

KUESIONER PENELITIAN

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Keberlanjutan Balanced Scorecard: Studi Kasus Hotel Milik Keluarga (MANAJER / PEMILIK)

Anda berhak mengisi kuesioner berikut apabila:

- ❖ Responden merupakan pemilik atau manajer dari sebuah hotel yang akan dijadikan sampel penelitian

*Berilah tanda checklist (√) sesuai dengan pilihan jawaban yang ada pada kolom yang tersedia.

I. Identitas responden

Nama:

.....

Nama Hotel:

.....

Jenis kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

Umur:

- <18 tahun
- 19-30 tahun
- 31-40 tahun
- 41-50 tahun
- 51-60 tahun
- >60 Tahun

Pendidikan terakhir:

- SMP
- SMA/SMK
- Diploma/D3
- Sarjana/S1
- Magister/S2
- Ph.D/S3
- Lainnya

Status:

- Belum Menikah
- Menikah

Durasi Waktu Kerja:

- 0-3 jam
- 3-6 jam
- 6-9 jam
- >9 jam

II. Petunjuk pengisian

Berilah tanda checklist (√) sesuai dengan pilihan jawaban yang ada pada kolom yang tersedia.

Penelitian ini dilakukan skala sebagai berikut:

STS: Sangat Tidak Setuju (1)

SS: Sangat Setuju (10)

A. Corporate Social Responsibility

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan kami mencari keuntungan semaksimal mungkin										
2	Perusahaan kami peduli terhadap lingkungan sekitar										
3	Perusahaan kami memiliki peran dalam memajukan kesejahteraan masyarakat										

B. Dimensi Pelanggan

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan kami selalu memenuhi permintaan pelanggan kami demi terwujudnya kepuasan pelanggan										
2	Perusahaan kami sangat loyal terhadap pelanggannya sehingga mengetahui selera setiap pelanggan yang datang menginap										
3	Perusahaan kami melakukan pemasaran secara besar-besaran untuk mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru										
4	Perusahaan kami selalu tanggap apabila ada pelanggan yang ingin menanyakan tentang pelayanan penginapan										
5	Perusahaan kami memberikan akses yang mudah bagi pelanggan untuk mencari tahu informasi terkait dengan perusahaan										
6	Perusahaan kami memiliki nilai khusus di mata pelanggan										

C. Dimensi Pembelajaran dan Pertumbuhan

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan kami melibatkan pegawai untuk meningkatkan proses dan kinerja untuk pelanggan										
2	Perusahaan kami melakukan pelatihan kembali pegawai untuk mencapai tujuan perusahaan										
3	Perusahaan kami menyediakan informasi-informasi penting kepada pegawai tentang hubungannya dengan pelanggan										
4	Perusahaan kami memberikan kondisi kerja yang kondusif terhadap pegawainya										

D. Dimensi Bisnis Internal

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan kami melakukan penelitian untuk melakukan inovasi pelayanan perusahaan										
2	Perusahaan kami menyampaikan pelayanan kepada pelanggan secara efisien, konsisten, dan tepat waktu										
3	Perusahaan kami berupaya memenuhi harapan pelanggan										

E. Tujuan Perusahaan

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan kami memiliki tujuan yang merupakan sebuah langkah besar untuk ke depannya										
2	Perusahaan kami memiliki tujuan yang memiliki batasan-batasan tertentu										
3	Perusahaan kami memiliki tujuan yang nyata dan kemungkinan berhasil										
4	Perusahaan kami memiliki tujuan yang selaras dengan visi dan misi perusahaan										
5	Perusahaan kami memiliki tujuan yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan perubahan yang terjadi										
6	Perusahaan kami memiliki tujuan yang mudah dipahami oleh seluruh komponen perusahaan										
7	Perusahaan kami memiliki tujuan yang dapat diukur dan tertulis dengan jelas										

F. Visi

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan kami merumuskan visi yang mengandung keunggulan kompetitif yang dimiliki										
2	Perusahaan kami memiliki visi yang mudah dipahami oleh seluruh masyarakat umum										
3	Perusahaan kami memiliki visi yang unik dan menantang sehingga berbeda dengan perusahaan lain										
4	Perusahaan kami memiliki visi yang menjabarkan identitas yang dimiliki										

KUESIONER PENELITIAN

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Keberlanjutan Balanced Scorecard: Studi Kasus Hotel Milik Keluarga (PEGAWAI / KARYAWAN)

Anda berhak mengisi kuesioner berikut apabila:

- ❖ Responden merupakan karyawan atau pegawai yang masih bekerja di perusahaan yang dijadikan sampel.
- * Berilah tanda checklist (√) sesuai dengan pilihan jawaban yang ada pada kolom yang tersedia.

