

**PENGARUH *PERCEIVED CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
*BENEFIT* TERHADAP CUSTOMER LOYALTY: ANALISIS MEDIASI  
*TRUST, CORPORATE REPUTATION & WORD OF MOUTH*  
(Studi pada Konsumen PT Telkom Indonesia)**

***THE EFFECT OF PERCEIVED CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
BENEFIT ON CUSTOMER LOYALTY: MEDIATION ANALYSIS OF  
TRUST, COMPANY REPUTATION & WORD OF MOUTH*  
(Study on PT Telkom Indonesia's Consumers)**



Oleh

**PUTRI FADILAH**

**20190410480**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH *PERCEIVED CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
*BENEFIT* TERHADAP CUSTOMER LOYALTY: ANALISIS MEDIASI  
*TRUST, CORPORATE REPUTATION & WORD OF MOUTH*  
(Studi pada Konsumen PT Telkom Indonesia)**

***THE EFFECT OF PERCEIVED CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
BENEFIT ON CUSTOMER LOYALTY: MEDIATION ANALYSIS OF  
TRUST, COMPANY REPUTATION & WORD OF MOUTH*  
(Study on PT Telkom Indonesia's Consumers)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Oleh**

**PUTRI FADILAH**

**20190410480**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

## LEMBAR PERNYATAAN

**Nama: Putri Fadilah**

**NIM: 20190410480**

Saya menyatakan dengan lembar pengesahan ini bahwa KTI dengan judul "Pengaruh *Perceived Corporate Social Responsibility Benefit* Terhadap *Customer Loyalty*: Analisis Mediasi *Trust*, *Corporate Reputation* & *Word of Mouth (WOM)*" Belum pernah diajukan dan diterbitkan dengan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu Perguruan Tinggi dan berdasarkan pengetahuan saya, tidak terdapat karya yang telah ditulis oleh oranglain kecuali saya jadikan referensi dan saya dituliskan sumber acuan dalam daftar pustaka. Jika ternyata terdapat kekhilafan atas karya oranglain yang saya tuliskan tanpa mencantumkan referensi saya memohon maaf dan saya bersedia untuk membatalkan hal tersebut jika dimungkinkan.

Yogyakarta, Jumat 23 Desember 2022

  
Putri Fadilah

Scanned by TapScanner

## MOTTO KEHIDUPAN

*“And Seek help through patience and prayer, and indeed, it is difficult except for the humbly submissive (to Allah)” (Q.S Al-Baqarah : 45)*

*“If you are grateful, I will surely increase you (in favor)...” (Q.S Ibrahim:7)*

“Man Shabara Zhafira Siapa yang bersabar pasti akan beruntung. Hidup itu merupakan kombinasi dari niat yang ikhlas, kerja keras, doa serta tawakkal. Jangan pernah meremehkan mimpi karena Allah Maha Mendengar, Man Jadda Wajada” –  
Negeri 5 Menara

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Karya tulis ini Putri persembahkan untuk seorang wanita paling hebat yang penuh cinta serta kelembutan dan seorang pria paling berjasa dengan banyaknya kesabaran dan kebijaksanaan, Mamah Irus Rusmiati dan Alm. Ayah Endang Kurnia yang selama ini menjadi *support system* terbaik yang Putri miliki. Terimakasih atas banyaknya doa, cinta, dukungan dan nasihat terbaik yang selalu diberikan untuk Putri. Semoga Allah selalu melingkupi Mama dan Alm. Ayah dalam berlapis-lapis kebahagiaan, keberkahan dan ampunan.

Teruntuk adik-adikku yang shalih dan baik hatinya, Rizki dan Khairan terimakasih karena tak pernah lelah berjuang untuk berbakti pada mamah & ayah dan berjuang menggapai segala cita-cita. Terimakasih telah menjadi saudara laki-laki yang begitu penurut, ceria dan terkadang begitu manis. Terimakasih untuk diriku sendiri, terimakasih karena selalu semangat untuk terus berjuang dalam kebaikan dalam rangka beribadah pada Allah. Semangat semoga suatu hari nanti putri bisa menulis *thesis* sebagai syarat kelulusan jenjang magister disalah satu universitas terbaik di *United Kingdom*.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin puji serta syukur pada Allah Azza Wa Jalla atas begitu banyak limpahan nikmat dan besarnya karunia yang diberikan hingga saat ini. Rasa haru mendera perasaan karena hati dan lisan tidak sanggup mendeskripsikan kebaikan dan kasih sayang yang Allah Karuniakan. Begitu hebat dan banyaknya pertolongan dari Allah sehingga pada akhirnya proses penulisan KTI dengan judul “Pengaruh *Perceived Corporate Social Responsibility Benefit* Terhadap *Customer Loyalty*: Analisis Mediasi *Trust, Corporate Reputation & Word of Mouth*” telah selesai dilaksanakan. Shalawat dan salam dilimpah curahkan pada Baginda Rasulullah SAW yang selalu menjadi suri tauladan terbaik sepanjang zaman.

