

ABSTRAK

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN MONALISA BURGER YOGYAKARTA

VAYA ANITA PERMATASARI

141180100

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[\(anitavaya14@gmail.com\)](mailto:anitavaya14@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ekuitas Merek dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Monalisa Burger Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability* dengan jenis *sampling purposive sampling*. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 155 responden yang memenuhi kriteria. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling – SEM*) yang diaplikasikan melalui program AMOS (*Analysis of Momen Structure*) Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Ekuitas merek memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) Inovasi produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (3) Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (4) Ekuitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, (5) Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan