

ABSTRAK

Dalam menghadapi isu mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tidak hanya menjadi pembicaraan isu sosial, namun juga berkembang menjadi perbincangan hangat bagi para pemilik pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility*(CSR) terhadap citra perusahaan, kepuasan, minat beli, dan loyalitas konsumen di Waroeng Group Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan jenis data yaitu data primer dengan metode penyebaran kuesioner pada responden, menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, serta populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Waroeng Group di Yogyakarta. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis yaitu *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan, kepuasan konsumen minat beli konsumen, dan loyalitas konsumen. Citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli dan loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli dan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: CSR, citra perusahaan, kepuasan konsumen, minat beli konsumen, loyalitas konsumen

ABSTRACT

In dealing with the issue of Corporate Social Responsibility (CSR) which is not only a discussion of social issues, but also develops into a heated conversation for business owners. This study aims to examine the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on corporate image, satisfaction, purchase intention, and customer loyalty in Waroeng Group Yogyakarta.

This study uses the type of data that is primary data with the method of distributing questionnaire to respondents, using sampling techniques with purposive sampling, and the population in this study is Waroeng Group consumers in Yogyakarta. The method used to test hypothesis is Structural Equation Model (SEM) with the help of SmartPLS 3.0 software.

The result of this study indicate that CSR shows a significant positive effect on corporate image, customer satisfaction, consumer buying interest, and customer loyalty. The corporate's image has a significant positive effect on customer purchase intention and customer loyalty. Customer satisfaction has a significant positive effect on customer purchase intention and customer loyalty.

Keywords: CSR, corporate image, customer satisfaction, customer purchase intention, customer loyalty