



**PENGARUH TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PERUSAHAAN DAN *CUSTOMER INTIMACY*
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT. KERETA API
INDONESIA DAERAH OPERASI VII MADIUN
(STUDI KASUS PADA PENUMPANG KERETA API
KELAS EKONOMI DI STASIUN MADIUN)**

***(THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY AND CUSTOMER INTIMACY TO
CORPORATE IMAGE PT. KERETA API INDONESIA DAERAH
OPERASI VII MADIUN) (STUDY CASE AT ECONOMIC
PASSENGER TRAIN IN MADIUN STATION)***

TESIS

Oleh

ABID DATUL MUKHOYYAROH, S.Sos

NIM 100920101003

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINISTRASI
KONSENTRASI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2014



**PENGARUH TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PERUSAHAAN DAN *CUSTOMER INTIMACY*
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT. KERETA API
INDONESIA DAERAH OPERASI VII MADIUN
(STUDI KASUS PADA PENUMPANG KERETA API
KELAS EKONOMI DI STASIUN MADIUN)**

***(THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY AND CUSTOMER INTIMACY TO
CORPORATE IMAGE PT. KERETA API INDONESIA DAERAH
OPERASI VII MADIUN) (STUDY CASE AT ECONOMIC
PASSENGER TRAIN IN MADIUN STATION)***

TESIS

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Administrasi Bisnis
(S2) dan mencapai gelar Magister of Science

Oleh

ABID DATUL MUKHOYYAROH, S.Sos

NIM 100920101003

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINISTRASI
KONSENTRASI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak H. Abdul Djalil dan Ibu Hj. Siti Djannatin Na'im orang tua sekaligus guru terbaik sepanjang hidupku, terimakasih atas segala pengorbanan, doa dan dukungan spiritual serta material, Jazakallahu khoiron katsiro,
2. Eko Sugianto laki-laki yang sangat luar biasa, yang menunjukkan cintanya kepada istri dan anaknya sebagai bukti cintanya kepada Sang Maha Kasih. Terimakasih atas semua waktu, pengorbanan, bimbingan, dukungan material dan spiritual untukku, semoga karya kecil ini dapat membanggakan hatimu,
3. Anakku Najwa Awwaliyah Khoirotn Hisan mutiara hati dan inspirator hidupku, yang sudah pintar, sabar dan 'manut' menemani mama dalam menyelesaikan kuliah S2 ini, terimakasih yang tidak terhingga untukmu nak, tesis ini merupakan warisan untuk mengantarkan menuju masa depanmu kelak,
4. Adikku Dewi Mariyatul Qibtiyah dan Abdul Basith Umami, terimakasih untuk dukungan dan semangat yang kalian berikan, terimakasih juga untuk bantuan kalian dalam menjaga Najwa sementara mamanya mengerjakan tesis ini,
5. Almamater Universitas Jember

HALAMAN MOTTO

Menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial, tidak akan menjamin perusahaan bisa bertahan. ¹

Perusahaan-perusahaan yang akrab dengan pelanggan tidak mengejar transaksi-transaksi tunggal; mereka membangun hubungan mesra. ²

¹ Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep Dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing

² Treacy, M & Wiersima, F. 1996. *Disilpin Para Pemimpin Pasar (The Dicipline of Market Leaders : Choose Your Customers, Narrow Your Focus, Dominate Your Market)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Abid Datul Mukhoyyaroh, S.Sos

NIM : 100920101003

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul : *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Customer Intimacy Terhadap Citra Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi VII Madiun (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Kelas Ekonomi Di Stasiun Madiun)* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 Mei 2014

Yang Menyatakan,

Abid Datul Mukhoyyaroh, S.Sos

TESIS

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PERUSAHAAN DAN *CUSTOMER INTIMACY*
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT. KERETA API
INDONESIA DAERAH OPERASI VII MADIUN
(STUDI KASUS PADA PENUMPANG KERETA API
KELAS EKONOMI DI STASIUN MADIUN)**

