

PENGARUH CSR TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN VARIABEL MEDIASI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SIT

RINDI HANDAYANI



**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Pengaruh CSR terhadap Loyalitas pelanggan dengan Variabel Mediasi Kepercayaan dan Kepuasan pelanggan pada PT SIT” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Rindi Handayani
H2501211037

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

RINDI HANDAYANI. Pengaruh *CSR* terhadap Loyalitas pelanggan dengan Variabel Mediasi Kepercayaan dan Kepuasan pelanggan pada PT SIT. Dibimbing oleh HETI MULYATI dan MA'MUN SARMA.

Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bagian strategis dari upaya perusahaan dalam memperkuat hubungan dengan masyarakat serta membangun nilai jangka panjang secara sosial dan ekonomi. Dalam konteks ini, PT Swen Inovasi Transfer (PT SIT) berperan sebagai perusahaan pelaksana program *CSR* yang didanai oleh institusi besar, baik dari sektor Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) maupun swasta. Program yang dijalankan berupa bantuan instalasi *digester biogas* kepada kelompok sasaran seperti petani, pesantren, koperasi, dan komunitas desa, yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh program *CSR* terhadap loyalitas pelanggan dengan mempertimbangkan peran mediasi dari kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Pelanggan dalam penelitian ini adalah masyarakat penerima manfaat *CSR* yang secara aktif menggunakan produk dan layanan biogas dari PT SIT. Meskipun produk diperoleh melalui bantuan dan bukan pembelian langsung, penerima manfaat tetap berperan sebagai pelanggan karena mereka menggunakan, merawat, dan menerima layanan purna jual dari PT SIT. Skema ini menciptakan model pelanggan tidak langsung, di mana PT SIT menjual produk melalui dana *CSR* mitra (misalnya BUMN, BUMD atau sektor swasta), tetapi relasi layanan dan kepuasan tetap dibangun langsung dengan masyarakat sebagai pengguna akhir.

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan menguji hubungan antar variabel secara objektif melalui data statistik. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)*, yang sesuai untuk model dengan indikator reflektif dan jumlah sampel terbatas. Penerima manfaat program *CSR* dari PT SIT di wilayah Tasikmalaya, Banjar, Bogor, dan Jakarta Selatan sejumlah 209 orang dipilih sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur, lalu dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Analisis dilakukan melalui tahapan evaluasi *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator, serta evaluasi *inner model* untuk melihat hubungan antar konstruk laten dan menguji signifikansi pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel dalam model penelitian. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yakni mulai awal Januari hingga akhir Maret 2025.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *CSR* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan, serta terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sedangkan kepercayaan pelanggan tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan. Pengaruh tidak langsung *CSR* terhadap loyalitas terbukti signifikan melalui kepuasan, namun tidak melalui kepercayaan. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas program *CSR* dalam membangun loyalitas bergantung pada *CSR* dikemas, dijalankan, dan dirasakan manfaatnya oleh penerima. Dalam skema PT SIT, keberhasilan jangka panjang dari program tidak



hanya bergantung pada ketersediaan bantuan, tetapi juga pada keterlibatan penerima, edukasi berkelanjutan, dan kualitas layanan pasca-instalasi.

Penelitian ini memberi kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran sosial dan keberlanjutan perusahaan. *CSR* tidak hanya berfungsi sebagai alat hubungan masyarakat, tetapi juga sebagai jembatan untuk memperluas pasar melalui referensi sosial, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta memperkuat posisi PT SIT sebagai penyedia solusi energi terbarukan berbasis komunitas.

Kata kunci: biogas, *corporate social responsibility*, *CSR*, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, PT Swen Inovasi Transfer

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



SUMMARY

RINDI HANDAYANI. The Effect of CSR on Customer Loyalty: The Mediating Role of Trust and Customer Satisfaction at PT SIT. Supervised by HETI MULYATI and MA'MUN SARMA.

The Corporate Social Responsibility (CSR) program serves as a strategic component of corporate efforts to strengthen relationships with communities and build long-term socio-economic value. In this context, PT Swen Inovasi Transfer (PT SIT) operates as the implementing agency of CSR programs funded by large institutions, both from state-owned enterprises (BUMN) and the private sector. These programs involve the provision of biogas digester installations to targeted groups, such as farmers, Islamic boarding schools (pesantren), cooperatives, and rural communities across various regions in Indonesia.

This study examines the influence of CSR programs on customer loyalty by considering customer trust and satisfaction as mediating variables. In this study, customers refer to CSR beneficiaries who actively use PT SIT's biogas products and services. Although the products were obtained through assistance rather than direct purchase, the beneficiaries were still considered customers because they utilized, maintained, and received after-sales services from PT SIT. This creates an indirect customer model, in which PT SIT sells products through CSR funds provided by partners (e.g., BUMN, regional enterprises, or private companies), yet the relationship between service and satisfaction is directly maintained by end users.

A quantitative approach was employed to objectively examine the relationships between variables using statistical data. The analytical method used was Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS), which is suitable for models with reflective indicators and a limited sample size. A total of 209 respondents who were beneficiaries of the CSR program by PT Swen Inovasi Transfer (PT SIT) in the regions of Tasikmalaya, Banjar, Bogor, and South Jakarta were selected as the sample. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using SmartPLS software. The analysis involved evaluating the outer model to test the validity and reliability of indicators, as well as the inner model to assess the relationships among latent constructs, and to test the significance of both direct and indirect effects among the variables in the research model. The study was conducted over a period of three months, from early January to the end of March 2025.

