	4	5	4	5	5	4	4
25	4	5	4	4	5	4	5	5	4
26	4	4	5	4	4	4	5	4	4
27	4	5	5	4	4	4	4	5	4
28	4	5	4	5	4	4	5	4	4
29	4	5	5	5	5	4	4	4	4
30	4	5	4	4	4	4	4	4	4
31	4	5	5	4	4	5	4	4	4
32	4	5	5	4	4	4	4	5	4
33	4	5	5	5	4	4	5	4	4
34	4	5	5	5	4	4	5	4	4
35	4	5	5	4	4	4	5	5	4
36	4	5	5	5	4	4	4	4	5
37	4	5	5	4	5	5	4	4	5
38	4	5	5	5	4	5	4	5	5
39	4	5	5	5	4	5	5	5	4
40	4	5	5	5	4	5	4	4	5

41	4	5	5	5	4	5	4	4	5
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---

*Brand Image (Y)*

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
1	5	4	4	4	3	3	4	5	5
2	4	4	4	4	4	5	4	4	4
3	5	5	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	4	4	3	5	5
5	4	3	4	4	5	4	5	5	5
6	3	4	3	4	4	4	3	3	4
7	5	5	5	5	3	4	4	4	4
8	3	4	4	5	3	4	4	5	4
9	5	5	5	5	4	4	4	5	5
10	4	4	4	4	3	3	4	3	3
11	4	3	3	4	4	4	4	3	3
12	4	4	5	5	4	4	4	4	4
13	4	4	4	3	4	4	4	4	4
14	5	4	4	5	5	5	4	5	5
15	4	4	3	4	3	4	4	4	4
16	3	5	3	5	3	5	5	5	5
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	5	5	5	4	5
19	4	5	4	5	3	5	4	5	5
20	5	5	4	5	5	4	5	5	5
21	5	5	4	5	4	3	4	5	5
22	4	5	3	5	3	5	4	5	5
23	4	4	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	5	3	3	4	4	5	5
25	4	5	4	5	4	4	5	5	5
26	4	5	4	5	4	4	5	5	4
27	4	5	4	5	4	4	5	5	4
28	5	4	4	5	4	4	5	5	4
29	5	4	4	5	5	4	4	5	4
30	5	5	5	5	4	4	4	5	5
31	5	5	4	5	4	4	4	5	5
32	4	5	5	5	4	4	4	5	5
33	5	5	5	5	4	5	4	5	5
34	5	5	5	5	4	5	4	5	4
35	5	5	5	5	4	5	4	5	5
36	5	5	5	5	4	4	4	5	5
37	5	5	5	5	5	4	5	4	5

38	4	5	5	5	4	5	4	5	5
39	5	5	5	5	4	4	5	4	5
40	5	5	5	5	4	4	5	5	5
41	5	5	5	5	4	5	5	5	5



X6	Pearson Correlation	,303	,476**	,196	,399**	,174	1	,241	,263	,497**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,054	,002	,219	,010	,277		,129	,096	,001	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
X7	Pearson Correlation	,303	,415**	,259	,341*	,033	,241	1	,263	,095	,573**
	Sig. (2-tailed)	,054	,007	,102	,029	,839	,129		,096	,554	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
X8	Pearson Correlation	,132	,342*	,098	,275	,259	,263	,263	1	,310*	,546**
	Sig. (2-tailed)	,409	,029	,543	,081	,102	,096	,096		,048	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
X9	Pearson Correlation	-,004	,298	,245	,358*	,313*	,497**	,095	,310*	1	,607**
	Sig. (2-tailed)	,979	,058	,123	,022	,046	,001	,554	,048		,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Corporate Social Responsibility	Pearson Correlation	,455**	,718**	,532**	,773**	,366*	,689**	,573**	,546**	,607**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,019	,000	,000	,000	,000	
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41

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

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



Brand Image (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Brand Image
Y1	Pearson Correlation	1	,362*	,487**	,286	,235	-,053	,094	,288	,288	,572**
	Sig. (2-tailed)		,020	,001	,070	,139	,741	,559	,068	,068	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Y2	Pearson Correlation	,362*	1	,405**	,590**	,032	,210	,192	,443**	,471**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,020		,009	,000	,844	,188	,228	,004	,002	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Y3	Pearson Correlation	,487**	,405**	1	,311*	,163	,107	,164	,304	,356*	,632**
	Sig. (2-tailed)	,001	,009		,047	,309	,506	,306	,053	,022	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Y4	Pearson Correlation	,286	,590**	,311*	1	,239	,241	,221	,469**	,295	,669**
	Sig. (2-tailed)	,070	,000	,047		,133	,128	,165	,002	,061	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Y5	Pearson Correlation	,235	,032	,163	,239	1	,296	,344*	,089	,306	,495**
	Sig. (2-tailed)	,139	,844	,309	,133		,060	,028	,581	,052	,001
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Y6	Pearson Correlation	-,053	,210	,107	,241	,296	1	,130	,324*	,390*	,462**
	Sig. (2-tailed)	,741	,188	,506	,128	,060		,418	,039	,012	,002
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Y7	Pearson Correlation	,094	,192	,164	,221	,344*	,130	1	,225	,205	,465**

