

## ABSTRAK

Florentina Marytha Mahdalena Siregar (01015180016)

### ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI DARI CO CREATION PADA PELANGGAN TELKOMSEL

(93 halaman, 4 gambar, 15 tabel, 8 lampiran)

Dijaman dimana semua sudah menuju transparent dan digital, terutama disaat Covid-19 yang telah membuat orang kehilangan orang terdekat dan membuat ekonomi semakin memburuk. Hal ini pun membuat pelanggan mendorong perusahaan untuk berfokus menolong secara sosial dengan program corporate social responsibility (CSR) dan juga aktivitas seperti *co-creation*. Terutama pada Telkomsel yang semakin lama pelanggan mereka semakin menurun dan ini menyebabkan kurangnya loyalitas pada pelanggan. Apakah program yang mengikut sertakan seperti CSR dan *co-creation* dapat meningkatkan loyalitas pada pelanggan Telkomsel? Dalam penelitian ini akan menyelidiki lebih dalam hubungan antara CSR dan *co-creation* pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menyelidiki pengaruh *co-creation* pada kepercayaan pelanggan.

**Kata kunci:** *Corporate Social Responsibility, Co-creation, Loyalitas pelanggan, Kepercayaan pelanggan, SEM, PLS, Telkomsel, Indonesia*