

ABSTRAK

Pengaruh E-wom, Brand Image, dan Brand Equity terhadap Purchase Intention pada produk Adidas di Kota Padang

Oleh: Gilang Firjatullah Kasuma

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh E-Wom terhadap purchase intention pada produk Adidas di Kota Padang. (2) Pengaruh Brand Image terhadap purchase intention pada produk Adidas di Kota Padang (3) Pengaruh Brand Equity terhadap Purchase Intention pada produk Adidas di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh customer Adidas di kota padang dan sampel pada penelitian ini adalah pengguna Emina Kosmetik yang pernah melihat ulasan iklan emina kosmetik di Instagram. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 186 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online dan pengolahan data dilakukan melalui software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) E-Wom berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Purchase Intention pada produk Adidas di Kota Padang. (2) Brand Image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Purchase Intention pada produk Adidas di Kota Padang. (3) Brand Equity berpengaruh secara positif terhadap Purchase Intention pada produk Adidas di Kota Padang.

Kata Kunci: **Purchase Intention, E-Wom, Brand Image, Brand Equity**