



**PENGARUH CITRA MEREK, ASOSIASI MEREK,  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN  
KONSUMEN MEREK ADIDAS**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa)**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1)  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

**AHMAD KHLISUN AFIF**

**NIM. 2015-11-275**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI  
KUALITAS TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN MEREK  
ADIDAS**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas  
Muria Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

2021

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

**Dina Lusianti, SE, MM, AAK**  
NIDN. 0630098401

Pembimbing I

**Drs.H. M. Masruri., M.M**  
NIDN. 0601085601

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM**  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II

**Sutono,, S.E.,M.M, Ph.D**  
NIDN. 0626017003

## Motto :

Maka janganlah sekali kali engkau membiarkan kehidupan dunia ini  
memperdayakanmu

**QS. Fathir: 5**

Berlomba lombalah dalam kebaikan.

**QS. Al Baqarah: 148**

Sukses adalah guru yang buruk. Sukses menggoda orang yang tekun ke dalam  
pemikiran bahwa mereka tidak dapat gagal.

(Bill Gates)

## Persembahan :

1. Orang tua yang tersayang
2. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Almamater Universitas Muria Kudus

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Drs. H. M. Masruri, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Sutono, SE. MM, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.

6. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dorongan materil dan non materiil serta doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



## **ABSTRAKSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI  
KUALITAS TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DIMEDIASI OLEH  
KEPUASAN KONSUMEN MEREK ADIDAS**  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus)

**Ahmad Kholisun Afif  
NIM. 2015-11-275**

Dosen Pembimbing : 1. Drs. H. M. Masruri, MM.  
2. Sutono, SE. MM, Ph.D.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, asosiasi merek, persepsi kualitas terhadap loyalitas konsumen dimediasi oleh kepuasan konsumen merek Adidas. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen, serta tiga variabel eksogen, yaitu citra merek, asosiasi merek, persepsi kualitas. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel penelitian dalam penelitian sebesar 110 responden dengan teknik *purposive sampling* yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang merupakan konsumen sepatu Adidas yang telah melakukan 3 kali pembelian.

Analisis data yang digunakan (SEM) *Structual Equatuion Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian citra merek, asosiasi merek, persepsi kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen, serta citra merek, asosiasi merek, persepsi kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi oleh kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** citra merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND ASSOCIATION, QUALITY PERCEPTION OF CUSTOMER LOYALTY DIMEDIATED BY ADIDAS BRAND CUSTOMER SATISFACTION**

*(Student Case Studies Muria Kudus University  
Faculty of Economics and Business)*

**Ahmad Kholisun Afif  
NIM. 2015-11-275**

*Guidance Lecturer* : 1. Drs. H. M. Masruri, MM.  
2. Sutono, SE. MM, Ph.D

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT**

*This study aims to analyze the effect of brand image, brand association, perceived quality on consumer loyalty mediated by customer satisfaction with the Adidas brand. This study uses two endogenous variables, namely customer loyalty and customer satisfaction, and three exogenous variables, namely brand image, brand association, perceived quality. In this study, data collection using a questionnaire method. While the research sample in the study of 110 respondents with purposive sampling technique, namely students of the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University, who are consumers of Adidas shoes who have made 3 purchases..*

*Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which is operated through the AMOS program. The results of research on brand image, brand association, perceived quality have a positive and significant effect on consumer loyalty and customer satisfaction, and brand image, brand association, perceived quality have a positive and significant impact on consumer loyalty mediated by customer satisfaction.*

**Keywords:** *brand image, brand association, perceived quality, customer loyalty, customer satisfaction.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.    Latar Belakang .....	1
2.    Ruang Lingkup .....	7
3.    Rumusan Masalah .....	7
4.    Tujuan Penelitian.....	9
5.    Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1.    Perilaku Konsumen .....	12
2.2.    Kepuasan konsumen.....	16
2.3.    Loyalitas Konsumen.....	20
2.4.    Citra Merek.....	25
2.5.    Asosiasi Merek .....	28
2.6.    Persepsi Kualitas .....	31
2.7.    Pengaruh Antar Variabel .....	34
2.8.    Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	41
2.9.    Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1.    Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	47

3.2. Populasi dan Sampel.....	52
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	54
3.4. Pengumpulan Data.....	55
3.5. Uji Instrumen.....	56
3.6. Teknik Analisis Data .....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	69
4.2. Deskripsi Responden .....	71
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian .....	72
4.4. Analisis Data .....	76
4.5. Analisis Konfirmatori Full Model.....	86
4.6. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	88
4.7. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total..	93
4.8. Pembahasan .....	96
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>108</b>
5.1. Kesimpulan.....	108
5.2. Saran .....	109

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. <i>Top Brand Index Sepatu Olahraga</i> .....	4
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	66
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Intensitas Pembelian.....	72
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	73
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Asosiasi Merek .....	74
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas.....	74
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	75
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen .....	76
Tabel 4.8. <i>Standarized Regression Weight Eksogen</i> .....	77
Tabel 4.9. <i>Standarized Regression Weight Endogen</i> .....	79
Tabel 4.10. <i>Standarized Regression Weight Eksogen setelah Perbaikan Model</i> .....	80
Tabel 4.11. Uji Normalitas Data .....	82
Tabel 4.12. Mahalanobis d – squared .....	83
Tabel 4.13. Hasil Pengujian <i>Contract Reability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	84
Tabel 4.15. Uji Full Model <i>Goodness of Fit SEM</i> .....	87
Tabel 4.17. Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	88
Tabel 4.18. Tabel <i>Regression Weights</i> .....	89
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Hipotesis .....	89
Tabel 4.20. Pengaruh Langsung Variabel Laten .....	93
Tabel 4.21. Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten .....	94
Tabel 4.22. Pengaruh Total antar Variabel Laten .....	95

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Logo .....	69
Gambar 4.2. Struktur Organisasi .....	71
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model .....	77
Gambar 4.4. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model .....	78
Gambar 4.5. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model	80
Gambar 4.6. Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen .....	81
Gambar 4.7. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM)	86



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 3. Frekuensi Data

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Analisis Data