The results indicate that CSR has a positive and significant influence on customer satisfaction and trust, as well as customer loyalty. Moreover, customer satisfaction directly influences customer loyalty, whereas customer trust does not have a significant direct effect. The indirect effect of CSR on loyalty is significant through satisfaction but not through trust. These findings underscore that the effectiveness of CSR in building loyalty depends on how well the program is designed, implemented, and perceived by the beneficiaries. In PT SIT's, long-term program success depends not only on the availability of assistance but also on beneficiary engagement, continuous education, and the quality of post-installation services.



This study contributes to the development of social marketing strategies and to corporate sustainability. CSR functions not only as a public relations tool but also as a bridge to expand markets through social referrals, enhances customer satisfaction and loyalty, and strengthens the position of PT SIT's as providers of community-based renewable energy solutions.

Keywords: biogas, corporate social responsibility, CSR, customer loyalty, customer satisfaction, customer trust, PT Swen Inovasi Transfer

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PENGARUH CSR TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN VARIABEL MEDIASI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SIT

RINDI HANDAYANI

Tesis

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains pada
Program Studi Ilmu Manajemen

**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

1. Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A.
2. Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I



Judul Tesis : Pengaruh CSR terhadap Loyalitas pelanggan dengan Variabel
Mediasi Kepercayaan dan Kepuasan pelanggan pada PT SIT
Nama : Rindi Handayani
NIM : H2501211037

@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. rer.pol. Heti Mulyati S.T.P., M.T.



Pembimbing 2:
Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma M.S., M.Ec.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Ilmu Manajemen:
Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I.
NIP. 197703122005011003



Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen:
Prof. Dr. Irfan Syauqi Beik, S.P., M.Sc.Ec.
NIP 19790422 200604 1 002



Tanggal Ujian:
17 Juli 2025

Tanggal Pengesahan: 31 JUL 2025



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang ini ialah manajemen pemasarn, dengan judul Pengaruh *CSR* terhadap Loyalitas pelanggan dengan Variabel Mediasi Kepercayaan dan Kepuasan pelanggan pada PT SIT.

Penyusunan karya ilmiah ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. rer. pol. Heti Mulyati, S.T.P., M.T. dan Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec., selaku dosen pembimbing, atas segala kesabaran, ilmu, arahan, serta motivasi yang telah diberikan selama proses bimbingan.
2. Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A. dan Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I, selaku dosen penguji, atas masukan, koreksi, dan saran yang sangat berharga dalam penyempurnaan penelitian ini.
3. Ibu Dr. Sri Wahyuni, S.E., M.P. dan Ibu Ir. Renita Sari, S.Pt., M.Sc. beserta seluruh staf PT Swen Inovasi Transfer, atas bantuan, kerja sama, serta informasi yang diberikan selama proses pengumpulan data.
4. Tenaga kependidikan Program Studi Pascasarjana Ilmu Manajemen, atas segala bantuan teknis dan administratif yang sangat membantu kelancaran studi penulis.
5. Keluarga tercinta, atas doa, dukungan, kasih sayang, dan semangat yang tiada henti, menjadi sumber kekuatan dalam menyelesaikan studi ini.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan tesis ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Rindi Handayani



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	ii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	7
2.2 Loyalitas Pelanggan	7
2.3 Kepercayaan Pelanggan	8
2.4 Kepuasan Pelanggan	9
2.5 <i>Digester Biogas</i>	10
2.6 Penelitian Terdahulu	11
III METODE	15
3.1 Alur Pemikiran	15
3.2 Kerangka Pemikiran	16
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	18
3.4 Jenis, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data	18
3.5 Populasi dan Penentuan Sampel	18
3.6 Model dan Hipotesis Penelitian	19
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	20
3.8 Analisis Data	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	27
4.2 Gambaran Profil Responden dan Lokasi Penelitian	29
4.3 Pengaruh <i>CSR</i> , Kepuasan pelanggan, Kepercayaan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan	31
4.4 Analisis Deskriptif	32
4.5 Pengaruh <i>CSR</i> terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Mediasi Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan pada PT SIT	38
4.6 Pembahasan Terkait Hasil Temuan	49
4.7 Implikasi Manajerial	56
V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	71
RIWAYAT HIDUP	83

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	11
2	Alternatif jawaban dengan skala likert	20
3	Definisi operasional variabel	21
4	Deskripsi karakteristik responden	30
5	Hasil deskriptif kepuasan pelanggan	32
6	Hasil deskriptif variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	34
7	Hasil deskriptif variabel loyalitas pelanggan	35
8	Hasil deskriptif variabel kepercayaan pelanggan	36
9	Hasil uji validitas konvergen	40
10	Validitas deskriminan menurut uji <i>fornell larcker</i>	41
11	Validitas deskriminan menurut nilai <i>cross loading</i>	42
12	Validitas deskriminan menurut nilai HTMT	42
13	Reliabilitas komposit	43
14	<i>R square</i>	44
15	Hasil pengujian pengaruh langsung	45
16	Hasil pengujian pengaruh tidak langsung	46
17	Ringkasan hasil pengujian hipotesis	48

DAFTAR GAMBAR

1	Konsumsi Energi Nasional Berdasarkan Sektor	1
2	Alur Pikir Penelitian	16
3	Kerangka Penelitian	17
4	Model Penelitian	19
5	Model PLS Penelitian	23
6	Spesifikasi model SEM-PLS	39
7	Hasil estimasi model SEM PLS <i>algorithm</i>	40
8	Hasil estimasi model <i>Bootstrapping</i>	44
9	Koefisien determinasi	47

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner SEM PLS	72
2	Kuesioner Pertanyaan Terbuka	78
3	Tabel Hasil uji validitas variabel	81
4	Tabel hasil uji reliabilitas	82