



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Peran Persepsi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik
Ni Komang Eva Akmilia Sari, Ardian Rahman Afandi, S.Psi., M.Psi., Psikolog.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**PERAN PERSEPSI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
TERHADAP LOYALITAS MEREK PRODUK KOSMETIK**

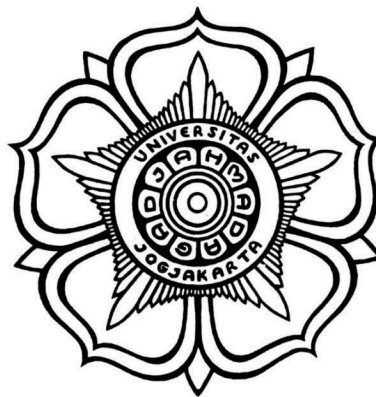
SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi

Universitas Gadjah Mada untuk Memenuhi

Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Psikologi



NI KOMANG EVA AKMILIA SARI

21/477539/PS/22819

PROGRAM STUDI SARJANA

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS GADJAH MADA

YOGYAKARTA

2025



Halaman Pengesahan


PERAN PERSEPSI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP LOYALITAS MEREK PRODUK KOSMETIK

Oleh:
Ni Komang Eva Akmilia Sari
21/477539/PS/22819


Skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Psikologi dan dipertahankan di depan sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Pada tanggal 25 Februari 2025


Tim Penguji



Ardian Rahman Afandi, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Ketua





Dra. Sri Kusrohmaniah, M.Si., Ph.D., Psikolog
Anggota



Dr. Rizqi Nur'ami A'yuninnisa, S.Psi., M.Sc.
Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Yogyakarta, 17 Maret 2025
Dekan,



Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
NIP. 196802261995121001