

ABSTRAK

Persaingan di industri elektronik global semakin ketat dan munculnya produsen baru dengan harga murah seperti China dan lainnya. Hal ini memaksa pemasok untuk memikirkan cara untuk mempertahankan penjualan, terutama di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi Program CSR terhadap citra merek, mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan, dan mengetahui Program CSR terhadap loyalitas pelanggan melalui citra merek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan produk Philips. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek dan loyalitas pelanggan. Selain itu, loyalitas pelanggan terhadap citra merek Philips terbukti menjadi intervensi untuk dampak tidak langsung Program CSR terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Program CSR, Citra Merek, Kesetiaan Pelanggan, Lampu Philips