

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK SEPATU OLAHRAGA (Studi pada Pengguna Sepatu Olahraga Merek Nike dan Adidas di Bandar Lampung)**

**Oleh:**

**Novia Annessa Putri**

Persaingan di industri peralatan olahraga saat ini berkembang mengikuti perkembangan mode dunia khususnya pada sepatu olahraga. Saat ini sepatu olahraga selain digunakan untuk berolahraga, juga digunakan untuk kegiatan sehari-hari sehingga kesan *sporty* melekat pada yang memakainya. Sehingga banyaknya merek pada sepatu olahraga berlomba-lomba mengeluarkan produk yang berkualitas, tidak terkecuali pada merek Nike dan Adidas yang selalu mengeluarkan produk – produk dengan kualitas yang baik, sehingga kedua merek tersebut menjadi merek teratas dalam data penjualan sepatu olahraga secara global. Tujuan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap kepercayaan merek sepatu olahraga di Bandar Lampung.

Metode penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kriteria para pengguna sepatu olahraga merek Nike dan Adidas di Bandar Lampung. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa hasil uji koefisien determinasi *R square* sebesar 0,818 hal ini berarti Kesadaran Merek (X1) dan Citra Merek (X2) berperan dalam memberikan sumbangan variabel Kepercayaan Merek (Y) sebesar 81,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci: Kesadaran Merek, Citra Merek dan Kepercayaan Merek.**

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE EFFECT OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGES ON BRAND TRUST IN SPORTS SHOES**

*(Study Case on Users of Nike and Adidas Brand Sports Shoes in Bandar Lampung)*

**By:**

**Novia Annessa Putri**

*Competition in industry of sports equipment is currently develop by following the development of world fashion, especially in athletic shoes. At this time athletic shoes besides being used for exercise, is also used for daily activities so that the sporty impression is attached to those who wear them. So that many brands in athletic shoes are competing to produce quality products, including Nike and Adidas brands that always issue good quality products, so that the two brands become the top brands in data on sales of sports shoes globally.*

*The purpose of this study was to determine the effect of brand awareness and brand image on the trust of sports shoe brands in Bandar Lampung. This research method uses a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The number of samples used in this study were 100 respondents with the criteria of users of Nike and Adidas brand sports shoes in Bandar Lampung. The data analysis tool used is multiple linear regression analysis using SPSS software.*

*The results of this study state that the test results of R square determination coefficient of 0.818 mean that Brand Awareness (X1) and Brand Image (X2) play a role in contributing to Brand Trust variable (Y) of 81,8% and the remainder is influenced by other variables.*

**Keywords: Brand Awareness, Brand Image and Brand Trust.**