

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin ketat dan terus berkembang terutama bisnis sepatu olahraga. Di masa modern saat ini, inovasi lebih didorong dari upaya produsen sepatu olahraga untuk selalu memberikan barang terbaiknya kepada konsumen. Persaingan dalam dunia bisnis sepatu olahraga saat ini dikuasai oleh Adidas dan Nike. Adidas merupakan merek yang mempunyai nilai tinggi, akan tetapi dalam pangsa pasar Adidas masih kalah dengan pesaingnya yaitu Nike dalam hal sepatu olahraga.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Penelitian ini menggunakan skala likert. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada seluruh responden yaitu konsumen sepatu olahraga Adidas pada generasi milenial di kota Bandung.

Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan bahwa variabel Ekuitas Merek dan variabel Keputusan Pembelian Konsumen sepatu olahraga Adidas pada generasi milenial di kota Bandung berada pada kategori baik. Hasil koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa Ekuitas Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sepatu olahraga Adidas pada generasi milenial di kota Bandung.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian