

ABSTRAK

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi oleh Reputasi Perusahaan.
(dibimbing oleh : Ibu Rina Anindita)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap loyalitas konsumen, untuk mengetahui loyalitas konsumen terhadap reputasi perusahaan, dan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh reputasi perusahaan.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis*. Responden yang diteliti sebanyak 115 responden yang merupakan penghuni Apartemen Laguna dan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Esa Unggul yang telah menggunakan produk lifebuoy dan mengetahui program CSR Lifebuoy Berbagi Sehat.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan, tidak terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas konsumen, dan tidak terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh reputasi perusahaan. Tetapi pengaruh langsung lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Sehingga dapat dikatakan bahwa *corporate social responsibility* terhadap loyalitas konsumen tidak memiliki mediasi pada penelitian ini.

Hal ini disebabkan karena *corporate social responsibility* PT Unilever Indonesia Tbk telah diketahui dan dikenal masyarakat sebagai program yang memberikan dampak positif yang baik.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Loyalitas Konsumen, Reputasi Perusahaan.