III. Identitas responden

Nama:

.....

Nama Hotel:

.....

Jenis kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

Umur:

- <18 tahun
- 19-30 tahun
- 31-40 tahun
- 41-50 tahun
- 51-60 tahun
- >60 Tahun

Pendidikan terakhir:

- SMP
- SMA/SMK
- Diploma/D3
- Sarjana/S1
- Magister/S2
- Ph.D/S3
- Lainnya

Status:

- Belum Menikah
- Menikah

Durasi Waktu Kerja:

- 0-3 jam
- 3-6 jam
- 6-9 jam
- >9 jam

IV. Petunjuk pengisian

Berilah tanda checklist (√) sesuai dengan pilihan jawaban yang ada pada kolom yang tersedia.

Penelitian ini dilakukan skala sebagai berikut:

STS: Sangat Tidak Setuju (1)

SS: Sangat Setuju (10)

G. Corporate Social Responsibility

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan tempat saya bekerja mencari keuntungan semaksimal mungkin										
2	Perusahaan tempat saya bekerja peduli terhadap lingkungan sekitar										
3	Perusahaan tempat saya bekerja memiliki peran dalam memajukan kesejahteraan masyarakat										

H. Dimensi Pelanggan

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan tempat saya bekerja selalu memenuhi permintaan pelanggan kami demi terwujudnya kepuasan pelanggan										
2	Perusahaan tempat saya bekerja sangat loyal terhadap pelanggannya sehingga mengetahui selera setiap pelanggan yang datang menginap										
3	Perusahaan tempat saya bekerja melakukan pemasaran secara besar-besaran untuk mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru										
4	Perusahaan tempat saya bekerja selalu tanggap apabila ada pelanggan yang ingin menanyakan tentang pelayanan penginapan										
5	Perusahaan tempat saya bekerja memberikan akses yang mudah bagi pelanggan untuk mencari tahu informasi terkait dengan perusahaan										
6	Perusahaan tempat saya bekerja memiliki nilai khusus di mata pelanggannya										

I. Dimensi Pembelajaran dan Pertumbuhan

No.	Pernyataan	STS ←-----→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan tempat saya bekerja melibatkan pegawai untuk meningkatkan proses dan kinerja untuk pelanggan										
2	Perusahaan tempat saya bekerja melakukan pelatihan kembali pegawai untuk mencapai tujuan perusahaan										
3	Perusahaan tempat saya bekerja menyediakan informasi-informasi penting kepada pegawai tentang hubungannya dengan pelanggan										
4	Perusahaan tempat saya bekerja memberikan kondisi kerja yang kondusif terhadap pegawainya										

J. Dimensi Bisnis Internal

No.	Pernyataan	STS ←-----→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Perusahaan tempat saya bekerja melakukan penelitian untuk melakukan inovasi pelayanan perusahaan										
2	Perusahaan tempat saya bekerja menyampaikan pelayanan kepada pelanggan secara efisien, konsisten, dan tepat waktu										
3	Perusahaan tempat saya bekerja berupaya memenuhi harapan pelanggan										

KUESIONER PENELITIAN

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Keberlanjutan Balanced Scorecard: Studi Kasus Hotel Milik Keluarga (PELANGGAN atau CUSTOMER)

Anda berhak mengisi kuesioner berikut apabila:

❖ Responden merupakan pelanggan dari sebuah hotel yang akan dijadikan sampel penelitian.

* Berilah tanda checklist (√) sesuai dengan pilihan jawaban yang ada pada kolom yang tersedia.

V. Identitas responden

Nama:

.....

Nama Hotel:

.....

Domisili:

.....

Jenis kelamin:

- Laki-laki
 Perempuan

Umur:

- <18 tahun
 19-30 tahun
 31-40 tahun
 41-50 tahun
 51-60 tahun
 >60 Tahun

Pendidikan terakhir:

- SMP
 SMA/SMK
 Diploma/D3
 Sarjana/S1
 Magister/S2
 Ph.D/S3
 Lainnya

Status:

- Belum Menikah
- Menikah

Bagaimana anda memesan kamar disini?

- Website hotel atau telepon
- Melalui jasa booking online
- Agen perjalanan
- Datang langsung
- Lainnya

Pertama kali datang ke jogja?

- Iya
- Tidak

Pertama kali menginap di hotel ini?

