



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *CELEBRITY*
ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
SEPATU ADIDAS**

SKRIPSI

SATRIA PUTRA SYAHREN 2110111251

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *CELEBRITY*
ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
SEPATU ADIDAS**

SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

SATRIA PUTRA SYAHREN 2110111251

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Satria Putra Syahren

Nim : 2110111251

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 3 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Satria Putra Syahren

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Satria Putra Syahren
Nim : 2110111251
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli
Ulang Produk Sepatu Adidas**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 16/12/2024

Yang Menyertakan,



Satria Putra Syahren

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI
ULANG PRODUK SEPATU ADIDAS

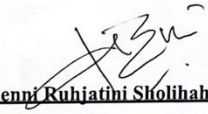
Dipersiapkan dan disusun oleh:

SATRIA PUTRA SYAHREN 2110111251

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 16 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Maria

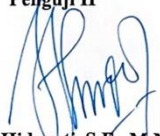
Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA, CWM
Ketua Penguji


Dienni Ruhiatini Sholihah, S.E., M.M
Penguji I


Diana Triwardhani, S.E., M.M., Ph.D
Penguji II



Dr. Jubardah, S.E., M.M
Dekan


Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Desember 2024



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Senin, tanggal 16 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Satria Putra Syahren

No.Pokok Mahasiswa : 2110111251

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu Adidas

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus-*)*

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Ketua	1.
2	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 16 Desember 2024

Mengesahkan

A. ODEKAR

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

The Effect of Product Quality, Brand Image, and Celebrity Endorsement on Repurchase Interest in Adidas Shoe Products

By Satria Putra Syahren

ABSTRACT

This study, entitled "The Influence of Product Quality, Brand Image, and Celebrity Endorsement on Repurchase Intention for Adidas Shoes," seeks to examine the impact of three independent variables on repurchase intention. The independent variables include product quality (X1), brand image (X2), and celebrity endorsement (X3), while the dependent variable is repurchase intention (Y). Utilizing a quantitative approach, the research analyzes data using SmartPLS 4. The sample comprises 100 Generation Z respondents who are Adidas shoe users residing in South Jakarta. The findings reveal that product quality significantly and positively influences repurchase intention, with an original sample value of 0.614, t-statistic (5.573) > t-table (1.984), and a P-Value of 0.000 < 0.005. In contrast, brand image does not exhibit a significant effect, with an original sample value of -0.144, t-statistic (1.663) < t-table (1.984), and a P-Value of 0.096 > 0.005. Celebrity endorsement demonstrates a significant positive impact, with an original sample value of 0.414, t-statistic (4.255) > t-table (1.984), and a P-Value of 0.000 < 0.005. These results suggest that enhancing product quality and adopting effective celebrity endorsement strategies are key to increasing repurchase intention, while additional efforts are needed to leverage brand image within targeted market segments.

Keyword: Product Quality, Brand Image, Celebrity Endorsement, Repurchase Intention

**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Celebrity Endorsement*
Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu Adidas**

Oleh Satria Putra Syahren

ABSTRAK

Penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu Adidas" bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk (X1), citra merek (X2), dan *celebrity endorsement* (X3) terhadap minat beli ulang (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data melalui SmartPLS 4, melibatkan 100 responden Generasi Z pengguna sepatu Adidas di Jakarta Selatan. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang (original sample 0,614; t-hitung 5,573 > t-tabel 1,984; P-Value 0,000 < 0,005). Sebaliknya, citra merek tidak memiliki pengaruh signifikan (original sample -0,144; t-hitung 1,663 < t-tabel 1,984; P-Value 0,096 > 0,005). *Celebrity endorsement* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang (original sample 0,414; t-hitung 4,255 > t-tabel 1,984; P-Value 0,000 < 0,005). Penelitian ini menyarankan bahwa peningkatan kualitas produk dan penerapan strategi *celebrity endorsement* yang efektif harus menjadi prioritas utama untuk meningkatkan minat beli ulang. Sementara itu, citra merek yang telah mapan membutuhkan strategi tambahan untuk memaksimalkan keputusan pembelian ulang di segmen tertentu.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, *Celebrity Endorsement*, Minat Beli Ulang