Rangkaian masa perkuliahan akhirnya telah selesai dengan penulisan karya tulis ini. Proses panjang perkuliahan telah dilewati dengan begitu banyak hikmah yang dapat menjadi pengalaman dan pelajaran untuk menjalani hidup yang lebih baik. Kelancaran proses dan perjuangan yang dilewati tak lepas dari pertolongan Allah Azza Wa Jalla yang selalu membersamai. Rasa syukur atas segala rencana indah dari Allah Azza Wa Jalla sehingga dapat dipertemukan dengan hamba-hamba-Nya yang begitu baik, semoga Allah senantiasa melimpahkan kebaikan serta keberkahan pada mereka. Dalam waktu yang penuh bahagia ini, izinkan penulis mengutarakan segenap rasa terimakasih yang begitu besar dan tulus pada:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMY yang telah memberikan bimbingan selama menjalani masa studi.
2. Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kebijaksanaan.
3. Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan selama proses penulisan skripsi.
4. Sutrisno Wibowo, SE., M.M selaku DPA yang senantiasa memberikan dukungan dengan penuh kebijaksanaan.
5. Mama dan Alm.Ayah yang begitu penuh cinta kasih dalam memberikan dukungan dan doa yang paling tulus untuk kebaikan, keberkahan dan kesuksesan dalam hidup.

Semoga kebaikan, kesehatan dan keberkahan dari Allah selalu menyertai mereka saat ini dan selamanya. Semoga Skripsi ini dapat memberikan kebermanfaatan yang luas bagi kita semua.

Yogyakarta, 20 Desember 2022



Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
MOTTO KEHIDUPAN .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II .....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Konsep-Konsep dalam Penelitian .....	14
C. Penelitian Terdahulu.....	18
D. Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	25
E. Model Penelitian .....	39
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN .....	40
A. Pendekatan Penelitian.....	40
B. Subjek Penelitian .....	40
C. Objek Penelitian .....	41
D. Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian .....	41
E. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	43
G. Definisi Operasional.....	44
H. Pengujian Instrumen.....	47



<b>I. Uji Hipotesis dan Analisis Data</b> .....	<b>50</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>52</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>52</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	<b>52</b>
<b>C. Uji Model</b> .....	<b>55</b>
<b>4. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis dan Mediasi</b> .....	<b>73</b>
<b>BAB V</b> .....	<b>82</b>
<b>SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN DAN IMPLIKASI</b> .....	<b>82</b>
<b>A. Simpulan</b> .....	<b>82</b>
<b>B. Implikasi Hasil Penelitian</b> .....	<b>83</b>
<b>C. Keterbatasan Penelitian</b> .....	<b>84</b>
<b>D. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya</b> .....	<b>84</b>
<b>E. Saran</b> .....	<b>85</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
2.2 Hubungan <i>Perceived CSR Benefit</i> terhadap <i>Trust</i> .....	26
2.3 Hubungan <i>Perceived CSR Benefit</i> terhadap <i>Corporate Reputation</i> .....	28
2.4 Hubungan <i>Perceived CSR Benefit</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	29
2.5 Hubungan <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	30
2.6 Hubungan <i>Corporate Reputation</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	31
2.7 Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	33
2.8 Hubungan <i>Perceived CSR Benefit</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	34
2.9 Hubungan <i>Perceived CSR Benefit</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi oleh <i>Trust</i> .....	36
2.10 Hubungan <i>Perceived CSR Benefit</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi oleh <i>Corporate Reputation</i> .....	37
2.11 Hubungan <i>Perceived CSR Benefit</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi oleh <i>Word of Mouth</i> .....	38
3.1 Indikator Variabel .....	45
3.2 Skala Pengukuran <i>Likert</i> .....	46
4.1 Klasifikasi Responden.....	54
4.2 Kriteria Penilaian <i>Outer Model</i> .....	56
4.3 Hasil Pengujian Validitas Konvergen .....	57
4.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	59
4.5 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> .....	60
4.6 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> .....	61
4.7 Analisis Deskriptif .....	61
4.8 Hasil Uji Determinasi <i>R Squared Adjusted</i> .....	64
4.9 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i> .....	66
4.10 Hasil Uji <i>Indirect Effect</i> .....	70
4.11 Hasil Pengujian Hipotesis dan Mediasi.....	71

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian <i>Perceived CSR Benefit</i> dan <i>Customer Loyalty</i> .....	39
4.1 Hasil Uji Model Penelitian.....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner .....	95
Lampiran 2. Hasil pengujian <i>contsruct reliability and validity</i> .....	103
Lampiran 3. Hasil pengujian <i>discriminant validity</i> .....	104
Lampiran 4. Hasil pengujian <i>outer loading</i> .....	105
Lampiran 5. Hasil pengujian <i>path coefficient</i> .....	106
Lampiran 6. Hasil pengujian <i>indirect effect</i> .....	107
Lampiran 7. Hasil pengujian <i>cross loading</i> .....	108
Lampiran 8. Hasil pengujian <i>R square adjusted</i> .....	109
Lampiran 9. Hasil pengujian model fit .....	110
Lampiran 10. Hasil pengujian laten variabel <i>correlations</i> .....	111
Lampiran 11. Hasil pengujian <i>total effect</i> .....	112
Lampiran 12. Hasil pengujian <i>model alghoritm</i> .....	113
Lampiran 13. Hasil pengujian model <i>bootstrapping</i> .....	114
Lampiran 14. Analisis deskriptif.....	115
Lampiran 15. Data responden keseluruhan.....	117
Lampiran 13. Hasil pengujian model <i>bootstrapping</i> .....	114
Lampiran 14. Analisis deskriptif.....	115
Lampiran 15. Data responden keseluruhan.....	117
Lampiran 16. Kriteria pengujian <i>outer model</i> .....	118
Lampiran 17. Referensi model penelitian terdahulu .....	119