- Iya
- Tidak



VI. Petunjuk pengisian

Berilah tanda checklist (√) sesuai dengan pilihan jawaban yang ada pada kolom yang tersedia.

Penelitian ini dilakukan skala sebagai berikut:

STS: Sangat Tidak Setuju (1)

SS: Sangat Setuju (10)

M. Corporate Social Responsibility

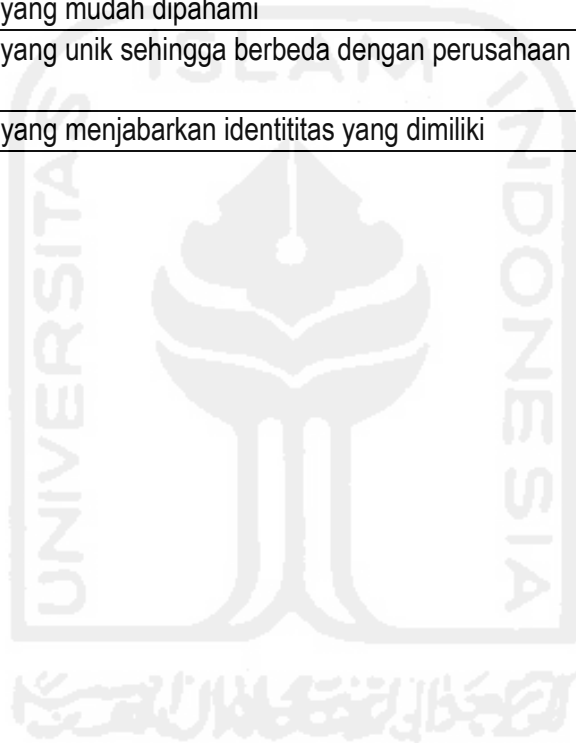
No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Hotel tempat saya menginap mencari keuntungan semaksimal mungkin										
2	Hotel tempat saya menginap peduli terhadap lingkungan sekitar										
3	Hotel tempat saya menginap memiliki peran dalam memajukan kesejahteraan masyarakat										

N. Dimensi Pelanggan

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Hotel tempat saya menginap selalu memenuhi permintaan pelanggan demi terwujudnya kepuasan pelanggan										
2	Hotel tempat saya menginap sangat loyal terhadap pelanggannya sehingga mengetahui selera setiap pelanggan yang datang menginap										
3	Hotel tempat saya menginap melakukan pemasaran secara besar-besaran untuk mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru										
4	Hotel tempat saya menginap selalu tanggap apabila ada pelanggan yang ingin menanyakan tentang pelayanan penginapan										
5	Hotel tempat saya menginap memberikan akses yang mudah bagi pelanggan untuk mencari tahu informasi terkait dengan perusahaan										
6	Hotel tempat saya menginap memiliki nilai khusus di mata pelanggannya										

Visi

No.	Pernyataan	STS ←————→ SS											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Hotel tempat saya menginap memiliki visi yang mengandung keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan												
2	Hotel tempat saya menginap memiliki visi yang mudah dipahami												
3	Hotel tempat saya menginap memiliki visi yang unik sehingga berbeda dengan perusahaan lain												
4	Hotel tempat saya menginap memiliki visi yang menjabarkan identitas yang dimiliki												



RESEARCH QUESTIONNAIRE

Corporate social responsibility and sustainability balanced scorecard:

The case study of family-owned hotels

(CUSTOMER)

You have the right to fill out the following questionnaire if:

❖ The respondent is a hotel customers that will be used as a research sample

* Give checklist sign (√) according to the answer options that exist in the available space.

VII. Respondents Identity

Name:

.....

Hotel Names:

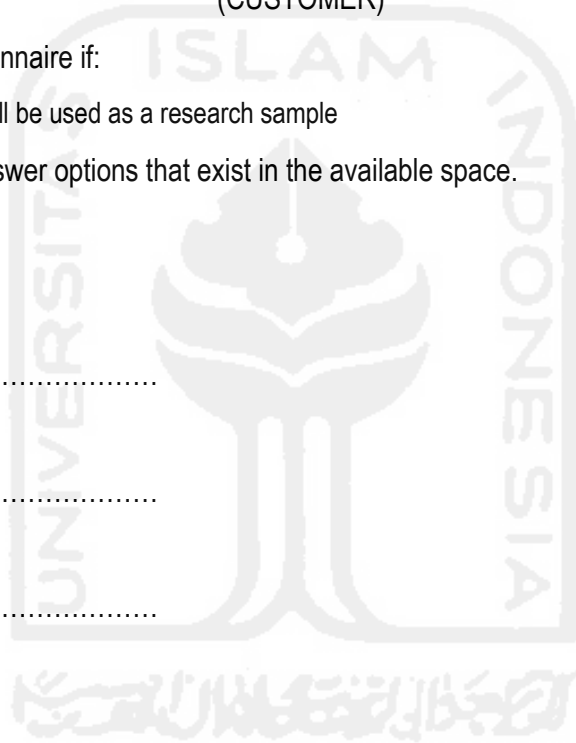
.....

Where do you come from?

.....

Gender:

- Male
 Female



Age:

- <18 Years Old
- 19-30 Years Old
- 31-40 Years Old
- 41-50 Years Old
- 51-60 Years Old
- >60 Years Old

Marital Status:

- Single
- Married

How did you book the hotel?

- Hotel's website or reservation number
- Online booking website
- Travel Agent
- Walk-in
- Others

First time visiting Yogyakarta?

- Yes
- No

First time stay in the hotel?

- Yes
- No

Education Level:

- Secondary Education
- Vocational School
- Bachelor Degree
- Master Degree
- PH.D
- Others



VIII. Filling Instructions

Give checklist sign (√) according to the answer options that exist in the available space.

This research was conducted scale as follows:

SDA: Strongly Disagree (1)

SA: Strongly Agree (10)

Q. Corporate Social Responsibility

No.	Statements	SDA ←————→ SA											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	In the hotel where I stay are looking for maximum profit												
2	In the hotel where I stay cares about the environment												
3	In the hotel where I stay has a role in promoting public welfare												

R. Customer Dimension

No.	Statements	SDA ←————→ SA											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	In the hotel where I stay always fulfill the customers demand in order to achieve customer satisfaction												
2	In the hotel where I stay very loyal to his customers so knowing the tastes of every customer who comes to stay												
3	In the hotel where I stay do marketing on a large scale to retain existing customers and acquire new customers												
4	In the hotel where I stay always responsive if there are customers who want to inquire about accommodation services												
5	In the hotel where I stay provide easy access for customers to find out information related to the company												
6	In the hotel where I stay has a special value on the customers perspective												

S. Internal Business Dimension

No.	Statements	SDA ←————→ SA											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	In the hotel where I stay doing research for innovation services company												
2	In the hotel where I stay deliver services to customers in an efficient, consistent, and on time												
3	In the hotel where I stay seeks to meet customer expectations												

T. Goals

No.	Statements	SDA ←————→ SA											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	In the hotel where I stay have a goals that is a major step for the future												
2	In the hotel where I stay have goals that have certain restrictions												
3	In the hotel where I stay having a real purpose and chances of succeeding												
4	In the hotel where I stay has a purpose that is consistent with the vision and mission of the company												
5	In the hotel where I stay have a flexible purpose and can be adapted to the changes												
6	In the hotel where I stay have a goal that is easily understood by all components of the company												
7	In the hotel where I stay have measurable objectives and clearly written												

U. Vision

No.	Statements	SDA ←————→ SA											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	In the hotel where I stay formulate a vision that contains competitive advantage possessed												
2	In the hotel where I stay has a vision that is easily understood												
3	In the hotel where I stay has a unique vision that was different from other companies												
4	In the hotel where I stay has a vision that describes the identity of the company												

Uji Reliabilitas

Variabel Dimensi Bisnis Internal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,856	,857	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
E1	15,05	15,228	,715	,511	,811
E2	14,18	13,943	,738	,545	,792
E3	13,68	15,097	,736	,543	,792

Variabel Dimensi Finansial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,667	,721	2

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
C1	8,67	2,333	,564	,318	.
C2	5,33	6,333	,564	,318	.

Variabel Dimensi Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

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
B1	37,52	64,153	,731	,625	,880
B2	37,45	63,587	,771	,767	,874
B3	38,07	62,430	,700	,582	,886
B4	37,05	61,895	,854	,785	,861
B5	37,20	71,908	,571	,656	,902
B6	37,07	61,507	,739	,614	,879

Variabel Dimensi Pembelajaran dan Pertumbuhan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,969	,970	4

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
D1	21,93	65,495	,949	,923	,952
D2	22,87	63,410	,860	,791	,977
D3	21,80	63,314	,909	,924	,962
D4	22,20	62,029	,977	,970	,943

Variabel CSR

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,714	,725	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
A1	15,28	11,178	,286	,179	,921
A2	13,42	9,107	,615	,744	,527
A3	13,86	7,894	,769	,769	,318

Variabel Tujuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,945	,946	7

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
F1	43,07	117,969	,834	,926	,935
F2	42,82	118,866	,875	,817	,931
F3	42,97	120,025	,775	,902	,940
F4	42,90	118,041	,923	,883	,927
F5	42,45	129,177	,775	,661	,940
F6	42,80	123,036	,760	,878	,941
F7	42,82	124,456	,789	,867	,939

Variabel Visi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,894	,895	4

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
G1	20,88	34,317	,689	,744	,890
G2	20,85	31,054	,856	,832	,830
G3	20,75	28,962	,780	,757	,861
G4	20,85	33,567	,752	,683	,868



Analisis Deskriptif

Manajer

Jenis_Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	1	33,3	33,3	33,3
Perempuan	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19-30 Tahun	1	33,3	33,3	33,3
41-50 Tahun	1	33,3	33,3	66,7
>60 Tahun	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	1	33,3	33,3	33,3
D3	1	33,3	33,3	66,7
S1	1	33,3	33,3	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum Menikah	1	33,3	33,3	33,3
Menikah	2	66,7	66,7	100,0
Total	3	100,0	100,0	

Durasi Kerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >9 Jam	3	100,0	100,0	100,0

Pegawai

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	6	50,0	50,0	50,0
Perempuan	6	50,0	50,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19-30 Tahun	6	50,0	50,0	50,0
31-40 Tahun	2	16,7	16,7	66,7
41-50 Tahun	4	33,3	33,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	1	8,3	8,3	8,3
SMA	7	58,3	58,3	66,7
D3	3	25,0	25,0	91,7
S1	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum Menikah	4	33,3	33,3	33,3
Menikah	8	66,7	66,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Durasi Kerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 6-9 Jam	12	100,0	100,0	100,0

Customer

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	16	64,0	64,0	64,0
Perempuan	9	36,0	36,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19-30 Tahun	8	32,0	32,0	32,0
31-40 Tahun	12	48,0	48,0	80,0
41-50 Tahun	4	16,0	16,0	96,0
51-60 Tahun	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	1	4,0	4,0	4,0
SMA	4	16,0	16,0	20,0
D3	8	32,0	32,0	52,0
S1	9	36,0	36,0	88,0
S2	2	8,0	8,0	96,0
S3	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum Menikah	14	56,0	56,0	56,0
Menikah	11	44,0	44,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Booking Hotel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Website Hotel	5	20,0	20,0	20,0
	Jasa Booking Online	6	24,0	24,0	44,0
	Agen Perjalanan	1	4,0	4,0	48,0
	Datang Langsung	12	48,0	48,0	96,0
	Lain-lain	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Pertama Datang ke Jogja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	10	40,0	40,0	40,0
	Tidak	15	60,0	60,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Pertama Menginap di Hotel Ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	21	84,0	84,0	84,0
	Tidak	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Wisatawan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dalam Negeri	18	72,0	72,0	72,0
	Asing	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Faktor Loading

CSR

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,524
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	54,083
	df	3
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,010	67,000	67,000	2,010	67,000	67,000
2	,854	28,469	95,469			
3	,136	4,531	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
A1	,515
A2	,920
A3	,948

Extraction Method:
Principal
Component
Analysis.

- a. 1 components
extracted.

**Dimensi Bisnis
Internal**

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	154,395
	df	15
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,011	66,847	66,847	4,011	66,847	66,847
2	,873	14,543	81,390			
3	,428	7,133	88,524			
4	,315	5,253	93,776			
5	,259	4,315	98,092			
6	,115	1,908	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component
Matrix^a**

	Component
	1
B1	,821
B2	,851
B3	,798
B4	,910
B5	,683
B6	,825

Extraction Method:
Principal
Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Dimensi Finansial

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	154,395
	df	15
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,011	66,847	66,847	4,011	66,847	66,847
2	,873	14,543	81,390			
3	,428	7,133	88,524			
4	,315	5,253	93,776			
5	,259	4,315	98,092			
6	,115	1,908	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component
Matrix^a**

	Component
	1
B1	,821
B2	,851
B3	,798
B4	,910
B5	,683
B6	,825

Extraction Method:
Principal
Component
Analysis.
a. 1 components
extracted.

