

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN GENERASI Z KOPI KENANGAN

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen
dari Program Studi Magister Manajemen

Disusun Oleh:

Widya Lestari Bayu

204012320007



**MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**