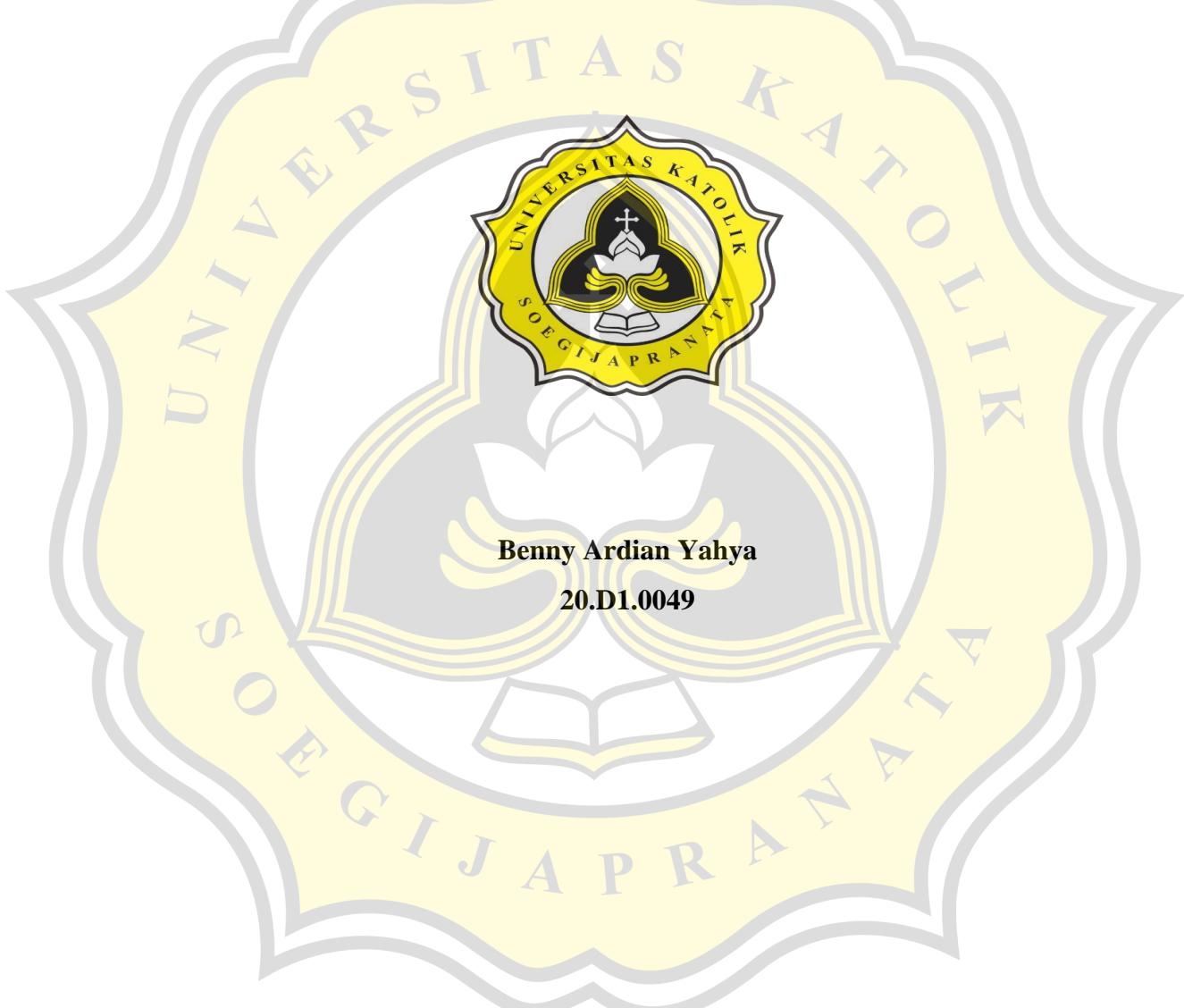


## LAPORAN SKRIPSI

### PENGARUH CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK, TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPATU ADIDAS

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)

