

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterikatan merek konsumen terhadap loyalitas merek yang dimediasi oleh kepuasan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang setia pada merek ponsel pintar yang sedang dipakai di negara Indonesia. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 137 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan analisis AMOS 24.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterikatan merek konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek secara langsung maupun tidak langsung, kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

**Kata kunci:** Keterikatan merek konsumen, Kepuasan, Loyalitas Merek, Ponsel Pintar