***(THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY AND CUSTOMER INTIMACY TO
CORPORATE IMAGE PT. KERETA API INDONESIA DAERAH
OPERASI VII MADIUN) (STUDY CASE AT ECONOMIC
PASSENGER TRAIN IN MADIUN STATION)***

Oleh

Abid Datul Mukhoyyaroh, S.Sos

NIM 100920101003

Pembimbing :

DPU: Dr. Sasongko, M.Si

NIP. 195704071986091001

DPA: Drs. Poerwanto, M.A

NIP. 194907151984031002

PENGESAHAN

Tesis berjudul Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan *Customer Intimacy* Terhadap Citra Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi VII Madiun (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Kelas Ekonomi Di Stasiun Madiun) telah disetujui pada:

Hari/ tanggal : Senin/ 19 Mei 2014

Tempat : Ruang Sidang Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Susunan Panitia Penguji:

Ketua,

Anggota I,

Dr. Edy Wahyudi, M.M

NIP. 19750825 200212 1 002

Dr. Sasongko, M.Si

NIP. 19570407 198609 1001

Anggota II,

Anggota III,

Drs. Poerwanto, M.A

NIP. 19490715 1984031 002

Dr. Anastasia Murdyastuti, M.Si

NIP. 19580510 198702 2 001

Mengetahui,

Dekan FISIP Universitas Jember

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP. 19520727 198103 1 003

PERSETUJUAN

Tesis berjudul Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan *Customer Intimacy* Terhadap Citra Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi VII Madiun (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Kelas Ekonomi Di Stasiun Madiun) telah disetujui pada:

Hari/ Tanggal : Senin/ 19 Mei 2014

Tempat : Ruang Sidang Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Dr. Sasongko, M.Si

NIP. 19570407 198609 1001

Drs. Poerwanto, M.A

NIP. 19490715 1984031 002

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Administrasi,

Dr. Zarah Puspitaningtyas, S.Sos, SE, M.Si

NIP. 19790220 200212 2 001

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena hanya atas hidayah dan kesempatan-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan *Customer Intimacy* Terhadap Citra Perusahaan Pada PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi VII Madiun (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api kelas Ekonomi Di Stasiun Madiun)". Tesis ini ditulis sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan program Strata Dua (S2) dan memperoleh gelar Magister of Sains (M.Si) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan, petunjuk dan pengarahan dari banyak pihak. Penulis pada kesempatan ini ingin menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya pada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember,
2. Dr. Zarah Puspitaningtyas, SE selaku Ketua Progam Studi Magister Ilmu Administrasi Fisip Universitas Jember yang telah memberi kesempatan dan memfasilitasi penyelesaian tesis ini,
3. Dr. Sasongko, M.Si selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dalam penyelesaian tesis ini,
4. Drs. Poerwanto, MA selaku pembimbing anggota atas kesabarannya dalam memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini
5. Dr. Akhmad Toha, M.Si, Dr. Edy Wahyudi, MM, Dr. Anastasia Murdyastuti, M.Si selaku penguji tesis yang telah banyak memberikan masukan dalam penulisan tesis ini,
6. Kepada Bapak Najib Tawang Alun selaku Kepala PT. KAI DAOP VII Madiun, Bapak Gatut Sutiyatmoko selaku Humas PT. KAI DAOP VII Madiun, dan Bapak Sofyan Hadi selaku Kepala Stasiun Besar Madiun yang telah memberikan ijin, kesempatan, dan fasilitas dalam melakukan penelitian tesis ini.

7. Segenap karyawan PT. KAI DAOP VII Madiun yang tidak dapat penulis sebutkan satu- persatu yang telah mendukung dan membantu dalam proses penyelesaian tesis ini,
8. Keluarga besar Bapak H. Abdul Djalil dan Bapak Sukiman, terimakasih untuk segala dukungan dan doanya.
9. Teman-teman Pasca Sarjana FISIP angkatan 2010, terimakasih untuk hari-hari yang penuh semangat dan menyenangkan.

