



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST* DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEPATU ADIDAS SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI KABUPATEN JEPARA**

Disusun Oleh:
MISBAHUL HUDA
2019-11-621

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST* DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEPATU ADIDAS SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI KABUPATEN JEPARA**

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

Disusun Oleh :
MISBAHUL HUDA
2019-11-621

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST* DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEPATU ADIDAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI KABUPATEN JEPARA**

Nama : Misbahul Huda
Nim : 201911621
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 10 September 2024

Pembimbing I



(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)

NIDN. 0626017003

Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K)

NIDN. 0610019601

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST* DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEPATU ADIDAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI KABUPATEN JEPARA**

Nama : Misbahul Huda
Nim : 201911621
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 10 September 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K)
NIDN. 0610019601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Usaha yang membuahkan hasil sepenuhnya apabila kita pantang menyerah”

(Napoleon Hill)

Persembahan:

1. Kedua orangtuaku yang telah memberikan dukungan dan do'a.
2. Dosen pembimbingku yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabatku dan teman seperjuangan yang telah memberi masukan, dukungan serta semangat dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST* DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEPATU ADIDAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI KABUPATEN JEPARA”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, S.E., M.M., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan, dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu

pengetahuan kepada peneliti.

7. Kedua orang tua saya, sebagai sosok yang selalu memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya.
8. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal hingga akhir.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu di harapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk segala pihak yang membutuhkan.

Kudus,

2024

Peneliti

Misbahul Huda
201911621

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST* DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEPATU ADIDAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI KABUPATEN JEPARA**

MISBAHUL HUDA
201911621

Pembimbing 1: Sutono, S.E., M.M., Ph.D
2: Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, brand trust dan citra merek terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sepatu adidas sebagai variabel intervening di kabupaten jepara. Teknik pengumpulan data dengan jumlah sampel sebanyak 135 responden dengan menggunakan Teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Structure Equation Modeling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (2) *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (4) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (5) *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (6) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (7) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

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

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND TRUST AND BRAND
IMAGE ON CONSUMER LOYALTY WITH CONSUMER SATISFACTION WITH
ADIDAS SHOES AS AN INTERVENING VARIABLE IN JEPARA DISTRICT**

MISBAHUL HUDA
201911621

Advisor 1: Sutono, S.E., M.M., Ph.D
2: Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

**FACULTY OF ECONOMICS AND BISUNESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM
UNIVERSITY OF MURIA KUDUS**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product quality, brand trust and brand image on consumer loyalty with consumer satisfaction with Adidas shoes as an intervening variable in Jepara Regency. The data collection technique with a sample size of 135 respondents used the Non-Probability Sampling Technique with the Purposive Sampling method. This research uses the Structure Equation Modeling analysis method. The research results show that (1) Product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty (2) Brand trust has a positive and significant effect on consumer loyalty (3) Brand image has a positive and significant effect on consumer loyalty (4) product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction (5) Brand trust has a positive and significant effect on consumer satisfaction (6) Brand image has a positive and significant effect on consumer satisfaction (7) Consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty.

**Keywords: Product Quality, Brand Trust, Brand Image, Consumer Loyalty,
Consumer Satisfaction**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Loyalitas Konsumen	15
2.1.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	15
2.1.2 Indikator Loyalitas Konsumen	16
2.2 Kepuasan Konsumen	17
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	17
2.2.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	18
2.3 Kualitas Produk	20
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	20
2.3.2 Faktor-Faktor Kualitas Produk	21
2.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	21
2.4 Brand Trust	23
2.4.1 Pengertian Brand Trust.....	23
2.4.2 Indikator Brand Trust	24
2.5 Citra Merek	25
2.5.1 Pengertian Citra Merek.....	25
2.5.2 Indikator Citra Merek	26

2.6	Pengaruh Antar Variabel	27
2.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	27
2.6.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	28
2.6.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	29
2.6.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	30
2.6.5	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	31
2.6.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	32
2.6.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen ...	33
2.7	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	34
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.9	Hipotesis	39
BAB III	METODE PENELITIAN.....	40
3.1	Rancangan Penelitian.....	40
3.2	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel	40
3.2.1	Variabel Penelitian.....	40
3.2.2	Definisi Operasional	41
3.3	Jenis Data Dan Sumber Data	44
3.3.1	Jenis Data.....	44
3.3.2	Sumber Data	45
3.4	Populasi Dan Sampel.....	46
3.4.1	Populasi	46
3.4.2	Sampel	46
3.5	Pengumpulan Data.....	47
3.6	Uji Instrumen	48
3.6.1	Uji Validitas.....	48
3.6.2	Uji Reliabilitas	50
3.7	Penngolahan Data	51
3.8	Analisis Data.....	52
3.8.1	Uji Hipotesis	59
3.8.2	Uji Mediasi	60
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.1.1	Gambaran Umum Adidas	61

4.2	Penyajian Data	62
4.2.1	Karakteristik Responden.....	62
4.3	Deskriptif Variabel Penelitian	65
4.3.1	Kualitas Produk	65
4.3.2	Brand Trust	66
4.3.3	Citra Merek.....	67
4.3.4	Loyalitas Konsumen	68
4.3.5	Kepuasan Konsumen	69
4.4	Analisis Data.....	70
4.4.1	Analisis Konfirmatori	70
4.5	Uji Instrumen Data	73
4.5.1	Uji Validitas.....	73
4.5.2	Uji Validitas Dengan Average Variance Extracted	74
4.5.3	Uji Validitas Dengan Discriminant Validity	74
4.5.4	Uji Reliabilitas	75
4.6	Structural Equation Modelling (SEM).....	75
4.6.1	Uji Normalitas	75
4.6.2	Outliers	76
4.6.3	Asumsi Atas Multikolinearitas	77
4.6.4	Persamaan Regresi.....	77
4.6.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.6.6	Pengujian Hipotesis	80
4.6.7	Analisis Pengaruh dan Pengaruh Tidak Langsung	83
4.7	Pembahasan	85
4.7.1	Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	85
4.7.2	<i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	86
4.7.3	Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	88
4.7.4	Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	89
4.7.5	<i>Brand Trust</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	90
4.7.6	Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	91
4.7.7	Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	92
4.7.8	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen	

Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening.....	93
4.7.9 <i>Brand Trust</i> Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening.....	94
4.7.10 Citra Merek Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Indeks Kesesuaian Model	59
Tabel 4. 1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4. 3 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4. 4 Presentase Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	64
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i>	66
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Citra Merek	67
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	68
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	69
Tabel 4.10 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Full Measurement Sebelum Perbaikan	71
Tabel 4.11 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Average Variance Extracted	74
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4.17 Mahalanobis d-squared	77
Tabel 4.18 Standardized Regression Weights	77
Tabel 4.19 Square Multiple Correlation	79
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis	80
Tabel 4.21 Analisis Pengaruh Langsung	83
Tabel 4.22 Analisis Pengaruh Tidak Langsung	84
Tabel 4.23 Besar <i>Total Effect</i>	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar1. 1 Merk Sneaker Paling Disukai Masyarakat Indonesia (Februari 2023).....	3
Gambar1. 2 Grafik Top Brand Indeks Kategori Sepatu Olahraga di Indonesia Tahun 2020-2022	4
Gambar1. 3 Ulasan Negatif Produk Adidas terkait Kualitas Produk.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	38
Gambar 4.1 Full Measurement Model Sebelum Perbaikan	70
Gambar 4.2 Full Measurement Model Setelah Perbaikan	71
Gambar 4.3 Structural Equation Modelling	72