PENGARUH *LIFESTYLE, PRODUCT KNOWLEDGE* DAN *PRODUCT DESIGN* TERHADAP *LOCAL BRAND LOVE* SEPATU *COMPASS* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI SURABAYA

SKRIPSI

Oleh :

Sven Inggil Anugerah Kretarto

NPM. 21042010287

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 *Lifestyle, Product Knowledge,* dan *Product Design* Terhadap *Local Brand Love* Sepatu *Compass* dengan *Brand Image* sebagai Variabel *Intervening* di Surabaya

Disusun oleh :

Sven Inggil Anugerah Kretarto

NPM. 21042010287

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Nurul Azizah, S.AB., M.AB.

NIP. 199105012024062001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Lifestyle, Product Knowledge dan Product Design Terhadap *Local Brand Love* Sepatu *Compass* dengan *Brand Image* sebagai Variabel *Intervening* di Surabaya

Disusun Oleh :
Sven Inggil Anugerah Kretarto
NPM. 21042010287

Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 16 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Nurul Azizah, S.AB., M.AB.
NIP. 199105012024062001

Tim Penguji,

1. **Ketua**

R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si.
NIP. 197206132021211003

2. **Sekretaris**

Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.
NIP. 198604172020122007

3. **Anggota**

Nurul Azizah, S.AB., M.AB.
NIP. 199105012024062001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

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

Form-3

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sven Inggil Anugerah Kretarto
NPM : 21042010287
Program : Sarjana (S1)/ ~~Magister (S2)~~ / ~~Doktor (S3)~~
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : FISIBPOL

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 ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

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

Surabaya, 22 Juli 2025
Yang membuat pernyataan

SEPULUH RIBU RUPIAH 10000 METERAI TEMPEL 2F375AKX356379682

Nama Sven Inggil A.K
NPM. 21042010287

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Lifestyle, Product Knowledge* dan *Product Design* Terhadap *Local Brand Love* Sepatu *Compass* dengan *Brand Image* Sebagai Variabel *Intervening* di Surabaya**".

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing Ibu Nurul Azizah, S.AB., M.AB. selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktunya untuk peneliti. Terimakasih yang tak terhingga peneliti sampaikan karena telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi.

Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratmoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.M, M.A. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Orang tua, kerabat, dan sanak saudara yang telah membantu doa, dukungan, dan semangat kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti baik pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman. Oleh sebab itu, peneliti

membutuhkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik bagi dunia akademis maupun bagi pihak sepatu *Compass*.

Surabaya, 16 Juli 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI iii
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR vii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 9
1.3. Tujuan Penelitian 10
1.4. Manfaat Penelitian 11
1.4.1. Manfaat Teoritis 11
1.4.2. Manfaat Praktis 11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13
2.1. Penelitian Terdahulu 13
2.2. Landasan Teori 15
2.2.1. Pemasaran 15
2.2.2. Lifestyle 19
2.2.3. Product Knowledge 22
2.2.4. Product Design 25
2.2.5. Local Brand Love 27
2.2.6. Brand Image 31
2.3. Hubungan Antar Variabel 34
2.4. Kerangka Berpikir 39
2.5. Hipotesis 40
BAB III METODE PENELITIAN 42
3.1. Jenis Penelitian 42
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 43
3.2.1. Definisi Operasional 43
3.2.2. Pengukuran Variabel 45

3.3. Populasi, Sampel dan Penarikan Sampel 46
3.3.1. Populasi 46
3.3.2. Sampel 46
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel 48
3.4. Teknik Pengumpulan Data 49
3.4.1. Data Primer 49
3.4.2. Data Sekunder 50
3.5. Teknik Analisis Data 50
3.5.1. Analisis Data 50
3.5.2. Analisis Jalur (*Path Analysis*) 52
3.6. Uji Hipotesis 60
BAB 4 PEMBAHASAN 62
4.1. Hasil 62
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan 62
4.1.1.1. Sejarah Perusahaan 62
4.1.1.2. Visi Misi Perusahaan 63
4.1.1.3. Logo Perusahaan 63
4.2. Penyajian Hasil Penelitian 64
4.2.1. Karakteristik Responden 64
4.2.1.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 64
4.2.1.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia 65
4.2.1.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan 66
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden 66
4.2.2.1. Analisis Deskriptif Variabel *Lifestyle* (X1) 67
4.2.2.2. Analisis Deskriptif Variabel *Product Knowledge* (X2) 70
4.2.2.3. Analisis Deskriptif Variabel *Product Design* (X3) 73
4.2.2.4. Analisis Deskriptif Variabel *Local Brand Love* (Y) 75
4.2.2.5. Analisis Deskriptif Variabel *Brand Image* (Z) 78
4.3. Hasil Analisis Data *Structural Equation Model* (SEM) 81
4.3.1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 82
4.3.2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 88

