

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Desain Produk, *Perceived Value*, dan Promosi berpengaruh terhadap Citra Merek sepatu Nike. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu Desain Produk, *Perceived Value*, dan Promosi serta menggunakan satu variabel dependen yaitu Citra Merek.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen sepatu Nike di kota Semarang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang disebar dengan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Jalur.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Desain Produk, *Perceived Value*, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,805, menunjukkan bahwa 80,5 persen variasi Desain Produk dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 19,5 persen dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel independen dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Desain Produk, *Perceived Value*, Promosi, Citra Merek.