	Sig. (2-tailed)	,559	,228	,306	,165	,028	,418		,158	,199	,002
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Y8	Pearson Correlation	,288	,443**	,304	,469**	,089	,324*	,225	1	,659**	,700**
	Sig. (2-tailed)	,068	,004	,053	,002	,581	,039	,158		,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Y9	Pearson Correlation	,288	,471**	,356*	,295	,306	,390*	,205	,659**	1	,731**
	Sig. (2-tailed)	,068	,002	,022	,061	,052	,012	,199	,000		,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Brand Image	Pearson Correlation	,572**	,685**	,632**	,669**	,495**	,462**	,465**	,700**	,731**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,002	,002	,000	,000	
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41

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

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

#### Lampiran 4: Uji Reliabilitas

*Corporate Social Responsibility (CSR) (X)*

##### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,766	9

Brand Image (Y)

##### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	9

## Lampiran 5: Uji Regresi Linear Sederhana

Uji Analisis Regresi Sederhana

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14,453	4,992		2,895	,006
Corporate Social Responsibility	,646	,127	,632	5,090	,000

a. Dependent Variable: Brand Image

## Lampiran 6: Uji T (Uji Parsial)

Uji Parsial (Uji T)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14,453	4,992		2,895	,006
Corporate Social Responsibility	,646	,127	,632	5,090	,000

a. Dependent Variable: Brand Image

## Lampiran 7: Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )


Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,632 <sup>a</sup>	,399	,384	2,541

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility

## Lampiran 8 : Surat Izin Penelitian

 MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI, PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO**  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA  
MASYARAKAT (LPPM)  
Ll. 2 Gedung MCC Universitas Muhammadiyah Palopo  
Jl. Jend. Sudirman Km. 03 Bunturu, Kota Palopo (91959) – Telp/Fax: (0471) 327429

Nomor : 591/III.3.AU/LPPM/F/2021 Palopo, 27 September 2021  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth,  
**Pimpinan Bank Muamalat Kota Palopo**  
Di \_\_\_\_\_  
Tempat \_\_\_\_\_

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

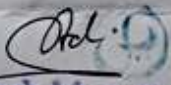
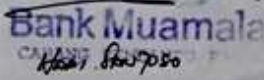

Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa tingkat akhir yang akan menyelesaikan studi Strata Satu (S.1) pada Universitas Muhammadiyah Palopo diwajibkan menyusun karya ilmiah (Skripsi) sebagai salah satu syarat penyelesaian studi. Oleh karena itu, mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan penelitian untuk memperoleh data yang valid guna mendukung dan terlaksananya penyusunan Skripsi. Sehubungan dengan maksud tersebut, mohon kiranya diberikan izin meneliti, kepada:

Nama : Rayani  
Stambuk/NIRM : 201730013  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Jurusan/Program Studi : akuntansi  
Fakultas : FEB  
Alamat : Desa Tombang  
No. Hp. : 085341536365

Mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian untuk penulisan Skripsi dengan judul **"Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Brand Image Bank Muamalat Kota Palopo"**.

Demikian permohonan dari kami, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'Alaikum Wr. Wb.*

 27/9-2021  
  
  
Goso, S.E., M.M.  
NIP. 09105912067610710

Tembusan:  
- Dekan Bersangkutan  
- Peringgal

## Lampiran 9 : Biodata Penulis

### BIODATA PENULIS

#### A. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Rayani
2. Tempat Tanggal Lahir : Karetan, 09 Juli 1997
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Desa Tombang dsn.to'dengen,  
Walenrang, Sul-Sel
6. E-mail : [Rayaniupa003@gmail.com](mailto:Rayaniupa003@gmail.com)
7. Kontak Pribadi : +62 8525 1952 908

#### B. Nama Orang Tua

1. Nama Ayah : Upa
2. Nama Ibu : Rayati

#### C. Riwayat Pendidikan

1. SDN 92 Karetan (2003-2010)
2. SMPN 9 Palopo (2010-2013)
3. SMKN 1 Walenrang (2013-2015)