

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
CUSTOMER LOYALTY PADA SEPATU NIKE
DI SURABAYA**



OLEH :

GERALD EDO ATHALARIK
3103016119

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT QUALITY
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN
CUSTOMER LOYALTY PADA SEPATU NIKE
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:

**GERALD EDO ATHALARIK
3103016119**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
CUSTOMER LOYALTY PADA SEPATU NIKE
DI SURABAYA**

**OLEH :
GERALD EDO ATHALARIK
3103016119**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.
NIDN. 0001065703
Tanggal

Pembimbing II,



Antonius Yuniarto, SS., MM.
NIDN. 0710067801
Tanggal

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Gerald Edo Athalarik NRP : 3103016119 telah diuji pada tanggal 13 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.

NIDN. 0001065703

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., AC., CPA.

NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan



Robertus Sigit Haribowo
Lukito
CN=Robertus Sigit Haribowo
Lukito, OU=Head of
Management Department,
O=Widya Mandala Surabaya
Catholic University,
E=hod-manage@ukwms.ac.i
d
I am approving this
document
Surabaya, Jawa Timur, IDN
2020-07-24 09:40:31

Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc.

NIDN. 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gerald Edo Athalarik

NRP : 3103106119

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Sepatu Nike di Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Juni 2020

Yang Menyatakan



(Gerald Edo Athalarik)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus, karena atas segala berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Sepatu Nike di Surabaya” ini dengan baik dan lancar. Penulisan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM, Ak. CA., CPAI. selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM. selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran, motivasi dan selalu sabar dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Antonius Yuniarto, SS., MM selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran, motivasi dan selalu sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi yang sangat bermanfaat sebagai bekal dimasa depan.
7. Keluarga yang selalu memberikan yang terbaik melalui doa, dukungan serta nasehat yang sangat berguna terutama bagi ayah, ibu, kakak dan adik.

8. Sahabat seperjuangan yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan.
9. Tim Asdos Lab Riset Statistik yang banyak memberikan bantuan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Teman-teman dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar selanjutnya tugas akhir ini bisa menjadi karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak.

Surabaya, 18 Juni 2020
Penulis,

Gerald Edo Athalarik

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Brand Image</i>	8
2.1.2 <i>Product Quality</i>	9
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	11
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.3.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	16
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17
2.3.5 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17

2.4	Model Penelitian	18
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		19
3.1	Desain Penelitian	19
3.2	Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	19
3.2.1	Identifikasi Variabel.....	19
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	19
3.2.3	Pengukuran Variabel.....	21
3.3	Jenis dan Sumber Data	22
3.4	Metode Pengumpulan Data	22
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	22
3.6	Analisis Data	23
3.6.1	Uji Normalitas.....	24
3.6.2	Uji Validitas	24
3.6.3	Uji Reliabilitas	24
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	25
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural	26
3.6.6	Uji Hipotesis.....	26
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	28
4.1.1	Jenis Kelamin.....	28
4.1.2	Usia	28
4.1.3	Domisili.....	29
4.1.4	Pernah Membeli dan Menggunakan Produk Minimal 2 Kali	29
4.1.5	Profesi	29
4.2	Deskripsi Data	30
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	30
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	31
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	32
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	32
4.3	Hasil Analisis Data	33
4.3.1	Uji Normalitas.....	33
4.3.2	Uji Validitas	34

4.3.3	Uji Reliabilitas	35
4.3.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	35
4.3.5	Uji Kecocokan Model Struktural	36
4.3.6	Uji Hipotesis.....	37
4.4	Pembahasan	38
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	38
4.4.2	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	39
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	40
4.4.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	41
4.4.5	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	42
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN		43
5.1	Simpulan.....	43
5.2	Keterbatasan	44
5.3	Saran	44
5.3.1	Saran Akademis	44
5.3.2	Saran Praktis.....	45
DAFTAR PUSTAKA		47
LAMPIRAN.....		50

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data penjualan produk sepatu dari 5 perusahaan	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit</i>	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	29
Tabel 4.4 Interval Rata-rata Setiap Variabel.....	30
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	30
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	31
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	32
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	32
Tabel 4.9 Tabel <i>Univariate Normality</i>	33
Tabel 4.10 Tabel <i>Multivariate Normality</i>	34
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.13 Hasil Kecocokan Keseluruhan Model.....	36
Tabel 4.14 Uji Hipotesis	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Karakteristik Responden
Lampiran 3	Hasil Kuesioner
Lampiran 4	OUTPUT SPSS Karakteristik Responden
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Output SEM
Lampiran 7	Path Diagram <i>Estimates</i>
Lampiran 7	Path Diagram <i>Standardized Solution</i>
Lampiran 7	Path Diagram <i>T-Values</i>
Lampiran 8	Uji Reliabilitas

ABSTRAK

Kebutuhan manusia mengalami banyak perubahan menyesuaikan dengan tren-tren yang ada. Sepatu sudah menjadi kebutuhan utama dari setiap orang untuk mendukung dalam beraktivitas. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *brand image* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada sepatu Nike di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Alat yang digunakan adalah kuesioner. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden yaitu konsumen sepatu Nike di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equations Modeling* dengan menggunakan program LISREL.

Penelitian ini memiliki hasil yang membuktikan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *brand image* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*, dan *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci : *Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY ON NIKE SHOES IN SURABAYA

ABSTRACT

Human needs undergo many changes in accordance with existing trends. Shoes have become the main requirement of everyone to support their activities. The shoe industry is becoming a business trend nowadays. This study aims to examine the effect of brand image and product quality on customer satisfaction and customer loyalty in Nike shoes in Surabaya.

The sampling technique used is non probability sampling by purposive sampling. The tool used was a questionnaire. The sample used was 150 respondents namely consumers of Nike shoes in Surabaya. The data analysis technique used is Structural Equations Modeling using the LISREL program.

This study has results that prove brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, brand image has no effect on customer loyalty, and product quality has a positive and significant to customer loyalty.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*