

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand awareness*, kualitas produk, harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (UNUSA). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNUSA yang berjumlah 360 responden. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand awareness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh *output path coefficient* menunjukkan bahwa nilai t-hitung untuk konstruk *brand awareness* terhadap konstruk kepuasan pelanggan lebih kecil dari nilai t-tabel (1,96) yaitu sebesar 0.8962. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara konstruk *brand awareness* terhadap konstruk kepuasan pelanggan.

Variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Brand Awareness*, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS).