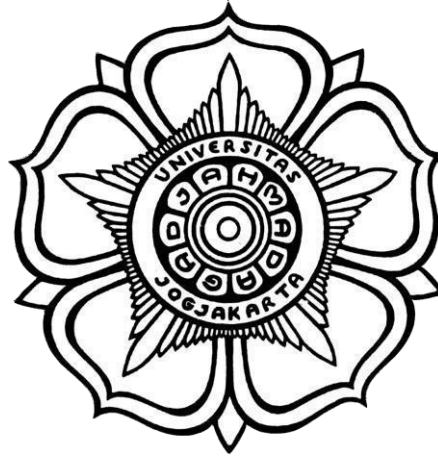


**PENGARUH *PERCEIVED CSR* "MEKDI KEMANUSIAAN" TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* MCDONALD'S INDONESIA DENGAN *BRAND  
TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR PASCAPEMBOIKOTAN PRODUK  
PRO-ISRAEL**



**Disusun oleh:**

**Aurora Gracia Natalia Santania Pakpahan**

**21/477031/SP/30202**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS GADJAH MADA  
YOGYAKARTA**

**2025**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

SKRIPSI

**PENGARUH PERCEIVED CSR "MEKDI KEMANUSIAAN"  
TERHADAP REPURCHASE INTENTION MCDONALD'S INDONESIA  
DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR  
PASCAPEMBOIKOTAN PRODUK PRO-ISRAEL**

Disusun Oleh:

**Aurora Gracia Natalia Santania Pakpahan**

**21/477031/SP/30202**

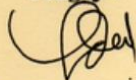
Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan tim penguji  
Departemen Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM  
Pada tanggal **15 Mei 2025**  
di Ruang Sidang Departemen Ilmu Komunikasi

**Tim Penguji**  
**Ketua Penguji / Dosen Pembimbing**

**Massageng Widagdhaprasana, S.I.P., MMktg.Comm**

NIP. 111198504202001001

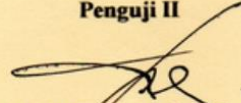
**Penguji I**



**Lidwina Mutia Sadasri, S.I.P., M.A.**

NIP. 111198702201501201

**Penguji II**



**Dr. Rahayu, M.Si., M. A.**

NIP. 197207101998032004

**Mengetahui,**

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada**

**Prof. Nyarwi Ahmad, Ph.D.**

NIP. 197901092008121002