



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPATU TOMKINS
MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

DEDY HARDIAWAN

202011178

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

2025



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPATU TOMKINS
MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA
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

Oleh :

DEDY HARDIAWAN

202011178

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

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SEPATU TOMKINS MELALUI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Dedy Hardiawan
NIM : 202011178
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 5 Maret 2025

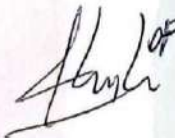
Pembimbing I



(Mira Mcilia Marka, S.E., M.M)

NIDN. 0606058801

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasctyaningrum, S.E., M.M.)

NIDN. 0022038001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

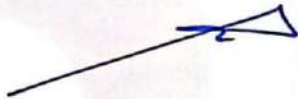
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SEPATU TOMKINS MELALUI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Dedy Hardiawan
NIM : 202011178
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 5 Maret 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



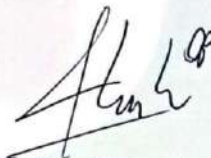
(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

Mengetahui,



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

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.)
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Seungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

QS Ar-Ra'd Ayat 11

Persembahan

1. Kepada kedua orang tua, Bapak Zubaidi dan Ibu Hartini yang telah mendoakan, dan memberikan dukungan penuh dalam segala hal baik yang saya usahakan, saya berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Dengan usaha penuh, saya ingin melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Dan terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan do'a baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan.
2. Skripsi ini juga saya persembahkan kepada keluarga besar saya yang selalu mendukung dan menyemangati saya untuk meraih gelar sarjana pertama dalam keluarga.
3. Dan skripsi ini juga saya berikan kepada orang-orang yang hadir di dalam cerita hidup saya, yang memberikan tawa, canda hingga cerita yang mungkin tidak bisa dilupa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat, Hidayah, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu Tomkins Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Banyak pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga penulis sangat berterimakasih kepada:

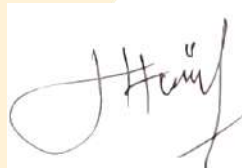
1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Mira Meilia Marka, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmu kepada saya.
6. Kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga, yang telah memberikan doa, dukungan serta semangat dalam bentuk moral, material dan spiritual.

7. Sahabat-sahabat saya serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai manusia biasa Penulis menyadari penyusunan ini jauh dari kata sempurna karna keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena nya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Kudus, Januari 2025

Penulis,



Dedy Hardiawan
NIM. 202011178

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SEPATU TOMKINS MELALUI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

DEDY HARDIAWAN
2020-11-178

Pembimbing: 1. Mira Meilia Marka, S.E.,M.M.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E.,M.M.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen sepatu Tomkins melalui keputusan pembelian sebagai variable intervening (studi pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus). Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan data yang digunakan adalah data primer. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive proportional sampling* dengan jumlah sampel 120 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program AMOS 24. Penelitian ini memiliki hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen,
Keputusan Pembelian**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
TOMKINS SHOES CONSUMER SATISFACTION THROUGH
PURCHASING DECISIONS AS AN INTERVENING VARIABLE (STUDY
ON MURIA KUDUS UNIVERSITY STUDENTS)**

DEDY HARDIAWAN
2020-11-178

Supervisor: 1. Mira Meilia Marka, S.E.,M.M.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E.,M.M.

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

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality and brand image on consumer satisfaction for Tomkins shoes through purchasing decisions as an intervening variable (study of Muria Kudus University students). This type of research uses quantitative research and the data used is primary data. This research sample was taken using a purposive proportional sampling method with a sample size of 120 respondents. Data analysis in this research uses Structural Equation Modeling (SEM) using the AMOS 24 program. This research shows that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has no significant effect on purchasing decisions, product quality has no significant effect on consumer satisfaction, Brand image has a positive and significant effect on consumer satisfaction, purchasing decisions have a positive and significant effect on consumer satisfaction.

**Keywords: Product Quality, Brand Image, Consumer Satisfaction,
Purchasing Decisions**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	10
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Perilaku Konsumen	14
2.2 Kualitas Produk.....	15
2.3 Citra Merek	18
2.4 Keputusan Pembelian.....	21
2.5 Kepuasan Konsumen.....	23
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	25
2.7 Penelitian Terdahulu	28
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.9 Hipotesis Penelitian.....	32

BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Rancangan Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	34
3.2.1 Kualitas Produk (X1)	35
3.2.2 Citra Merek (X2)	36
3.2.3 Keputusan Pembelian (Y)	37
3.2.4 Kepuasan Konsumen (Z)	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	41
3.5 Pengumpulan Data	43
3.6 Uji Instrumen Penelitian	43
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.2 Uji Reliabilitas	45
3.7 Pengolahan Data	45
3.8 Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	56
4.2 Penyajian Data	57
4.2.1 Responden Berdasarkan Kelamin	57
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	58
4.3 Analisis Data	62
4.3.1 Uji Instrumen Data	62
4.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	64
4.3.3 Uji Hipotesis	76
4.3.4 Uji Mediasi	79
4.4 Pembahasan	81
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	81

4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	82
4.4.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	83
4.4.5 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen ...	84
4.4.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian	84
4.4.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1. 1	Data Penjualan Sepatu Tomkins	9
Tabel 3. 1	Jumlah Mahasiswa Universitas Muria Kudus Tahun 2020	40
Tabel 3. 2	Perhitungan Sampel Penelitian	42
Tabel 3. 3	<i>Goodness Of Fit Indeces</i>	54
Tabel 4. 1	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 4. 3	Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	59
Tabel 4. 4	Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	60
Tabel 4. 5	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	61
Tabel 4. 6	Uji <i>Convergent Validity</i> Setelah Perbaikan	62
Tabel 4. 7	Uji Variance Extracted (AVE).....	63
Tabel 4. 8	Uji <i>Discriminant Validity</i>	63
Tabel 4. 9	<i>Construct Reliability</i>	64
Tabel 4. 10	Uji Normalitas Data	65
Tabel 4. 11	<i>Mahalanobis d-squared</i>	66
Tabel 4. 12	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	67
Tabel 4. 13	Evaluasi <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	68
Tabel 4. 14	<i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	69
Tabel 4. 15	Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	70
Tabel 4. 16	Evaluasi <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan	71
Tabel 4. 17	<i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	72
Tabel 4. 18	Evaluasi <i>Goodness of Fit Measurement</i>	73
Tabel 4. 19	Evaluasi <i>Goodness of Fit Full Model</i>	74
Tabel 4. 20	<i>Standardized Regression Weight</i>	75

Tabel 4. 21	Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	75
Tabel 4. 22	<i>Regression Weight</i>	77
Tabel 4. 23	Analisis Pengaruh Langsung	79
Tabel 4. 24	Analisis Pengaruh Tidak Langsung	79
Tabel 4. 25	Analisis Total Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	80

