

## 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 disebarakan 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](mailto:astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id) )

Supervisor