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