

**PENGARUH DESAIN DAN FITUR PRODUK SEPATU NIKE
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA
PADA MINAT BELI ULANG**

***THE INFLUENCE OF DESIGN AND FEATURES PRODUCT OF
NIKE SHOES ON CONSUMER SATISFACTION AND IT'S
IMPACTION ON REPURCHASE INTEREST***

Oleh :

**Hernandez Christoper Bokau
2016410133**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMAPERSADA
JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hernandez Christopher Bokau

NIM : 2016410133

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul : Pengaruh Desain dan Fitur Produk Sepatu Nike Terhadap
Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Minat Beli
Ulang

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dalam sidang Ujian
Skripsi Sarjana tanggal.....

Jakarta, Juli 2021

Mengetahui,

Menyetujui,

Dian Anggraeny Rahim, SE.,M.Si

Ketua Jurusan Manajemen

Melani Quintania, SE.,M.Pd.

Dosen Pembimbing

**PENGARUH DESAIN DAN FITUR PRODUK SEPATU NIKE
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA
PADA MINAT BELI ULANG**

***THE INFLUENCE OF DESIGN AND FEATURES PRODUCT OF
NIKE SHOES ON CONSUMER SATISFACTION AND IT'S
IMPACTION ON REPURCHASE INTEREST***

Oleh :

**Hernandez Christopher Bokau
2016410133**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal

Seperti tertera dibawah ini
Jakarta,.....

Dian Anggraeny Rahim, SE.,M.Si
Pembimbing

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Mu'man Nuryana Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggraeny Rahim, SE.,M.Si
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hernandez Christopher Bokau

NIM : 2016410133

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ Desain dan Fitur Produk Sepatu Nike Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang” yang dibimbing oleh Ibu Melani Quintania, SE.,MPd. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan

Hernandez Chrstopher Bokau

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain dan Fitur Produk Sepatu Nike Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form kepada 100 responden yang merupakan konsumen sepatu Nike yang minimal melakukan pembelian 2 kali dalam 6 bulan terakhir, berusia diatas 15 tahun, dan berdomisili di Jabodetabek. Teknik sampel yang di gunakan adalah *purposive sampling*, kemudian dilakukan uji analisis menggunakan *Path Analysis*. Uji F, Uji T dan Uji analisis koefisien (R^2) dilakukan sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis Path Analysis dan diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1.) Desain(X1) dan Fitur(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen(Z), 2.) Desain(X1) dan Fitur(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang(Y), 3.) Kepuasan Konsumen(Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang(Y), dan 4.) Desain(X1) dan Fitur(X2) tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap Minat Beli Ulang(Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).

Kata Kunci : Desain, Fitur, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product design and features on Nike shoes on consumer satisfaction and their impact on repurchase intention. Data collection was carried out by distributing questionnaires via google form to 100 respondents who were Nike shoes consumers who had made a minimum of 2 purchases in the last 6 months, were over 15 years old, and domiciled in Greater Jakarta. The sampling technique used is purposive sampling, then the analysis test is carried out using Path Analysis. The F test, T test and coefficient analysis test (R²) were carried out as statistical requirements that must be met in conducting Path Analysis analysis and processed using SPSS version 25. The results showed that 1.) Design (X1) and Features (X2) had a positive and positive effect. Significantly on Consumer Satisfaction (Z), 2.) Design (X1) and Features (X2) have a positive and significant effect on Repurchase Intention (Y), 3.) Consumer Satisfaction (Z) has a positive and significant effect on Repurchase Intention (Y), and 4.) Design (X1) and Features (X2) does not have an indirect effect on Repurchase Interest (Y) through Consumer Satisfaction (Z).

Keywords: Design, Features, Consumer Satisfaction, Repurchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang dengan segala saya berkat dan tuntunan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan skripsi manajemen pemasaran yang berjudul **“PENGARUH DESAIN DAN FITUR PRODUK SEPATU NIKE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI ULANG”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan laporan skripsi ini tak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dan doa yang dipanjatkan untuk penulis dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Tuhan Yesus Kristus yang atas segala berkat, tuntunan, kesempatan dan kekuatan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, kakak, dan juga saudara lainnya yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan membantu dan meluangkan waktunya memberikan bimbingan dan tuntunannya dalam penyusunan laporan skripsi ini.
4. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.d Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Ibu Melani Quintania, SE.,MPd selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama masa pendidikan di tingkat Sarjana.

