

ABSTRAK

William Tri Andhika Luckita (00000017382)

HUBUNGAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY* DIMEDIASI OLEH *SELF-BRAND CONNECTION* PADA PRODUK SEPATU *SNEAKERS ADIDAS*

(xiii + 92 halaman + appendix + lampiran)

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty*, adakah hubungan antara *Brand Trust* terhadap *Self-Brand Connection*, adakah hubungan antara *Self-Brand Connection* terhadap *Brand Loyalty*. Berdasarkan dari tujuan tersebut, maka muncul beberapa hipotesis yaitu: (1) *Brand Trust* berhubungan terhadap *Brand Loyalty* pada produk sepatu *sneakers* Adidas; (2) *Brand Trust* berhubungan terhadap *Self-Brand Connection* pada produk sepatu *sneakers* Adidas; (3) *Self-Brand Connection* berhubungan terhadap *Brand Loyalty* pada produk sepatu *sneakers* Adidas. Penelitian ini ditujukan kepada sebagian masyarakat Indonesia yang memakai produk sepatu *sneakers* Adidas, dengan jumlah 148 orang terdiri dari 80 pria dan 68 wanita. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah menggunakan kuesioner, yang terdiri atas 11 indikator (4 indikator *self-brand connection*, 3 indikator *brand trust* dan 4 indikator *brand loyalty*). Pengujian terhadap kuesioner dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya alat yang digunakan dalam analisis data menggunakan *software* SmartPLS versi 3.0. Dari hasil yang didapatkan mengungkapkan bahwa *Brand Trust* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* pada produk sepatu *sneakers* Adidas, *Brand Trust* berhubungan positif terhadap *Self-Brand Connection* pada produk sepatu *sneakers* Adidas, *Self-Brand Connection* berhubungan positif terhadap *Brand Loyalty* pada produk sepatu *sneakers* Adidas.

Referensi: 93

Kata kunci: *Brand Trust, Brand Loyalty, Self-brand Connection, Sepatu sneakers*