

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPATU ADIDAS
DENGAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN**

Emerik Stefanus Kelni
Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh secara langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sepatu Adidas, 2) pengaruh secara langsung harga terhadap loyalitas pelanggan sepatu Adidas, 3) pengaruh secara langsung citra merek terhadap loyalitas pelanggan sepatu Adidas, 4) pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan, 5) pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan, 6) pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta dan sampel yang digunakan adalah mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi yang pernah membeli dan menggunakan produk sepatu Adidas. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel yang datanya diperoleh melalui penyebaran kuesioner *online* dalam bentuk *Google Form*. Teknik analisis data menggunakan perangkat lunak *Partial Least Square*, yaitu *SmartPLS3*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, 2) harga secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, 3) citra merek secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, 4) kepuasan pelanggan memediasi penuh (*indirect only mediation-full mediation*) pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, 5) kepuasan pelanggan memediasi sebagian (*complementary partial mediation*) pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, 6) kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan (*direct only- no mediation*).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan, dan
Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND
IMAGE ON ADIDAS SHOE CUSTOMER LOYALTY MEDIATED
BY CUSTOMER SATISFACTION**

Emerik Stefanus Kelni
Management Study Program, Faculty of Business and Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2026

The study aims to examine: 1) the direct influence of product quality on customer loyalty of Adidas shoes, 2) the direct influence of price on customer loyalty of Adidas shoes, 3) the direct influence of brand image on customer loyalty of Adidas shoes, 4) the influence of product quality on customer loyalty as mediated by customer satisfaction, 5) the direct of price on customer loyalty mediated of customer satisfaction, 6) the influence of brand image on customer loyalty mediated by customer satisfaction. In this study, the population taken was students of Sanata Dharma University in Yogyakarta and the sample used was students of the Faculty of Business and Economics bought and used Adidas shoe products. The sampling technique uses nonprobability sampling with purposive sampling. This study used 100 respondents as a sample whose data was obtained through the distribution of an online questionnaire in the form of a Google Form. The data analysis technique uses Partial Least Square software, namely SmartPLS3. The results of this study show that: 1) product quality directly affects customer loyalty, 2) price directly affects customer loyalty, 3) brand image directly affects customer loyalty, 4) customer satisfaction fully mediates the effect of product quality on customer loyalty, 5) customer satisfaction partially mediates the effect of price on customer loyalty (complementary partial mediation), 6) customer satisfaction does not mediate the influence of brand image on customer loyalty (direct only-no mediation).

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction