

ABSTRAK

PENGARUH BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND COMMITMENT MELALUI BRAND TRUST DAN BRAND EXPERIENCE PADA BRAND SEPATU *ADIDAS* DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI DI KOTA PADANG

Supervisor: Rini Sarianti

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) Pengaruh *brand trust* terhadap *brand commitment*, (2) pengaruh *brand experience* terhadap *brand commitment*, (3) pengaruh *brand awareness* terhadap *brand commitment*, (4) pengaruh *brand trust* terhadap *brand experience*, (5) pengaruh *brand awareness* terhadap *brand trust*, (6) pengaruh *brand trust*, *brand experience*, *brand awareness* terhadap *brand commitment*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri di Kota Padang yang membeli sepatu merek *Adidas*. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 150 orang dengan menggunakan kuesioner online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Brand trust* berpengaruh signifikan terhadap *brand commitment*, (2) *Brand experience* berpengaruh signifikan terhadap *brand commitment*, (3) *Brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *brand commitment*, (4) *brand awareness* tidak berpengaruh signifikan. pengaruh terhadap *brand trust*, (5) *Brand trust* berpengaruh signifikan terhadap *brand experience*. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggali lebih dalam tentang variabel yang dapat mempengaruhi *brand commitment*.

Kata Kunci: *Brand Commitment, Brand Trust, Brand Experience, Brand*