

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION* DAN *BRAND PERCEIVED QUALITY* TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND LOYALTY HP SAMSUNG ANDROID***

**(Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta)**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association*, *Brand Perceived Quality* Terhadap Pembentukan *Brand Loyalty HP Samsung Android*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari *Brand Awareness*, *Brand Association*, dan *Brand Perceived Quality* serta variabel terikat *Brand Loyalty*. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik kuisioner, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Pemilihan sampel menggunakan metode *non random sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Berganda dengan menggunakan program komputer *SPSS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel *brand awareness*, *brand association*, *brand perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap pembentukan *brand loyalty hp samsung android*. Secara parsial variabel *brand awareness*, *brand association*, *brand perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap pembentukan *brand loyalty hp samsung android*. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini variabel *brand perceived quality*.

Kata kunci : *brand awareness*, *brand association*, *brand perceived quality*, *brand loyalty*