Dimensi Pelanggan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	154,395
	df	15
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,011	66,847	66,847	4,011	66,847	66,847
2	,873	14,543	81,390			
3	,428	7,133	88,524			
4	,315	5,253	93,776			
5	,259	4,315	98,092			
6	,115	1,908	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
B1	,821
B2	,851
B3	,798
B4	,910
B5	,683
B6	,825

Extraction Method:
Principal
Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Dimensi Pembelajaran dan Pertumbuhan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	154,395
	df	15
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,011	66,847	66,847	4,011	66,847	66,847
2	,873	14,543	81,390			
3	,428	7,133	88,524			
4	,315	5,253	93,776			
5	,259	4,315	98,092			
6	,115	1,908	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
B1	,821
B2	,851
B3	,798
B4	,910
B5	,683
B6	,825

Extraction Method:
Principal
Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Tujuan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	154,395
	df	15
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,011	66,847	66,847	4,011	66,847	66,847
2	,873	14,543	81,390			
3	,428	7,133	88,524			
4	,315	5,253	93,776			
5	,259	4,315	98,092			
6	,115	1,908	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
B1	,821
B2	,851
B3	,798
B4	,910
B5	,683
B6	,825

Extraction Method:
Principal
Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Visi

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,773
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	154,395
	df	15
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,011	66,847	66,847	4,011	66,847	66,847
2	,873	14,543	81,390			
3	,428	7,133	88,524			
4	,315	5,253	93,776			
5	,259	4,315	98,092			
6	,115	1,908	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
B1	,821
B2	,851
B3	,798
B4	,910
B5	,683
B6	,825

Extraction Method:

Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Uji Korelasi

- **Hipotesis 1**

Correlations

		Dimensi Pembelajaran dan Pertumbuhan	Dimensi Bisnis Internal
Dimensi Pembelajaran dan Pertumbuhan	Pearson Correlation	1	,743**
	Sig. (2-tailed)		,002
	N	15	15
Dimensi Bisnis Internal	Pearson Correlation	,743**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	
	N	15	40

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

- **Hipotesis 2**

Correlations

		Dimensi Bisnis Internal	Dimensi Pelanggan
Dimensi Bisnis Internal	Pearson Correlation	1	,812**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
Dimensi Pelanggan	Pearson Correlation	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40

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

- **Hipotesis 3**

Correlations

		Dimensi Pelanggan	Dimensi Finansial
Dimensi Pelanggan	Pearson Correlation	1	,054
	Sig. (2-tailed)		,966
	N	40	3
Dimensi Finansial	Pearson Correlation	,054	1
	Sig. (2-tailed)	,966	
	N	3	3

- **Hipotesis 4**

Correlations

		CSR	Dimensi Finansial
CSR	Pearson Correlation	1	,500
	Sig. (2-tailed)		,667
	N	40	3
Dimensi Finansial	Pearson Correlation	,500	1
	Sig. (2-tailed)	,667	
	N	3	3

- **Hipotesis 5**

Correlations

		CSR	Dimensi Pelanggan
CSR	Pearson Correlation	1	,440**
	Sig. (2-tailed)		,005
	N	40	40
Dimensi Pelanggan	Pearson Correlation	,440**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	
	N	40	40

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

- **Hipotesis 6**

Correlations

		CSR	Dimensi Bisnis Internal
CSR	Pearson Correlation	1	,552**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
Dimensi Bisnis Internal	Pearson Correlation	,552**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40

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

- **Hipotesis 7**

Correlations

		CSR	Dimensi Pertumbuhan dan Pembelajaran
CSR	Pearson Correlation	1	-,042
	Sig. (2-tailed)		,883
	N	40	15
Dimensi Pertumbuhan dan Pembelajaran	Pearson Correlation	-,042	1
	Sig. (2-tailed)	,883	
	N	15	15

- **Hipotesis 8**

Correlations

		CSR	Dimensi Tujuan
CSR	Pearson Correlation	1	,398*
	Sig. (2-tailed)		,011
	N	40	40
Dimensi Tujuan	Pearson Correlation	,398*	1
	Sig. (2-tailed)	,011	
	N	40	40

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

- **Hipotesis 9**

Correlations

		Dimensi Finansial	Dimensi Tujuan
Dimensi Finansial	Pearson Correlation	1	,606
	Sig. (2-tailed)		,585
	N	3	3
Dimensi Tujuan	Pearson Correlation	,606	1
	Sig. (2-tailed)	,585	
	N	3	40

- **Hipotesis 10**

Correlations

		Dimensi Pelanggan	Dimensi Tujuan
Dimensi Pelanggan	Pearson Correlation	1	,819**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
Dimensi Tujuan	Pearson Correlation	,819**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40

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

- **Hipotesis 11**

Correlations

		Dimensi Bisnis Internal	Dimensi Tujuan
Dimensi Bisnis Internal	Pearson Correlation	1	,847**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
Dimensi Tujuan	Pearson Correlation	,847**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40

