

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK
SEPATU SNEAKERS NIKE**

(Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

SKRIPSI



OLEH :

ARGY AJZAL M. A.

NPM. 19042010137

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK
SEPATU SNEAKERS NIKE
(Studi Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)**

Disusun Oleh :

ARGY AJZAL MAWAHIB ANNUR

NPM. 19042010137

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB

NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu, Sosial, Budaya dan Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK
SEPATU SNEAKERS NIKE
(Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

Disusun Oleh :

ARGY AJZAL MAWAHIB ANNUR
NPM. 19042010137

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal : 13 Juni 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji

1. Ketua

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris

Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, ST., M.Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Argy Ajzal Mawahib Annur
NPM : 19042010137
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pemyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 23 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Argy Ajzal Mawahib Annur
NPM. 19042010137

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

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

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan proposal 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, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan 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 proposal 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 proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Pemasaran.....	20
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	20
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	21
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	22
2.2.2 Citra Merek	23
2.2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	23
2.2.2.2 Manfaat Citra Merek	24
2.2.2.3 Faktor - Faktor Citra Merek	24

2.2.2.4	Indikator Citra Merek	25
2.2.3	Kualitas Produk	26
2.2.3.1	Pengertian Kualitas Produk	26
2.2.3.2	Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	26
2.2.3.3	Indikator Kualitas Produk.....	27
2.2.4	Kepuasan Konsumen.....	29
2.2.4.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	29
2.2.4.2	Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	29
2.2.4.3	Manfaat Kepuasan Konsumen.....	30
2.2.4.4	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	30
2.2.4.5	Indikator Kepuasan Konsumen	32
2.2.5	Loyalitas Konsumen.....	33
2.2.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	38
2.2.7	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	38
2.2.8	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	38
2.3	Kerangka Berpikir.....	39
2.4	Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Jenis Penelitian.....	42
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5	Teknik Analisis Data.....	49
3.6	Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian	60

4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	66
4.3	Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis	75
4.3.1	Uji Validitas	75
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	77
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	78
4.3.3.2	Multikolinearitas	79
4.3.3.3	Heteroskedastisitas.....	79
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4.3.5	Uji Hipotesis.....	82
4.3.5.1	Uji F.....	83
4.3.5.2	Uji t.....	84
4.3.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.4	Pembahasan.....	86
BAB V	PENUTUP	93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA		96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	40
-------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand Indeks Sepatu Sneakers Nike Di Indonesia.....	6
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	68
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1)	69
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Kualitas Produk</i> (X2)	71
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Kepuasan Konsumen</i> (X3).....	72
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Loyalitas Konsumen</i> (Y).....	74
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	83
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	84
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86

ABSTRAK

ARGY AJZAL M. A, 19042010137, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepatu Sneakers Nike (Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

Sneakers saat ini sedang menjadi tren di Indonesia. Akibatnya, konsumen menjumpai berbagai macam merek sneakers. Ada banyak persaingan di industri sneakers karena ada begitu banyak perusahaan di dalamnya. Ada banyak persaingan di antara perusahaan sneakers untuk mendapatkan reputasi positif di kalangan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas sneaker Nike di Surabaya, termasuk persepsi merek, kualitas produk, dan kebahagiaan pelanggan. Metode penelitian kuantitatif digunakan. Partisipan adalah penduduk Surabaya yang familier dengan Nike Sneakers. Seratus sembilan puluh enam orang berpartisipasi dalam penelitian ini. Pengambilan *nonprobability sampling* digunakan dalam penyelidikan ini. Data primer, yang merupakan informasi yang diperoleh dari objek penelitian itu sendiri, adalah yang dimanfaatkan. Menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* adalah teknik pengumpulan data yang digunakan. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 29 untuk analisis data, yang merupakan teknik linier berganda. Loyalitas konsumen terhadap Nike Sneakers di Surabaya dipengaruhi oleh citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen sekaligus, menurut hasil penelitian ini. Loyalitas terhadap produk Nike Sneakers di Surabaya dipengaruhi secara positif dan sebagian oleh citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Citra merek, Kualitas produk dan Kepuasan konsumen, Loyalitas konsumen

ABSTRACT

ARGY AJZAL M. A, 19042010137, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepatu Sneakers Nike (Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

In Indonesia, the trend of sneakers is currently very high. Therefore, people are faced with various brands of sneakers. The number of companies in the sneakers industry sector has led to the creation of competitive competition. Each sneakers company is competing to create a good brand image in the eyes of consumers. This research was conducted to determine the effect of brand image, product quality and customer satisfaction on consumer loyalty for Nike sneakers products in Surabaya. The type of research used is quantitative research. The population used in this study are people who live in Surabaya who know Nike Sneakers products. The sample in this study were 96 respondents. The sampling technique used in this study was nonprobability sampling. The type of data used is primary data, namely data obtained directly from the object of research. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires via Google Form. The data analysis technique used in this research is multiple linear by utilizing SPSS software version 29. Thus the results of this study indicate that brand image, product quality and customer satisfaction simultaneously affect consumer loyalty for Nike Sneakers products in Surabaya. Brand image, product quality and customer satisfaction have a positive and partial effect on consumer loyalty for Nike Sneakers products in Surabaya.

Keywords: Brand image, product quality and customer satisfaction, customer loyalty