PRAKATA

penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu Adidas**”

Adapun skripsi dibuat sebagai syarat mencapai gelar sarjana pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan. Pihak tersebut diantaranya:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan izin untuk penulisan penelitian.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan arahan dalam penyusunan penelitian.
3. Siti Hidayati, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah memberikan arahan dan dukungan.
4. Diana Tri Wardhani S.E., M.M., PhD selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, serta masukan yang bermanfaat kepada penulis selama menyusun penelitian.
5. Tri Siswantini S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang memberikan arahan terkait proses akademik terhadap penulis.
6. Kedua orang tua, kakak, adik, dan keluarga besar penulis yang memberikan semangat serta dukungan.
7. Farrel, Nadhif, Fedro, Fadli, Leonardo, Hasan, Fattan, Wisal, Royan, Fadjri, Sabina, Vannia, Mercy, Nadila, Amta, Astrid, Deva, Zahra, Euginia, Karimah, Keyshia, Shafa dan teman teman tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah menjadi pendengar dan pendorong semangat.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna menjadikan penelitian ini lebih baik lagi. Adapun harapan penulis, semoga penelitian ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta,



Satria Putra Syahren

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	III
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	IV
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	V
LEMBAR BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	VI
ABSTRACT.....	VII
ABSTRAK	VIII
PRAKATA.....	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Minat Beli Ulang.....	10
2.1.4 Kualitas Produk.....	13
2.1.5 Citra Merek	16
2.1.6 <i>Celebrity Endorsement</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Model Penelitian	31
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	31
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.3.3 Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.4 Hipotesis.....	33
 BAB III METODE PENELITIAN	 34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1 Definisi Operasional.....	34
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	35
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	36

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Jenis Data	38
3.3.2 Sumber Data.....	38
3.3.3 Pengumpulan Data	39
3.4 Teknik Analisis Data.....	40
3.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif	40
3.4.2 Teknik Analisis Inferensial	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	51
4.2.1 Deskripsi Data Responden	51
4.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	55
4.3 Analisis Data Inferensial	62
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	68
4.4 Uji Hipotesis	70
4.5 Pembahasan.....	72
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	72
4.5.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	73
4.5.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	78
5.3 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 3. Skala Likert	39
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	39
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks Responden	42
Tabel 6. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli Ulang (Y)	56
Tabel 7. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1)	58
Tabel 8. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X2)	59
Tabel 9. Nilai Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Celebrity Endorsement (X3)	61
Tabel 10. Nilai Outer Loading	63
Tabel 11. Cross Loading	65
Tabel 12. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
Tabel 13. Composite Reliability	67
Tabel 14. <i>Cronbach's Alpha</i>	68
Tabel 15. <i>R-Square</i>	69
Tabel 16. Q-Square	70
Tabel 17. Uji Bootstrapping.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top Brand Index 2024 Merek Sepatu	2
Gambar 2. Grafik Top Brand Index Adidas.....	3
Gambar 3. Adidas Adizero Adios Pro 3.....	4
Gambar 4. Data Konsumsi Gen Z terhadap Fashion.....	37
Gambar 5. Langkah-Langkah Analisis PLS	43
Gambar 6. Inner Model	44
Gambar 7. Outer Model	44
Gambar 8. Konstruksi Diagram Jalur.....	45
Gambar 9. Logo Adidas	50
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili dan Aktivitas	54
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Gambar 14. Hasil Uji Outer Model.....	62
Gambar 15. Inner Model	69

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 2. Tabulasi Data
- LAMPIRAN 3. Deskripsi Data Responden
- LAMPIRAN 4. Analisis Data Deskriptif
- LAMPIRAN 5. Output Outer Model Smart PLS 4.0
- LAMPIRAN 6. Output Inner Model Smart PLS 4.0
- LAMPIRAN 7. Output Analisis Data Smart PLS 4.0
- LAMPIRAN 8. T-Tabel