

SUMMARY

PENGARUH BRAND LOYALTY, BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP BRAND EQUITY PADA MS GLOW

Created by Lusi Yanah

Subject : KOSMETIK, MS GLOW, BRAND QUALITY
Subject Alt : COSMETICS, MS GLOW, BRAND QUALITY
Keyword : Brand Loyalty, Brand Awareness, Brand Image, Perceived Quality, dan Brand Equit

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari brand loyalty, brand awareness, brand image, dan perceived quality terhadap brand equity pada MS Glow. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner berskala likert yang disebarluaskan secara online di google form. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data diambil dari 202 responden dan dianalisis dengan menggunakan SPSS 26 dan SEM Lisrel 8.8. Responden diambil dari pengguna MS Glow yang bertempat tinggal di Kabupaten Tangerang. Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa variabel brand loyalty, brand awareness, dan perceived quality memiliki hubungan positif dan pengaruh yang signifikan terhadap brand equity dan variabel brand image tidak berpengaruh positif terhadap brand equity

Date Create : 11/12/2023
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-2080101608
Collection : 2080101608
Source : Undergraduate Theses of Management
Relation Collection Fakultas Ekonomi dan Bisnis
COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : @2023 Perpustakaan Universitas Esa Unggul

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor