

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN
KEPUASAN PELANGGAN PADA MINAT BELI
ULANG SEPATU “AIR JORDAN”
DI SURABAYA**



**OLEH:
KEVIN SOZA SANDRA
3103016117**

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN
KEPUASAN PELANGGAN PADA MINAT BELI
ULANG SEPATU “AIR JORDAN”
DI SURABAYA

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

OLEH:
KEVIN SOZA SANDRA
3103016117

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

HALAMAN PERTSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN
KEPUASAN PELANGGAN PADA MINAT BELI
ULANG SEPATU “AIR JORDAN”
DI SURABAYA**

Oleh:
KEVIN SOZA SANDRA
3103016117

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I



(Dr.Dra.Ec. Sri Yunan Budiarsi MS.)

NIDN. 00001065703

Tanggal : 16 Juli 2020

Pembimbing II,



(Drs.P. Julius F. Nagel, S.Th., MM)

NIDN. 0712095901

Tanggal : 17 Juni 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Kevin Soza Sandra NRP 3103016117
Telah diuji pada tanggal 10 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Dra.Ec. Sri Yunan Budiarsi MS.
NIDN. 00001065703

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Ludovicus Lasdi, MM., Ak., CA., 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.a
c.id
I am approving this
document
Surabaya, Jawa Timur, IDN
2020-07-27 12:36:24
Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.
NIDN. 070308790

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

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Soza Sandra

NRP : 3103016117

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kepuasan Pelanggan Pada Minat Beli Ulang Sepatu “Air Jordan” Di Surabaya

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Kevin Soza Sandra
Yang Menyatakan,



Kevin Soza Sandra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir dengan judul Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kepuasan Pelanggan Pada Minat Beli Ulang Sepatu “Air Jordan” Di Surabaya, bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dr. Dra. Ec., Sri Yunan Budiarsi MS. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs.P. Julius F. Nagel, S.Th., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan dan doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
8. Teman – teman yang selalu membantu saya dan memberi semangat dalam pengerjaan skripsi ini (Felix, Stefany D, Ryan, Ruth, Edo), terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman – teman Student Staff beserta seluruh staff Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Ibu Siska, Ibu Karin, Ibu Krena, Ibu Dewi, Ibu Felly, Ibu Firly, Bapak Wanda) yang memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya, 19 Juni 2020

Kevin Soza Sandra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERTSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
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.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistem Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Lantasan Teori.....	9
2.1.1 Citra Merek.....	9
2.1.2 Desain Produk.....	10
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.4 Minat Beli Ulang.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Pengambangan Hipotesis.....	13
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	13
2.3.2 Pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	14
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	14
2.3.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	15
2.3.5 Pengaruh Desain Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	15
2.4 Kerangka Penelitian.....	15
2.5 Hipotesis.....	16

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	17
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	17
3.2.2 Definisi Operasional.....	17
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	19
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.5 Populasi dan Sampel.....	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	20
3.6.1 Uji Validitas.....	21
3.6.2 Uji Reabilitas.....	21
3.6.3 Uji Normalitas.....	21
3.6.4 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	22
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	23
3.6.6 Uji Hipotesis.....	23
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	24
4.1.1 Karakteristik Responden.....	24
4.1.1.1 Jenis Kelamin.....	24
4.1.1.2 Usia.....	25
4.1.1.3 Pekerjaan.....	25
4.1.1.4 Domisili.....	26
4.1.1.5 Pernahkah Anda Membeli dan Menggunakan Sepatu Jordan.....	26
4.2 Deskripsi Data.....	26
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	27
4.2.2 Statistik Deskriptif Desain Produk.....	27
4.2.3 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	28
4.2.4 Statistik Deskriptif Minat Beli Ulang.....	28
4.3 Hasil Analisis Data.....	29
4.3.1 Uji Normalitas.....	29
4.3.2 Uji Validitas.....	30
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	31
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	33

4.3.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	33
4.3.6 Uji Hipotesis Penelitian.....	34
4.4 Pembahasan.....	35
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sepatu Air Jordan.....	35
4.4.2 Pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sepatu Air Jordan.....	35
4.4.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Air Jordan.....	36
4.4.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Air Jordan.....	36
4.4.5 Pengaruh Desain Produk terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Air Jordan.....	37
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	38
5.1 Simpulan.....	38
5.2 Keterbatasan.....	39
5.3 Saran.....	39
5.3.1 Saran Akademis.....	39
5.3.2 Saran Praktis.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pertumbuhan Sepatu Air Jordan dan Adidas Yezzy.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	13
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	24
Tabel 4.2 Usia.....	25
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	25
Tabel 4.4 Domisili Responden.....	26
Tabel 4.5 Pernahkah Anda membeli dan menggunakan sepatu jordan?.....	26
Tabel 4.6 Penilaian Rata-Rata Setiap Variabel.....	27
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Citra Merek.....	27
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Desain Produk.....	27
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	28
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	28
Tabel 4.11 Pengujian <i>Univariate Normality</i>	29
Tabel 4.12 Pengujian <i>Multivariate Normality</i>	30
Tabel 4.13 Uji Validitas.....	31
Tabel 4.14 Construct Reliability Variabel Citra Merek.....	31
Tabel 4.15 Construct Reliability Variabel Desain Produk.....	32
Tabel 4.16 Construct Reliability Variabel Kepuasan Pelanggan.....	32
Tabel 4.17 Construct Reliability Variabel Minat Beli Ulang.....	32
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4.19 Uji Kecocokan Model.....	33
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	34

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Lampiran 3a. Jawaban Responden tentang Citra Merek

Lampiran 3b. Jawaban Responden tentang Desain Produk

Lampiran 3c. Jawaban Responden tentang Kepuasan Pelanggan

Lampiran 3d. Jawaban Responden tentang Minat Beli Ulang

Lampiran 4. output Uji Normalitas

Lampiran 5. Uji SEM

Lampiran 6. Path Diagram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah Citra Merek dan Desain Produk dapat mempengaruhi secara langsung variable Kepuasan Pelanggan dan minat Beli Ulang. Objek penelitian adalah pelanggan Sepatu Air Jordan di Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel dengan teknik purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Sepatu Air Jordan di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan SEM dengan software LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Citra Merek berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Kata kunci: Citra Merek, Desain Produk, Kepuasan Pelangga, Minat Beli Ulang

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT DESIGN AND
CUSTOMER SATISFACTION ON REPURCHASE
INTENTION OF “AIR JORDAN”
SHOES IN SURABAYA**

ABSTRACT

This research aims to examine whether Brand Image and Product Design can directly influence the Customer Satisfaction and Repurchase variables. The object of research is Air Jordan Shoes customers in Surabaya. The research sample used in this study were 150 samples with a purposive sampling technique. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires to Air Jordan Shoes customers in Surabaya. The data analysis technique used is using SEM with LISREL software.

The results of this study indicate that Brand Image has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Product Design has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Repurchase Intention, Brand Image has no significant effect on Repurchase Intention, Product Design has a positive and significant effect on Repurchase Intention.

Keywords: *Brand Image, Product Design, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*