7. Untuk sahabat saya Arthur, Bryan, Gerry, Fio, Bungsu, Faisal, Jovan, Ijal yang selama ini telah bersama-sama berjuang selama perkuliahan menjalani semua bersama dan selalu mendoakan.
8. Untuk Natalia yang telah menemani dan mendukung penulis untuk benar – benar menyelesaikan skripsi ini dalam kondisi apapun, serta memberikan pengertian dan perhatian terhadap penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Untuk teman-teman yang berjuang untuk skripsi satu bimbingan, terimakasih untuk Puci, Sasmitha, Rayhan, Friskila, Aisyah, Monic dan Rejot yang sudah membantu.
10. Untuk teman-teman anggota UKM Bola Basket UNSADA, Enop dan Kimei yang telah berjuang bersama dan memberi motivasi satu sama lain.
11. Kepada semua mahasiswa angkatan 2016 Jurusan Manajemen UNSADA yang membantu secara tidak langsung agar penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, penulis berharap Tuhan Yesus Kristus berkenan membalas segala kebaikan dan memberikan berkat yang sama kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala bentuk. Penulis berharap proposal skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS	12
2.1 Manajemen Pemasaran	12
2.2 Desain Produk.....	13
2.2.1 Fungsi Desain produk.....	14
2.2.2 Dimensi Desain Produk.....	14
2.3 Fitur Produk.....	15
2.3.1 Indikator Fitur.....	16
2.4 Kepuasan Konsumen	17
2.4.1 Dimensi Kepuasan Konsumen	18
2.5 Minat Beli Ulang	19
2.5.1 Indikator Minat Beli Ulang	20
2.6 Penelitian Terdahulu.....	21
2.6 Kerangka Pemikiran	24
2.8 Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Metode yang digunakan.....	27
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	27
3.3 Sumber Data dan Sumber Penentuan Data.....	32
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	32
3.3.2 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.3 Cara Penentuan Data.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Rencana Analisis dan Uji Hipotesis.....	37
3.5.1 Uji Keabsahan Data.....	37
3.6 Alat Analisis yang Digunakan.....	40
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMABAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.2 Jumlah Responden Yang Mengembalikan Kuesioner.....	47
4.3 Hasil Penelitian Karakteristik/ Profil Responden.....	47
4.3.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.3.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.3.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	50
4.4.1 Desain Produk.....	50
4.4.2 Fitur Produk.....	57
4.4.3 Kepuasan Konsumen.....	60
4.4.4 Minat Beli Ulang.....	69
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76
4.5.1 Hasil Uji Validitas.....	76
4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
4.6 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	78
4.6.1 Pengujian Hipotesis H_1	78
4.6.1.1 Uji Pengaruh Sub Struktur I Parsial.....	78
4.6.1.2 Uji Pengaruh Sub Struktur I Simultan.....	80
4.6.1.3 Kelayakan Model Regresi Sub Struktur I.....	81

4.6.2 Pengujian Hipotesis H_2 dan H_3	82
<u>4.6.2.1 Uji Pengaruh Sub Struktur II Parsial</u>	82
<u>4.6.2.2 Uji Pengaruh Sub Struktur II Simultan</u>	85
<u>4.6.2.3 Kelayakan Model Regresi Sub Struktur II</u>	85
4.6.3 Pengujian Hipotesis H_4	86
<u>4.6.3.1 Pengaruh Desain dan Fitur Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen</u>	87
4.6.4 Diagram Jalur Model Path Analysis Perantara.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	96

