

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel: *Awareness*, *Quality*, *Uniqueness*, *Social Image*, dan *Home Country Origin* terhadap *Price Premium* dan *Loyalty*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 kuesioner yang telah disebar di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *judgement sampling* dan data akan diolah dengan menggunakan *SPSS 18.0 for Windows* dan *AMOS 18*.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada *awareness*, *quality*, *social image*, dan *home country origin* terhadap *price premium*, serta pada *social image*, *home country origin*, dan *uniqueness* pada *loyalty*. Sedangkan pengaruh *uniqueness* terhadap *price premium* tidak terbukti. Pengaruh *awareness* dan *quality* terhadap *loyalty* juga tidak terbukti.

Kata Kunci : *brand image*, *awareness*, *quality*, *uniqueness*, *social image*



ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of variables: Awareness, Quality, Uniqueness, Social Image, and Home Country Origin to Price Premium and Loyalty. This type of research is causal research. The research uses a quantitative approach. Source of data used is primary data that is by distributing questionnaires. The sample used in this study were 150 questionnaires that have been distributed in Surabaya. The sampling technique used is judgment sampling and the data will be processed using SPSS 18.0 for Windows and AMOS 18.

The results obtained indicate a significant effect on awareness, quality, social image, and the home country of origin to price premium, as well as the social image, home country of origin, and uniqueness to loyalty. While the influence of uniqueness to price premium is not proven . Influence of awareness and quality to loyalty also not proven.

Keywords: brand image, awareness, quality, uniqueness, social image

