

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of corporate social responsibility implementation towards corporate images and the customer loyalty. Also, this research investigated the effects of corporate image towards customer loyalty. The number of samples was 100 respondents by using purposive sampling method. The population of this study are smoker, customers of PT Djarum Indonesia who lived in Sleman, D.I Yogyakarta. Data analysis technique used are multiple linear regression, and path analysis.

The result of this study found that corporate social responsibility implementation in PT Djarum Indonesia significant positive effect on the customer loyalty and corporate image. Also variable corporate image was proved to be able to mediate the implementation of CSR to customer loyalty in PT Djarum Indonesia significantly positively. This implication of this research was suggested to PT Djarum Indonesia to build CSR better in order to increase the corporate image and increase customer loyalty.

Keywords: *corporate social responsibility implementation, corporate image, customer loyalty.*

Abstraksi

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat efek yang diberikan oleh implementasi *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan dan loyalitas konsumen, juga pengaruh yang diberikan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen. Sampel yang digunakan sebesar 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sample*. Populasi dari penelitian ini adalah perokok aktif, konsumen PT Djarum Indonesia yang berdomisili di Sleman, D.I. Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dan *path analysis*.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Implementasi CSR terhadap citra perusahaan dan loyalitas konsumen pada konsumen PT Djarum Indonesia adalah positif dan signifikan. Variabel citra perusahaan terbukti dalam memediasi implementasi CSR terhadap loyalitas konsumen secara positif dan signifikan. Penelitian ini diimplikasikan dapat membantu perusahaan untuk membangun CSR lebih baik agar meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata kunci: implementasi *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan, loyalitas konsumen.