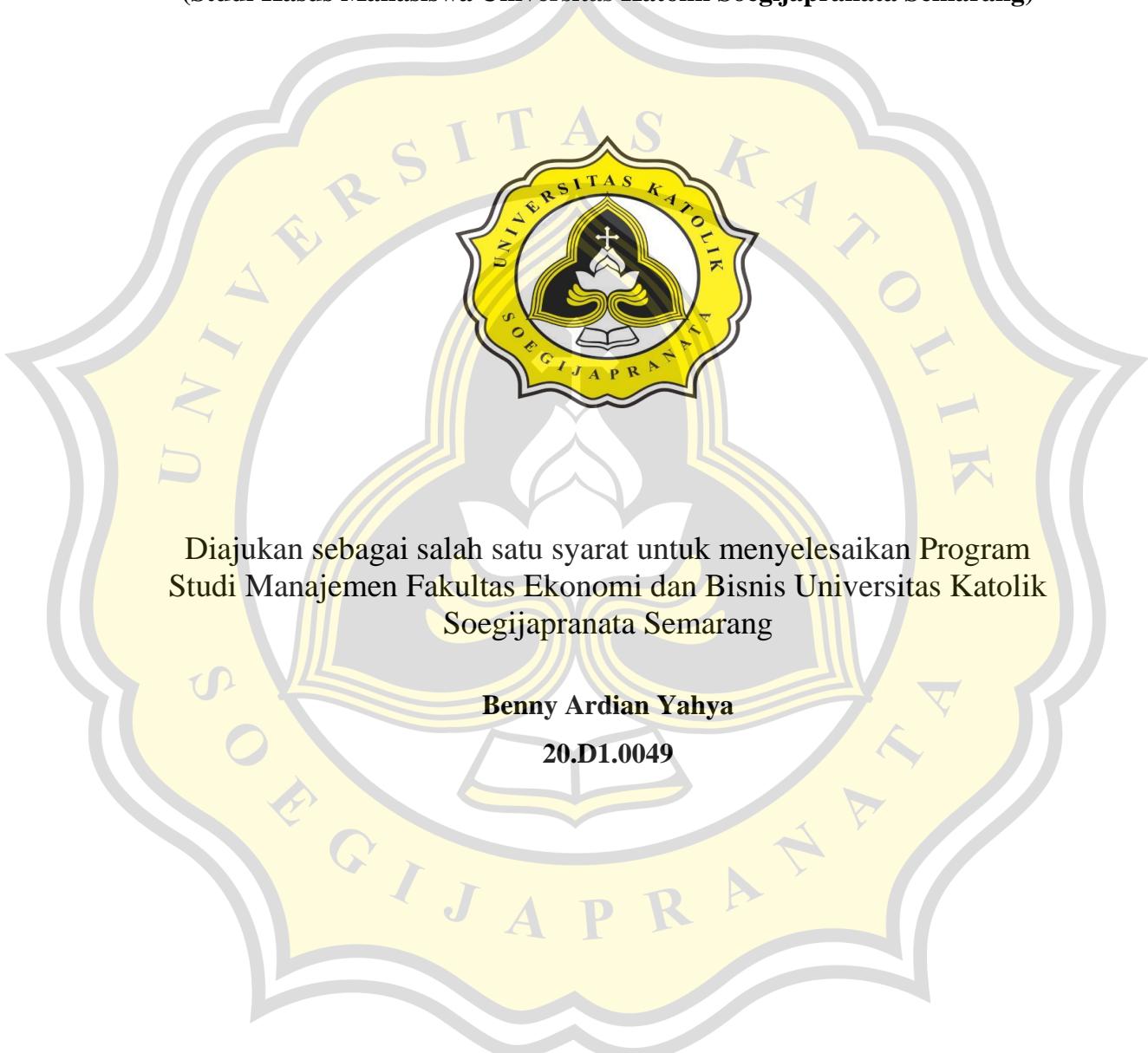


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
2024**

## LAPORAN SKRIPSI

### PENGARUH CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK, TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPATU ADIDAS

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik  
Soegijapranata Semarang

Benny Ardian Yahya

20.D1.0049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
2024**

## **ABSTRAK**

Sejak 2016 sejak awal *trend* sepatu dimulai di Indonesia, berdasarkan hasil survei kepada mahasiswa Unika Soegijapranata, cukup banyak mahasiswa yang mulai mengoleksi beragam jenis sepatu, tetapi hanya mengoleksi sepatu dengan merek Adidas karena menyukai desain dan kualitasnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek dari sepatu bermerek Adidas pada mahasiswa Unika Soegijapranata. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang memiliki / pernah memiliki sepatu Adidas. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 53 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Metode analisis data adalah dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas merek sepatu Adidas.

Kata kunci: citra merek, kualitas, loyalitas merek

