

ABSTRAK

Olahraga merupakan kegiatan yang baik bagi keberlangsungan kesehatan seseorang. Dalam menunjang kegiatan olahraga, dibutuhkan alat yang dapat memudahkan dan membuat kegiatan olahraga menjadi lebih maksimal. Salah satu alat yang dibutuhkan dalam menunjang kegiatan olahraga adalah sepatu olahraga. Sepatu olahraga adalah salah satu alat yang esensial dan dibutuhkan dalam kegiatan olahraga. Kini pelanggan dapat memilih varian sepatu olahraga yang dibutuhkannya, dengan fitur yang diberikan oleh setiap produsen sepatu olahraga. Kegiatan olahraga merupakan kegiatan yang sangat diminati oleh generasi milenial. Menurut hasil survey yang dilakukan oleh Centre Strategic and International Studies (CSIS) pada tahun 2017, 30,8 % dari 600 responden yang berada di 34 provinsi dan merupakan generasi milenial memilih olahraga menjadi pilihan nomor 1 untuk menjadi hobi yang diminati. Menurut survey yang dilakukan oleh PT. Frontier, 3 merek sepatu yang sangat dikenal dan diminati masyarakat adalah Adidas, Nike dan Reebok. Di pasar dunia, Nike merupakan perusahaan yang sangat besar dan memiliki nilai perusahaan yang terlampaui jauh dibandingkan para pesaingnya. Namun, di Indonesia sendiri khususnya Semarang, Nike mengalami ketidakstabilan pada pelanggan yang loyal dalam menggunakan sepatu olahraga Nike. Hal tersebut dapat digambarkan oleh Survey Top Brand Index yang dilakukan oleh PT. Frontier.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan peran kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada objek generasi milenial yang menggunakan sepatu olahraga Nike di Semarang. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sejumlah 130 responden yang merupakan pelanggan berumur antara 19-29, menggunakan sepatu Nike selama 1 tahun atau telah membeli produk sepatu olahraga Nike lebih dari 1 kali. Penelitian ini menggunakan metode analisis Structural Equation Model (SEM) dengan Partial Least Square (PLS) sebagai alat pengolahan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Sepatu Olahraga