

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *overall brand equity* Kratingdaeng di Surabaya. Metode SEM diterapkan pada penelitian ini. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 18 *for Windows* dan Amos Graphics 20 *for Windows*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150, responden yang memenuhi karakteristik populasi yang telah ditentukan dan diperoleh dari penyebaran kuesioner secara *offline*.

Penelitian ini menemukan bahwa *perceived quality*, *brand awareness*, dan *brand loyalty* mempengaruhi *overall brand equity*.

Kata kunci : *perceived quality*, *brand awareness*, *brand loyalty*, *Consumer Behaviour*, *brand equity*



## **ABSTRACT**

*The purpose this research is to determine and present the factors that affect the overall brand equity of Kratingdaeng in Surabaya . SEM method applied in this research. Data processing is done by using SPSS 18 for Windows and Amos Graphics 20 for Windows. The sampling technique used is convinience sampling. The number of samples used in this study is 150, the respondents who meet the population criteria that have been determined and generated from the spread of the questionnaire offline.*

*This study found a perception of quality, brand awareness, and brand loyalty to the overall brand equity.*

*Keywords: quality perception, brand awareness, brand loyalty, consumer behavior, brand equity.*