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

- **Hipotesis 12**

Correlations

		Dimensi Pertumbuhan dan Pembelajaran	Dimensi Tujuan
Dimensi Pertumbuhan dan Pembelajaran	Pearson Correlation	1	,871**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	15	15
Dimensi Tujuan	Pearson Correlation	,871**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	15	40

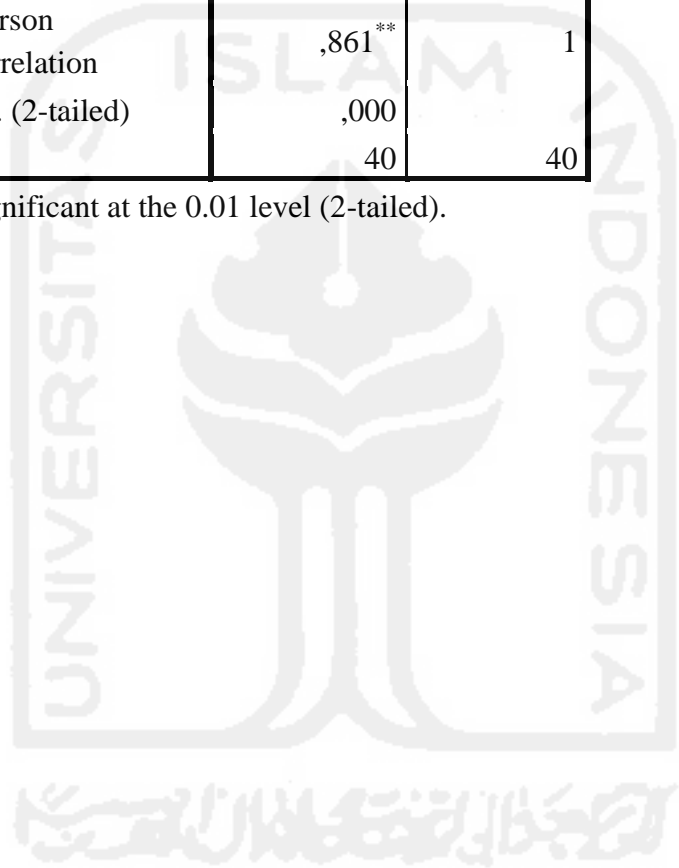
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- **Hipotesis 13**

Correlations

		Dimensi Tujuan	Dimensi Visi
Dimensi Tujuan	Pearson Correlation	1	,861**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
Dimensi Visi	Pearson Correlation	,861**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40

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



Uji Validitas

CSR

Correlations

		A1	A2	A3	Skor
A1	Pearson Correlation	1	,225	,330*	,713**
	Sig. (2-tailed)		,162	,038	,000
	N	40	40	40	40
A2	Pearson Correlation	,225	1	,857**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,162		,000	,000
	N	40	40	40	40
A3	Pearson Correlation	,330*	,857**	1	,871**
	Sig. (2-tailed)	,038	,000		,000
	N	40	40	40	40
Skor	Pearson Correlation	,713**	,819**	,871**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

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

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

Dimensi Bisnis Internal

Correlations

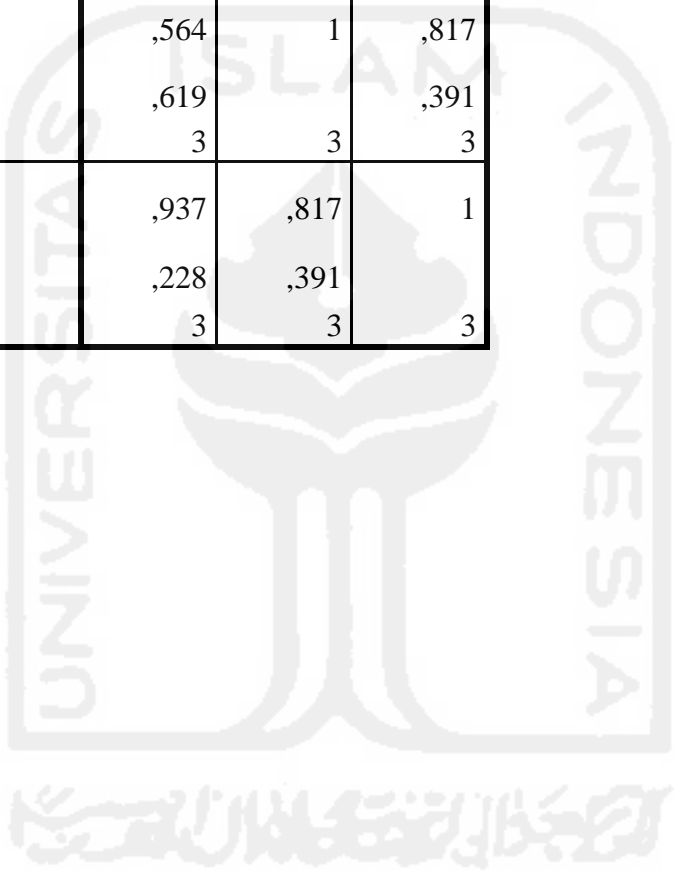
		E1	E2	E3	Skor
E1	Pearson Correlation	1	,657**	,655**	,872**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40
E2	Pearson Correlation	,657**	1	,685**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40
E3	Pearson Correlation	,655**	,685**	1	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40
Skor	Pearson Correlation	,872**	,891**	,881**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

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

Dimensi Finansial

Correlations

		C1	C2	Skor
C1	Pearson Correlation	1	,564	,937
	Sig. (2-tailed)		,619	,228
	N	3	3	3
C2	Pearson Correlation	,564	1	,817
	Sig. (2-tailed)	,619		,391
	N	3	3	3
Skor	Pearson Correlation	,937	,817	1
	Sig. (2-tailed)	,228	,391	
	N	3	3	3



Dimensi Pelanggan

Correlations

		B1	B2	B3	B4	B5	B6	Skor
B1	Pearson Correlation	1	,755**	,598**	,649**	,451**	,551**	,819**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,003	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
B2	Pearson Correlation	,755**	1	,700**	,744**	,321*	,591**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,043	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
B3	Pearson Correlation	,598**	,700**	1	,686**	,329*	,566**	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,038	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
B4	Pearson Correlation	,649**	,744**	,686**	1	,666**	,690**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
B5	Pearson Correlation	,451**	,321*	,329*	,666**	1	,659**	,682**
	Sig. (2-tailed)	,003	,043	,038	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
B6	Pearson Correlation	,551**	,591**	,566**	,690**	,659**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Skor	Pearson Correlation	,819**	,846**	,806**	,903**	,682**	,832**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Dimensi Pembelajaran dan Pertumbuhan

Correlations

		D1	D2	D3	D4	Skor
D1	Pearson Correlation	1	,870**	,896**	,957**	,971**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	15	15	15	15	15
D2	Pearson Correlation	,870**	1	,787**	,871**	,923**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	15	15	15	15	15
D3	Pearson Correlation	,896**	,787**	1	,956**	,950**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	15	15	15	15	15
D4	Pearson Correlation	,957**	,871**	,956**	1	,987**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	15	15	15	15	15
Skor	Pearson Correlation	,971**	,923**	,950**	,987**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	15	15	15	15	15

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

Tujuan

Correlations

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	Skor
F1 Pearson Correlation	1	,801*	,927*	,841*	,682*	,502*	,581*	,884**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000
N	40	40	40	40	40	40	40	40
F2 Pearson Correlation	,801**	1	,710*	,813*	,689*	,719*	,805*	,911**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	40	40	40	40	40	40	40	40
F3 Pearson Correlation	,927**	,710*	1	,841*	,611*	,483*	,488*	,841**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,002	,001	,000
N	40	40	40	40	40	40	40	40
F4 Pearson Correlation	,841**	,813*	,841*	1	,737*	,762*	,742*	,945**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	40	40	40	40	40	40	40	40
F5 Pearson Correlation	,682**	,689*	,611*	,737*	1	,709*	,663*	,828**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N	40	40	40	40	40	40	40	40
F6 Pearson Correlation	,502**	,719*	,483*	,762*	,709*	1	,888*	,826**
Sig. (2-tailed)	,001	,000	,002	,000	,000		,000	,000
N	40	40	40	40	40	40	40	40
F7 Pearson Correlation	,581**	,805*	,488*	,742*	,663*	,888*	1	,845**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,000
N	40	40	40	40	40	40	40	40
Skor Pearson Correlation	,884**	,911*	,841*	,945*	,828*	,826*	,845*	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	40	40	40	40	40	40	40	40

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

Visi

Correlations

		G1	G2	G3	G4	Skor
G1	Pearson Correlation	1	,850**	,525**	,517**	,820**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,001	,000
	N	40	40	40	40	40
G2	Pearson Correlation	,850**	1	,728**	,650**	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
G3	Pearson Correlation	,525**	,728**	1	,820**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
G4	Pearson Correlation	,517**	,650**	,820**	1	,857**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
Skor	Pearson Correlation	,820**	,921**	,891**	,857**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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