

ABSTRAK

PENGARUH NEGARA ASAL DAN GETOK TULAR ELEKTRONIK TERHADAP MINAT BELI SEPATU ADIDAS YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK

Galih Valentino Aji (1) Dr. Edi Purwanto, S.E., M.M., M.Mis., M.M.T., M.H. (2)

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Industri fashion sepatu di Indonesia telah berkembang pesat seiring dengan globalisasi dan perubahan sosial, oleh karena itu, hal ini menarik bagi banyak merek sepatu luar negeri, seperti Adidas, untuk berkompetisi di pasar lokal. Penelitian ini dilakukan untuk menguji variabel negara asal, getok tular elektronik, citra merek dan minat beli pada produk sepatu Adidas. Dalam proses penelitian, metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan dengan objek penelitian masyarakat yang memiliki minat beli terhadap sepatu Adidas. Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui pastinya dan peneliti menarik besaran sampel dengan jumlah sebesar 190 sampel. Data tersebut dikumpulkan melalui kuisisioner dan teknik analisis data pada penelitian ini merupakan *structural equation modeling* (SEM) yang berbasis *partial least square* (PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 4.0. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, didapatkan bahwa hasil variabel negara asal dan getok tular elektronik memiliki pengaruh terhadap citra merek. Namun untuk variabel negara asal tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat beli, sedangkan variabel getok tular elektronik dan citra merek memiliki pengaruh terhadap minat beli. Variabel negara asal dan getok tular elektronik memiliki pengaruh terhadap minat beli melalui citra merek

Kata Kunci: Sepatu Adidas, Negara Asal, Getok Tular Elektronik, Citra Merek, Minat Beli