



**ANALISIS DAMPAK CSR, *SOCIAL MEDIA*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* PADA UMKM *FAST FOOD***



**TESIS**

UNIVERSITAS  
**Marzuki**  
55124110097  
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2026**



**ANALISIS DAMPAK CSR, *SOCIAL MEDIA*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *UMKM FAST FOOD***

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister  
Manajemen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Marzuki**  
**55124110097**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**2026**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Dampak CSR, *Social Media*, dan *Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty* dengan dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada *UMKM Fast Food*

Bentuk Tesis : Tesis

Nama : Marzuki

NIM : 55124110097

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 19 Februari 2026

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 19 Februari 2026



Marzuki

## LEMBAR PERNYATAAN PENGECEKKAN PLAGIASI

	<b>BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi			
Tgl. Efektif	25 September 2024				

### SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

**Nama** : MARZUKI  
**NIM** : 55124110097  
**Fakultas / Program Studi** : PASCA / Magister Manajemen  
**Jenis** : Tesis  
: ANALISIS DAMPAK CSR, SOCIAL MEDIA, DAN PERCEIVED VALUE  
**Judul Tugas Akhir** TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION PADA UMKM FAST FOOD  
**Hasil Pengecekan Turnitin** : 30%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **30%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 06 March 2026  
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

**Ket:** Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Maret/06/0000000899/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Dampak CSR, *Social Media*, dan *Perceived Value*  
terhadap *Customer Loyalty* dengan dimediasi oleh *Customer*  
*Satisfaction* pada *UMKM Fast Food*.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Marzuki

NIM : 55124110097

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 19 Februari 2026

Mengesahkan  
Pembimbing



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si.)

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis    Ketua Program Studi Magister Manajemen



( Dr. Nurul Hidayah, M.Si, AK )



( Dr. Lenny Nawangsari, ST, MM )

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul *“Analisis dampak CSR, Social Media dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty dengan dimediasi oleh Customer Satisfaction pada UMKM Fast Food”* di DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa selaku manusia tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Hasil penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE.,M.Si., selaku dosen pembimbing peneliti, beliau telah memberikan bimbingan, ilmu, saran, serta meluangkan waktu, tenaga dan pemikiran selama proses pembimbingan.

Selama proses penelitian dan penyusunan tesis ini peneliti banyak menerima bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, nasehat, maupun semangat yang telah diberikan dalam membantu penyusunan tesis ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan dengan tepat waktu. Berkenaan dengan perihal tersebut ijinkan peneliti mengucapkan Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, yang telah memberikan karunia-Nya dan kesehatan selama proses penelitian. Dan dengan segala rasa hormat dan kerendahan hati ijinkan juga peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini yaitu :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah M.Eng. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Lenny C.Nawangarsi, M.M, Selaku Ketua Program Studi S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Agus Arijanto, SE, M.M, selaku Sekretaris Program Studi S2 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dudi Permana, Ph.D. Selaku Dosen Penguji Program Studi S2 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku Dosen Penguji Program Studi S2 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
7. Kedua orang tua tercinta Bapak H. Madrais dan Ibu Hj. Ini Suhartini sebagai motivator terbesar peneliti yang selalu memberikan doa dan dorongan motivasi yang tak ternilai juga dukungan baik moril maupun materil.
8. Teman-teman Magister Manajemen S2 angkatan 2024 dan Teman-teman Megister Manajemen marketing yang bersama sama bekerja keras dalam berjuang menyelesaikan tesis ini.
9. Manajemen Sukaku Fried Chicken yaitu Bapak Nopian Kuswandi, S.Kom. selaku Head Of Unit yang membantu dalam penyajian data dan informasi selama penelitian.
10. Seluruh Mitra Usaha Sukaku Fried Chicken diberbagai wilayah yang dengan sukarela mau memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
11. Para pihak yang telah membantu dan memudahkan proses pembuatan tesis hingga peneliti dapat menuntaskan penelitian dalam pembuatan tesis ini.

Peneliti menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa tesis ini memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karenanya diharapkan saran yang membangun dari para pembaca, sehingga diharapkan pada penelitian dimasa yang akan datang mampu memberikan perbaikan yang lebih komprehensif. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca umumnya. Demikian kata pengantar ini peneliti sampaikan, mohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam penelitian ini.

