

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek candi Borobudur terhadap kepuasan pengunjung. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel kesadaran merek terhadap kepuasan berkunjung di candi Borobudur, (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel citra merek terhadap kepuasan berkunjung di candi Borobudur, (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel persepsi kualitas terhadap kepuasan berkunjung di candi Borobudur, (4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel loyalitas merek terhadap kepuasan berkunjung di candi Borobudur.

Dengan menggunakan bantuan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) Kesadaran merek (*brand awareness*), asosiasi merek (*brand asociotion*), persepsi kualitas (*brand quality*), loyalitas merek (*brand loyalty*) berpengaruh terhadap kepuasan berkunjung ke candi Borobudur, (2) Persepsi kualitas (*brand quality*) berpengaruh dominan terhadap kepuasan berkunjung ke candi Borobudur

Kata kunci : Kesadaran merek (*brand awareness*), asosiasi merek (*brand asociotion*), persepsi kualitas (*brand quality*), loyalitas merek (*brand loyalty*), kepuasan berkunjung.