Penulis mengharapkan karya ilmiah ini mampu memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada umumnya dan program studi Pasca Sarjana Ilmu Administrasi pada khususnya.

Jember, 20 Mei 2014

Abid Datul Mukhoyyaroh, S.Sos

SUMMARY

The Effect Of Corporate Social Responsibility And Customer Intimacy Of Corporate Image To PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi VII Madiun (Study Case At Economic Passenger Train In Madiun Station) ; Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos; 100920101003; 94 pages; Study Program of Administration Science Administration Concentration and Bussiness Policy; Department of Administration Science; Faculty of Social and Political Science; University of Jember.

Good corporate image is one of the important assets for a company to win the competition in the market. Corporation image is the main assets and it is priceless for a company. Therefore, it takes hard work in establishing customer perceptions of the corporate image expected by management. The corporate image of PT. KAI is formed by activities of social responsibility and customer intimacy. The formulation of the problem that is taken in this research are: (a) How does the corporate social responsibility and the customer intimacy influence simultaneously the corporation image of PT. KAI Daop VII MAdiun? (b) How does the corporate social responsibility and the customer intimacy influence partially the corporation image of PT. KAI Daop VII Madiun?.

The research design that will be used in this research is the explanatory research. The population in this research is the passengers of PT. KAI in Stasiun Besar Madiun. The sampling technique used in this research is Purposive Sampling. Considering the characteristic of population which has infinite number, the sampling technique uses incidental sampling. The measurement of this research based on Krejcie table is 277 respondents. The technique that is used to analyze the data in this research is the use of multiple linear regression analysis, where the corporate social responsibility as variable X_1 , customer intimacy as variable X_2 , and corporate image as variable Y .

Based on the testing which is uses multiple linear regression analysis, the results obtained $X_1 = 0.337$. It means that if the variable of costumer intimacy (X_2) is equal to zero, the variable raising of corporate social responsibility (X_1) will enhance the corporate image. $X_2 = 0.057$ means that if the variable of the corporate social responsibility (X_1) is equal to zero, the variable of costumer intimacy (X_2) will enhance the corporation image.

Based on the results of testing by t-test (partial), it can be stated that the corporate

social responsibility variable has a significance level of 0.000 and the customer intimacy has a significance level of 0,004. It means that the corporate social responsibility and the customer intimacy have a significant influence on the corporate image of PT. KAI Daop VII Madiun because it have a significance value smaller than 0.05 (5%). Thus, the hypothesis that the variables of corporate social responsibility and the customer intimacy partially influence toward the corporate image of PT. KAI Daop VII Madiun is proven true (H_a is accepted).

Whereas, the results of the analysis which uses the F test (synchronously) obtain the value of F is 26.760 with significance value 0.000. The value of F_{hitung} is greater than The value of F_{table} amounted to 2.996. It means that synchronously, the corporate social responsibility and the customer intimacy significantly influence toward corporation image. Thus, the hypothesis which states that the variables of corporate social responsibility and customer intimacy synchronously influence the corporate image of PT. KAI Daop VII Madiun is proven true (H_a is accepted).

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
SUMMARY.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Batasan Masalah.....	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Pemasaran.....	21
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	21
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	21
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	21
2.2 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	23
2.2.1 Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	23
2.2.2 Alasan Perusahaan Melaksanakan Tanggung Jawab Sosial.....	25
2.2.3 Manfaat dan Faktor Pendorong Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	25
2.2.4 Teknik Mengevaluasi Kinerja Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	26
2.2.5 Penerapan Tanggung Jawab Perusahaan Pada BUMN.....	28
2.3 Customer Intimacy.....	32
2.3.1 Pengertian <i>Customer Intimacy</i>	32

2.4 Citra Perusahaan.....	39
2.4.1 Pengertian Citra.....	39
2.4.2 Pengertian Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>).....	40
2.4.3 Manfaat Citra Perusahaan.....	44
2.4.4 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Perusahaan.....	45
2.4.6 Proses Pembentukan Citra.....	47
2.5 Penelitian Terdahulu.....	49
2.6 Kerangka Konseptual.....	49
2.7 Hipotesis.....	51
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Rancangan Penelitian.....	53
3.2 Lokasi Penelitian.....	53
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
3.3.1 Populasi Penelitian.....	53
3.3.2 Sampel Penelitian.....	54
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.4.1 Jenis Data.....	55
3.4.2 Sumber Data.....	56
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	57
3.6 Identifikasi Variabel Penelitian.....	58
3.7 Definisi Operational Variabel.....	59
3.7.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	59
3.7.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	62
3.8 Pengukuran Variabel Penelitian.....	62
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
3.9.1 Uji Validitas.....	63
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	64
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
3.12 Uji Hipotesis.....	66
3.12.1 Uji T.....	67
3.12.2 Uji F.....	67
3.13 Kerangka Pemecahan Masalah.....	68

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Gambaran Umum PT.KAI Daop VII Madiun.....	70
4.1.1 Sejarah Kereta Api di Indonesia.....	70
4.1.2 Sejarah Kereta Api Daop VII Madiun.....	73
4.1.3 Struktur Organisasi.....	75
4.1.4 Tata Laksana Kerja.....	75
4.1.5 Visi dan Misi.....	76
4.1.6 Logo Perusahaan.....	76
4.1.7 Dasar Hukum.....	77
4.1.8 Wilayah Operasi Daop VII Madiun.....	78
4.1.9 Kereta Api di Bawah Naungan Daop VII Madiun.....	79
4.2 Pembahasan.....	80
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	80
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	81
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	86
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
4.2.6 Pengujian Hipotesis.....	91
4.3 Hasil Pembahasan.....	95
4.3.1 Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Citra Perusahaan.....	95
4.3.2 Pengaruh <i>Customer Intimacy</i> Terhadap Citra Perusahaan.....	97
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penumpang Kereta Api Dalam Hitungan Tahun.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Penumpang PT. KAI Daop VII Madiun Tahun 2012 Periode Bulan September-November.....	4
Tabel 1.3 Ketepatan Waktu Keberangkatan dan Kedatangan Kereta Api Penumpang	5
Tabel 1.4 Perkembangan Aset Perkeretaapian Indonesia.....	6
Tabel 4.1 Daftar Nama Stasiun di Bawah Naungan Daop VII Madiun.....	79
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Demografi Responden.....	81
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	82
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Intimacy</i>	83
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Citra Perusahaan	85
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas..... ..	87
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas..... ..	88
Tabel 4.8 <i>Collinearity Statistic</i>	89
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i>	90
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	91
Tabel 4.11 Uji Regresi Secara Parsial (Uji-t) Coefficient ^a	92
Tabel 4.12 Pengujian Godness of Fit Model Summary ^b	93
Tabel 4.13 Uji Regresi Secara Bersama-sama (Uji-F) ANOVA ^b	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Grafik Jumlah Penumpang Kereta Api dalam Hitungan Tahun.....	3
1.2 Grafik Data Kecelakaan Kereta Api.....	6
1.3 Grafik Data Korban Kecelakaan Kereta Api.....	7
2.1 Kriteria Kinerja Perusahaan.....	28
2.2 Proses Terbentuknya Citra Perusahaan.....	43
2.3 Model Proses Informasi Oleh konsumen.....	48
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian Secara Parsial.....	50
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian Secara Simultan.....	51
3.1 Diagram Alur Analisis Data Penelitian.....	68
4.1 Logo PT.KAI.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu

Lampiran 2 Bagan Struktur Organisasi Daerah Operasi VII Madiun

Lampiran 3 Kuestioner Penelitian

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda