

## ABSTRAK

Nur Laiela Hidayatur Rohmah (01011190255)

### **“PENGARUH *MATERIALISM, BRAND IMAGE, IMPRESSION MANAGEMENT PURCHASE MOTIVATION, DAN SUSTAINABILITY, TERHADAP PURCHASE INTENTION* PRODUK NIKE”**

(xv + 176 halaman; 11 gambar; 29 tabel)

**Latar Belakang:** adanya peningkatan pola hidup masyarakat mengenai gaya hidup sehat, menjadikan simbol baru dalam status seseorang. Hal itu, menyebabkan adanya munculnya gengsi dan sikap seseorang ingin diakui melalui produk olahraga mewah. Dengan ini, memicu adanya niat beli seseorang untuk memiliki produk *Athleisure* mewah. **Tujuan:** (1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Materialism* terhadap *Brand Image* pada produk Nike; (2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* pada produk Nike; (3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Brand Image* memediasi hubungan antara *Materialism* dan *Purchase Intention* pada produk Nike; (4) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Brand Image* terhadap *Impression Management Purchase Motivation* pada produk Nike; (5) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Impression Management Purchase Motivation* terhadap *Purchase Intention* pada produk Nike; (6) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Impression Management Purchase Motivation* memediasi hubungan antara *Brand Image* dan *Purchase Intention* pada produk Nike; (7) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Sustainability* memoderasi hubungan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* pada produk Nike; (8) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Sustainability* memoderasi hubungan *Brand Image* terhadap *Impression Management Purchase Motivation* pada produk Nike; (9) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *Sustainability* memoderasi hubungan *Impression Management Purchase Motivation* terhadap *Purchase Intention* pada produk Nike. **Metodologi:** pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner elektronik Google Forms. Studi ini dilakukan di Indonesia sehingga konsumen Indonesia menjadi responden penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan karakteristik mengetahui, membeli dan menggunakan produk Nike. Kemudian data diolah menggunakan SmartPLS v 4.0.9.0 dengan jumlah sampel 351 responden untuk dilakukan analisis lebih mendalam.

**Kata Kunci:** *Materialism, Brand Image, Impression Management Purchase Motivation, Sustainability, Purchase Intention*