4.4. Uji Hipotesis 90
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian 97
4.6.1. Pengaruh *Lifestyle* (X1) terhadap *Brand Image* (Z)..... 97
4.6.2. Pengaruh *Lifestyle* (X1) terhadap *Local Brand Love* (Y) 98
4.6.3. Pengaruh *Product Knowledge* (X2) terhadap *Brand Image* (Z) 99
4.6.4. Pengaruh *Product Knowledge* (X2) terhadap *Local Brand Love* (Y)……..……..……100
4.6.5. Pengaruh *Product Design* (X3) terhadap *Brand Image* (Z) 101
4.6.6. Pengaruh *Product Design* (X3) terhadap *Local Brand Love* (Y).... 102
4.6.7. Pengaruh *Brand Image* (Z) terhadap *Local Brand Love* (Y) 103
4.6.8. Pengaruh *Lifestyle* (X1) terhadap *Local Brand Love* (Y) melalui *Brand Image* (Z) 104
4.6.9. Pengaruh *Product Knowledge* (X2) terhadap *Local Brand Love* (Y) melalui *Brand Image* (Z) 105
4.6.10. Pengaruh *Product Design* (X3) terhadap *Local Brand Love* (Y) melalui *Brand Image* (Z) 106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 104
5.1. Kesimpulan 104
5.2. Saran..... 106
DAFTAR PUSTAKA 108
LAMPIRAN.....116
Lampiran 1. Kuisioner Penelitian.....116
Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden (Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan)..... 121
Lampiran 3. Tabulasi Data Jawaban Respoden 125
Lampiran 4. *Outer Loadings* 132
Lampiran 5. *Average Variance Extracted* (AVE) 132
Lampiran 6. *Cross Loadings* 133
Lampiran 7. *Cronbach's Alpha*..... 133
Lampiran 8. *Composite Reliability*..... 134
Lampiran 9. *R-Square*..... 134
Lampiran 10. *Path Coefficient Direct Effect* 134

Lampiran 11. *Specific Indirect Effect* 134
Lampiran 12. Gambar *Inner* Model..... 135

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Urutan Peringkat Sepatu *Sneakers* Lokal Terbaik 3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....13
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel 47
Tabel 3.2 Skor Skala *Likert*.....49
Tabel 3.3 Pedoman Praktis Evaluasi Model Pengukuran.....63
Tabel 3.4 Pedoman Praktis Evaluasi Model Struktural.....64
Tabel 4.1 Data Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 68
Tabel 4.2 Data Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....69
Tabel 4.3 Data Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan 70
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel *Lifestyle* (X1) 71
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel *Product Knowledge* (X2).....74
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel *Product Design* (X3).....77
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel *Local Brand Love* (Y).....80
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel *Brand Image* (Z) 82
Tabel 4.9 *Loading Factors* 87
Tabel 4.10 *Average Variance Extracted* (AVE).....88
Tabel 4.11 *Cross Loadings*.....89
Tabel 4.12 *Cronbach's Alpha* 90
Tabel 4.13 *Composite Reliability* 91
Tabel 4.14 *R-Square*.....93
Tabel 4.15 *Direct Effect* 94
Tabel 4.16 *Indirect Effect* 97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Sepatu *Compass*.....2
Gambar 1.2 Status Keadaan Ketenagakerjaan 8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....42
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur Penelitian Terkait.....60
Gambar 4.1 Logo Sepatu *Compass*.....67
Gambar 4.2 *Inner Model*.....92