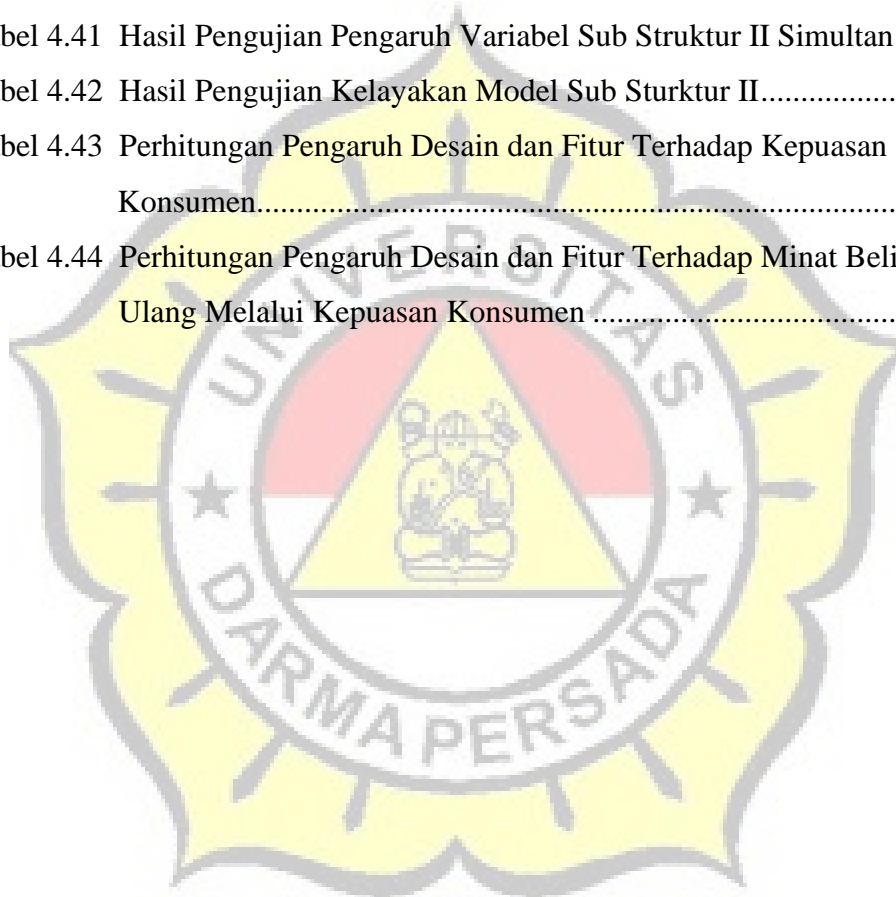


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Sepatu Olahraga Tahun 2018, 2019, 2020.....	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 4.1 Jumlah Responden yang Mengembalikan Kuesioner	47
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.5 Produk sepatu Nike menawarkan berbagai bentuk desain.....	50
Tabel 4.6 Produk sepatu Nike menyediakan warna, dan ukuran yang berbeda	51
Tabel 4.7 Produk sepatu Nike memberikan mutu kualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.....	52
Tabel 4.8 Mutu kualitas sepatu Nike mampu memberikan manfaat dan kepuasan kepada konsumen	53
Tabel 4.9 Sepatu Nike memiliki daya tahan yang baik.....	54
Tabel 4.10 Daya tahan sepatu Nike dapat menyaingi merek pesaing lain..	54
Tabel 4.11 Sepatu Nike memiliki model yang up to date	55
Tabel 4.12 Model sepatu Nike lebih unggul dari merek pesaing lain.....	56
Tabel 4.13 Fitur sepatu Nike dapat menunjang performa produk saat digunakan	57
Tabel 4.14 Sepatu Nike memiliki fitur yang sesuai dengan kegunaan produk dan keinginan konsumen	58
Tabel 4.15 Fitur pada sepatu Nike merupakan hal penting sebagai pelengkap produk	59
Tabel 4.16 Fitur sepatu Nike meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk.....	60
Tabel 4.17 Konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk sepatu Nike	61

Tabel 4.18	Konsumen membeli ulang produk sepatu Nike karena merasa puas	62
Tabel 4.19	Konsumen membeli sepatu yang ditawarkan Nike karena memiliki pengalaman yang baik atas produk Nike	62
Tabel 4.20	Konsumen membeli sepatu yang ditawarkan Nike karena memiliki pengalaman buruk dengan produk lain.....	63
Tabel 4.21	Konsumen sepatu Nike merekomendasikan sepatu Nike kepada kerabat ataupun keluarga	64
Tabel 4.22	Konsumen mengatakan hal - hal baik mengenai sepatu Nike kepada kerabat.....	65
Tabel 4.23	Konsumen bersedia membeli sepatu Nike dengan harga yang lebih dari merek lain	66
Tabel 4.24	Harga sepatu Nike sesuai dengan kualitas yang di tawarkan....	67
Tabel 4.25	Konsumen banyak memberi masukan mengenai sepatu Nike..	67
Tabel 4.26	Masukan dari konsumen sesuai dengan keinginan konsumen..	68
Tabel 4.27	Konsumen sepatu Nike tertarik membeli kembali produk sepatu Nike.....	69
Tabel 4.28	Produk sepatu Nike banyak laku terjual di pasar	70
Tabel 4.29	Konsumen mereferensikan produk sepatu Nike kepada orang sekitarnya setelah menggunakan produk	71
Tabel 4.30	Konsumen terdorong mereferensikan kualitas produk sepatu Nike kepada orang lain	72
Tabel 4.31	Konsumen lebih memilih sepatu Nike dibandingkan merek pesaing lainnya.....	73
Tabel 4.32	Sepatu Nike merupakan pilihan utama konsumen dalam membeli sepatu olahraga.....	73
Tabel 4.33	Konsumen selalu mencari informasi mengenai kelebihan sepatu Nike dari merek pesaing lainnya.....	74
Tabel 4.34	Konsumen selalu mencari informasi terbaru tentang sepatu Nike	75
Tabel 4.35	Validitas Variabel Desain Produk, Fitur Produk, Kepuasan	

Konsumen, dan Minat Beli Ulang.....	76
Tabel 4.36 Reliabilitas Variabel Desain Produk, Fitur Produk, Kepuasan Konsumen, dan Minat Beli Ulang.....	78
Tabel 4.37 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Sub Struktur I.....	79
Tabel 4.38 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Sub Struktur I.....	80
Tabel 4.39 Hasil Pengujian Kelayakan Model Sub Struktur I.....	81
Tabel 4.40 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Sub Struktur II	83
Tabel 4.41 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Sub Struktur II Simultan..	85
Tabel 4.42 Hasil Pengujian Kelayakan Model Sub Struktur II.....	86
Tabel 4.43 Perhitungan Pengaruh Desain dan Fitur Terhadap Kepuasan Konsumen.....	87
Tabel 4.44 Perhitungan Pengaruh Desain dan Fitur Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	87



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Logo Nike	2
Gambar 1.2 Sepatu Nike <i>Air Max 1 Quick Strike Fourth</i> Edisi Spesial	6
Gambar 1.3 Desain Sol Sepatu Nike Yang Menyerupai Tulisan “Allah” ...	7
Gambar 1.4 Kerusakan Sepatu Nike PG 2.5 Milik Zion Williamson	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur	42
Gambar 4.1 Logo Nike	45
Gambar 4.2 Model Diagram Jalur (Path Analysis)	89

