

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU CONVERSE**

(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)

SKRIPSI



OLEH :

ANDRE ZAKARIYA PUTRA

NPM. 19042010115

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU CONVERSE
(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur)

Disusun Oleh :

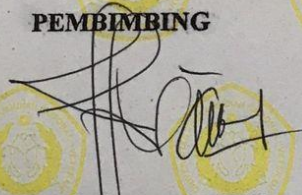
ANDRE ZAKARIYA PUTRA

NPM. 19042010115

Telah disetujui untuk melakukan Ujian Skripsi

• Menyetujui,

PEMBIMBING

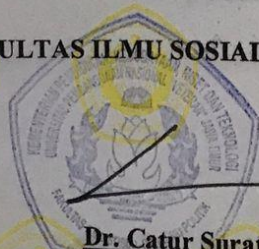


Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231097032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU CONVERSE
(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur)

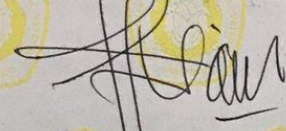
Disusun Oleh :

ANDRE ZAKARIYA PUTRA
NPM 19042010115

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 05 Mei 2023


Mengetahui,

PEMBIMBING UTAMA

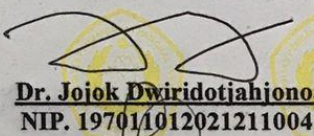

Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231097032001

TIM PENGUJI

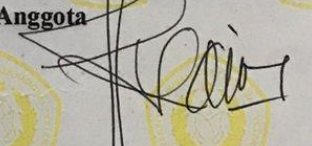
1. Ketua


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris


Dr. Joik Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004



3. Anggota


Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231097032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andre Zakariya Putra

NPM : 19042010115

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa Fisip UPN Veteran Jawa Timur)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku

Surabaya, 11 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



Andre Zakariya Putra

NPM. 19042010115

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepatu Converse” (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ir. Lisa Sulistyawati, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Dan penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat di harapkan demi kesempurnaan proposal ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	17
2.2.2 Citra Merek.....	19
2.2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	19
2.2.2.2 Manfaat Citra Merek.....	20
2.2.2.3 Faktor – Faktor Citra Merek.....	21
2.2.2.4 Indikator Citra Merek.....	21
2.2.2.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	22
2.2.3 Kualitas Produk.....	22
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.2.3.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	23
2.2.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	24
2.2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	25
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	26
2.2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	26

2.2.4.2	Manfaat Kepuasan Konsumen.....	27
2.2.4.3	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	28
2.2.4.4	Indikator Kepuasan Konsumen	29
2.2.4.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.	30
2.2.5	Loyalitas Konsumen.....	31
2.2.5.1	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	31
2.2.5.2	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	32
2.2.5.3	Karakteristik Loyalitas Konsumen	33
2.2.5.4	Indikator Loyalitas Konsumen	35
2.3	Kerangka Berpikir	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel.....	47
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1	Jenis Data	49
3.4.2	Sumber Data.....	49
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5	Teknik Analisis Data	49
3.5.1	Uji Validitas.....	49
3.5.2	Uji Reliabilitas	51
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.4.1	Uji Normalitas	51
3.5.4.2	Uji Multikolinieritas	52
3.5.4.3	Uji Heteroskedastitas	53
3.5.4.4	Uji Autokorelasi	53
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda	54
3.6	Uji Hipotesis.....	55
3.6.1	Uji Simultan (Uji F)	55
3.6.2	Uji Parsial (Uji T).....	57
3.7	Jadwal Penelitian	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Hasil.....	62

4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan.....	62
4.1.1.2	Logo Perusahaan	63
4.1.1.3	Visi dan Misi	63
4.1.2	Penyajian Data	64
4.1.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
4.1.2.2	Deskripsi Data Dari Jawaban Responden.....	67
4.2	Analisis Dan Pengujian Hipotesis	75
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	75
4.2.1.1	Uji Validitas	75
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	76
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	77
4.2.2.1	Uji Normalitas	77
4.2.2.2	Uji Multikolinieritas.....	78
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas	79
4.2.2.4	Uji Autokorelasi	80
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	81
4.2.4	Uji Hipotesis	83
4.2.4.1	Uji Simultan (Uji F)	83
4.2.4.2	Uji Parsial (Uji T).....	85
4.3	Pembahasan	91
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda	91
4.3.2	Pengaruh Secara Simultan	94
4.3.3	Pengaruh Secara Parsial.....	95
4.3.3.1	Pengaruh Variabel Citra Merek (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	95
4.3.3.2	Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	97
4.3.3.3	Pengaruh Variabel Kepuasan Konsumen (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	98
4.3.4	Matriks Hasil Penelitian.....	99
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran.....	102
DAFTAR	PUSTAKA	103
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Indeks Sepatu Converse.....	7
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	66
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Progam Studi	67
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1)	68
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2)	71
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (X3)	72
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	81
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	83
Tabel 4.15 Uji Parsial (Uji T)	85
Tabel 4.17 Matriks Hasil Penelitian	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 3.1 Kurva Uji Simultan (Uji F).....	52
Gambar 3.2 Kurva Uji Parsial (Uji T)	55
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	78
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Gambar 4.4 Kurva Uji F	84
Gambar 4.5 Kurva Uji T Variabel Citra Merek (X1)	87
Gambar 4.6 Kurva Uji T Variabel Kualitas Produk (X2)	88
Gambar 4.7 Kurva Uji T Variabel Kepuasan Konsumen (X3)	90

ABSTRAK

ANDRE ZAKARIYA PUTRA, 19042010115, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepatu Converse. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2019, 2020, 2021, 2022. Sampel yang diperlukan sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung dari objek peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

ANDRE ZAKARIYA PUTRA, 19042010115, The Effect of Brand Image, Product Quality and Consumer Satisfaction on Converse Shoe Consumer Loyalty (Study on FISIP Students of UPN "Veteran" East Java).

This study aims to understand and determine the effect of brand image, product quality and consumer satisfaction on Converse shoe consumer loyalty. The population used in this study were UPN "Veteran" East Java FISIP students Class of 2019, 2020, 2021, 2022. The required sample is 100 respondents. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling. The type of data used in this study is primary data, namely data collected or obtained directly from the research object. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. Thus the results of this study indicate that brand image, product quality, and customer satisfaction have a significant effect on customer loyalty, brand image has a significant effect on customer loyalty, product quality has a significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has no significant effect on customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyal