

## ABSTRAK

Persaingan industri *smartphone* dari tahun ke tahun semakin tinggi, yaitu dengan menghadirkan desain, spesifikasi fitur yang baru setiap tahunnya. Dengan adanya era globalisasi industri *smartphone* memiliki peluang besar untuk lebih mengembangkan bisnisnya. Tidak hanya pada mayoritas negara besar saja, tetapi melainkan seluruh dunia. *Smartphone* telah menjadi salah satu kebutuhan utama disamping pangan, sandang dan papan. Sehingga pesatnya pertumbuhan industri *smartphone* menjadikan fenomena yang sulit untuk bisa dihindari, karena masyarakat membutuhkan alat untuk mengetahui informasi dan berkomunikasi.

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yang menggunakan sampel dan kuesioner sebagai alat utama. Sampel pada penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Samsung yang sudah menonton drama Korea *Start Up*, berusia dewasa dan berlokasi di Jabodetabek. Teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara online. Data yang didapat pada penelitian ini sebesar 258 responden, untuk analisis data peneliti menggunakan *software Structural Equation Modeling (SEM)*.

Penelitian ini memberikan hasil analisa yang dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) *Product Placement* berpengaruh positif signifikan terhadap *Country of Origin Image*. (2) *Country of Origin Image* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Quality*. (3) *Country of Origin Image* berpengaruh positif signifikan terhadap *Brand Awareness*. (4) *Perceived Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Brand Loyalty*. (5) *Brand Awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Brand Loyalty*.

**Kata Kunci:** *Product Placement (PP), Country of Origin Image (COOI), Perceived Quality (PQ), Brand Awareness (BA), Brand Loyalty (BL)*.