

ABSTRAK

**ANALISIS *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI MEDIASI PENGARUH
KEPUASAN KONSUMEN PADA *BRAND LOYALTY***
Studi Empiris Pada Konsumen di *Java Gamenet*, Yogyakarta

Andromeda Tanu Saputra
Universitas Sanata Dharma
2013

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *brand attitude* memediasi pengaruh kepuasan konsumen pada *brand loyalty*. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada konsumen *Java gamenet*, Yogyakarta pada bulan April 2013. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Java gamenet*, Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan data pada penelitian ini adalah *purposive-convenience sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi dengan variabel mediator. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand attitude* memediasi pengaruh kepuasan konsumen pada *brand loyalty*.

ABSTRACT

**ANALYSIS OF BRAND ATTITUDE AS MEDIATION EFFECT OF
CONSUMER SATISFACTION ON BRAND LOYALTY**
Empirical Study on Java Game Net's Consumer, Yogyakarta

Andromeda Tanu Saputra
Sanata Dharma University
2013

The aim of this research is to determine whether brand attitude mediating the effect of consumer satisfaction on brand loyalty. Data was collected by distributing questionnaires to Java Game net's consumer at April 2013. The population of this research is all of Java Game net's consumers. The sample size is 100 respondents. The sampling technique in this research is purposive-convenience sampling. Data analysis technique in this research is regression with mediator variable. The result of this research is showing that brand attitude is mediating the effect of consumer satisfaction on brand loyalty.