

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION*,
COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP *BRAND EQUITY* DENGAN
COUNTRY CATEGORY IMAGE SEBAGAI PEMODERASI HUBUNGAN
ANTARA *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *BRAND EQUITY*
(Studi Pada Pengguna Kosmetik Merek Etude House Dan
Gadget Merek Samsung)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi
S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan oleh

**SUCI APRILIA
1110521005**

**Dosen Pembimbing
Syafrizal,SE,ME,PhD**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
JULI 2017**

	No. Alumni Universitas	SUCI APRILIA	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Jakarta/17 April 1993 b) Nama Orang Tua : Kaswar dan Junidar. c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) No Bp : 1110521005 f) Tanggal Lulus : 18 Juli 2017 g) Predikat Lulus: Memuaskan h) IPK : 2,88 i) Lama Studi : 5 Tahun 11 Bulan j) Alamat Orang Tua : Jl.Ulujami Raya No.56 Jakarta Selatan		

ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION*, *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE* TERHADAP *BRAND EQUITY* DENGAN *COUNTRY CATEGORY IMAGE* SEBAGAI PEMODERASI HUBUNGAN ANTARA *COUNTRY OF ORIGIN* DENGAN *BRAND EQUITY* (Studi pada Pengguna Kosmetik Merek Etude House dan Gadget Merek Samsung)


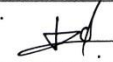

Skripsi oleh *Suci Aprilia*
Pembimbing : *Syafrizal,SE,MM,PhD*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, *brand association*, *country of origin* terhadap *brand equity* dengan *country category image* sebagai pemoderasi hubungan antara *country of origin* dengan *brand equity*. Objek pada penelitian ini adalah kosmetik merek Etude House dan gadget merek Samsung Korea Selatan. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Andalas yang di pilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Pengelolaan data penelitian dilakukan dengan menggunakan program SEM SmartPLS 3.2.6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung *brand awareness*, *brand association*, *country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand equity*, pengaruh tidak langsung antara *country of origin* terhadap *brand equity* dengan *country category image* sebagai pemoderasi adalah adanya perbedaan antara kosmetik dan gadget, tetapi perbedaan tidak signifikan, bahwa kategori produk gadget merek Samsung lebih kuat dibandingkan kategori merek Etude House

Kata Kunci : *Brand Awareness, Brand Association, Country of Origin Image, Country Category Image, Brand Equity*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 18 Juli 2017. Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Syafrizal,SE,ME,PhD	Dessy Kurnia Sari,SE,M.Bus,PhD	Dr. Eri Beza,SE,MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita,SE,M.Si
NIP. 197208262003122004



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas		Nama	Tanda Tangan
No Alumni Universitas		Nama	Tanda Tangan