Jakarta, 19 Februari 2026

**Marzuki**



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marzuki  
NIM : 55124110097  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Magister Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Analisis dampak CSR, Sosial Media dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty dengan dimediasi oleh Customer Satisfaction pada UMKM fast Food

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif ( Non-exluseive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada ( jika diperlukan).**

Dengan Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Tangerang, 04 Februari 2026

Yang Menyatakan



( Marzuki )

ANALISIS DAMPAK CSR, *SOCIAL MEDIA*, DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN DIMEDIASI OLEH  
*CUSTOMER SATISFACTION* PADA UMKM *FAST FOOD*

Penulis : Marzuki

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR, *social media*, dan *perceived value* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction* pada sektor usaha *food and beverage* (FnB) dalam UMKM *fast food* yaitu Sukaku Fried Chicken. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan omzet penjualan karena implementasi CSR, manajemen *social media*, dan *perceived value* mitra usaha yang belum optimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan sampel sebesar 163 responden melalui teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji pengaruh langsung serta peran mediasi antar variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR, *social media*, dan *perceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty*. Adapun CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, sementara *social media* dan *perceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. Kemudian *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, serta mampu memediasi pengaruh *social media* dan *perceived value* terhadap *customer loyalty*. Namun, *customer satisfaction* tidak mampu memediasi pengaruh CSR terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *customer satisfaction* merupakan kunci utama dalam pembentukan *customer loyalty* pada Sukaku Fried Chicken karena berperan sebagai perantara hubungan *social media* dan *perceived value* terhadap *customer loyalty*, sementara CSR dapat mempengaruhi *customer loyalty* secara langsung.

**Kata kunci:** *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Sosial Media*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

ANALYSIS OF THE IMPACT OF CSR, SOCIAL MEDIA, AND PERCEIVED  
VALUE ON CUSTOMER LOYALTY, MEDIATED BY CUSTOMER  
SATISFACTION IN FAST FOOD MSMEs

**Author: Marzuki**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of CSR, Social Media, and Perceived Value on Customer Loyalty mediated by customer satisfaction in the food and beverage (FnB) business sector within fast food MSMEs, namely Sukaku Fried Chicken. This study is motivated by a decline in sales turnover due to the implementation of CSR, social media management, and perceived value among business partners that have not been optimal. This study uses a quantitative approach with a survey method involving a sample of 163 respondents through purposive sampling technique. The data analysis technique uses the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method to test direct effects as well as the mediating role among the research variables. The results show that CSR, social media, and perceived value have a significant positive effect on customer loyalty. CSR has no significant effect on customer satisfaction, while social media and perceived value have a significant positive effect on customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty, and is able to mediate the effect of social media and perceived value on customer loyalty. However, customer satisfaction is not able to mediate the effect of CSR on customer loyalty. This study concludes that customer satisfaction is the main key in the formation of customer loyalty at Sukaku Fried Chicken because it acts as an intermediary in the relationship between social media and perceived value on customer loyalty, while CSR can influence customer loyalty directly.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility (CSR), Social Media, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	12
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kontribusi Penelitian.....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>17</b>
2.1 Kajian Teori .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Desain Penelitian.....	48
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	49
3.3 Populasi dan Sampel.....	52
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	54
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	55
3.6 Metode Analisis Data .....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	61
4.2 Pembersihan Data.....	62
4.3 Deskripsi Responden .....	63
4.4 Hasil Penelitian .....	65
4.5 Pembahasan.....	84

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>95</b>
<b>5.2 Kontribusi Teoritis Penelitian .....</b>	<b>98</b>
<b>5.3 Saran .....</b>	<b>99</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>113</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>121</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Hasil Pra Survei .....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	50
Tabel 3.2 Skala Likert .....	55
Tabel 4.1 Demografi Responden.....	64
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel CSR .....	65
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Social Media .....	66
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Perceived Value .....	67
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Customer Satisfaction .....	68
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Customer Loyalty .....	69
Tabel 4.7 Outer Loading .....	71
Tabel 4.8 Nilai Composite Reliability .....	72
Tabel 4.9 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	73
Tabel 4.10 Nilai <i>Fornell-Larcker</i> .....	74
Tabel 4.11 Nilai Variance Inflation Factor (VIF) .....	75
Tabel 4.12 Nilai R-Square.....	75
Tabel 4.13 Nilai F-Square .....	76
Tabel 4.14 Predictive Relevance ( $Q^2$ ) .....	77
Tabel 4.15 Direct Effect .....	78
Tabel 4.16 Indirect Effect .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Sektor Usaha (non pertanian dan perikanan) hingga 31 Desember 2024 .....	1
Gambar 1.2 Laporan Penjualan Sukaku Fried Chicken Periode Januari sampai dengan September 2025.....	7
Gambar 1.3 Perekrutan Mitra Baru Sukaku 2025 (Target dan Realisasi).....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	47
Gambar 3.1 Perhitungan Sampel menggunakan G Power 3.1.9.7 .....	54
Gambar 4.1 Diagram Model Struktural Penelitian (Hasil Analisis PLS-SEM)....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	116
Lampiran 3. Sertifikasi Halal Sukaku Fried Chicken.....	120
Lampiran 4. CV Penulis.....	121
Lampiran 5. Bukti bimbingan selama proses penyusunan Tesis.....	122

