

**Judul Penelitian: Dampak Mediasi Keputusan Donasi Pada Pengaruh Antara Persepsi Donatur Dan *Brand image* Terhadap Loyalitas Donatur Di Lembaga Sosial Muslim Kediri Peduli (MKP)"**

<b>Dosen Pembimbing I</b>	<b>Dr. Ujang Syahrul M.,S.S.,S.E.,M.Si.,M.M</b>
<b>Dosen Pembimbing II</b>	<b>Zulfia Rahmawati, SE., MSEI</b>
<b>Nama Mahasiswa</b>	<b>Suparyanto</b>
<b>Npm</b>	<b>21130210002</b>

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi donatur dan *Brand image* terhadap loyalitas donatur, dengan keputusan donasi sebagai variabel mediasi pada Lembaga Sosial Muslim Kediri Peduli (MKP). Populasi dalam penelitian ini adalah donatur tetap MKP dengan jumlah sampel sebanyak 48 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dokumentasi, studi literatur, dan wawancara. Teknik analisis yang digunakan meliputi model pengukuran (*outer model*), model struktural (*inner model*), serta uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi donatur memiliki hubungan positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas donatur. *Brand image* juga tidak memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap loyalitas donatur. Sebaliknya, persepsi donatur dan *Brand image* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan donasi. keputusan donasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas donatur. Keputusan donasi juga berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara persepsi donatur dan loyalitas donatur, serta antara *Brand image* dan loyalitas donatur

**Kata kunci: Persepsi Donatur, *Brand Image*, Keputusan Donasi, Loyalitas Donatur, Mediasi**