

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Promosi, Inovasi Produk, dan Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Citra Merek sepatu olahraga Adidas. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu Promosi, Inovasi Produk, dan Saluran Distribusi serta menggunakan satu variabel dependen yaitu Citra Merek.

Sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 konsumen sepatu olahraga Adidas 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 Kuantitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah memperoleh nilai uji T yang signifikan, yaitu untuk Promosi, Inovasi Produk, dan Saluran Distribusi yang berarti bahwa semua variabel berpengaruh positif terhadap Citra Merek. Dan besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,530, yang artinya 53% Citra Merek dipengaruhi oleh Promosi, Inovasi, dan Saluran Distribusi.

Kata Kunci : Promosi, Inovasi Produk, Saluran Distribusi, Citra Merek