

ABSTRAK

Di masa sekarang, telah berkembang berbagai macam produk peralatan untuk menunjang performa di saat berlatih maupun bertanding. Tidak hanya itu saja, bahkan para atlet level bawah hingga atas pun dapat merasakan sensasi yang menciptakan semangat tersendiri saat atlet tersebut mengenakan merek pada produk peralatan yang disukainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah influencer memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian atau terdapat keinginan sendiri untuk membeli produk merek adidas pada atlet taekwondo di tim nasional Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, dengan menggunakan kuesioner Google Form yang disebarakan kepada responden yang merupakan atlet taekwondo yang pernah membeli produk *sportswear* merek Adidas. Populasi dalam penelitian ini adalah atlet taekwondo di tim nasional. Sampel yang dibutuhkan sebanyak 24 responden dengan menggunakan sampling jenuh. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan diuji menggunakan perangkat lunak *SPSS Statistic 26*.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *sportswear* merek Adidas, sedangkan peran *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *sportswear* merek Adidas.

Kata Kunci: *Pengaruh Harga, Peran Influencer, Keputusan Pembelian, Sportswear Adidas.*