

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK  
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MEREK PADA SEPATU SKECHERS DI KOTA PALEMBANG**



**Disusun Oleh :**

**Devin Orlando Sugianto**

**2024200059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
PALEMBANG  
2024**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Multi Data Palembang**

---

---

Program Studi Manajemen  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Gasal Tahun 2024/2025

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA  
SEPATU SKECHERS DI KOTA PALEMBANG**

**Devin Orlando Sugianto**

**2024200059**

**Abstract**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Pada Sepatu Skechers Di Kota Palembang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan skala pengukuran sebelumnya. populasi dalam penelitian ini adalah Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli sepatu Skechers di Kota Palembang dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 320 sampel yang akan dibagikan kepada responden yaitu masyarakat yang pernah membeli sepatu Skechers di Kota Palembang. Sumber data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran angket/kuesioner kepada responden dan data sekunder yang digunakan yaitu berupa profil, sejarah dan struktur organisasi Toko Sepatu Merek Skechers Palembang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis validitas dan. Hasil penelitian ini menunjukkan Variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan, sedangkan variabel independent harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Loyalitas Merek) pada sepatu Skechers di Kota Palembang sedangkan variabel Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (Loyalitas Merek) pada sepatu Skechers di Kota Palembang.

**Kata kunci :** Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

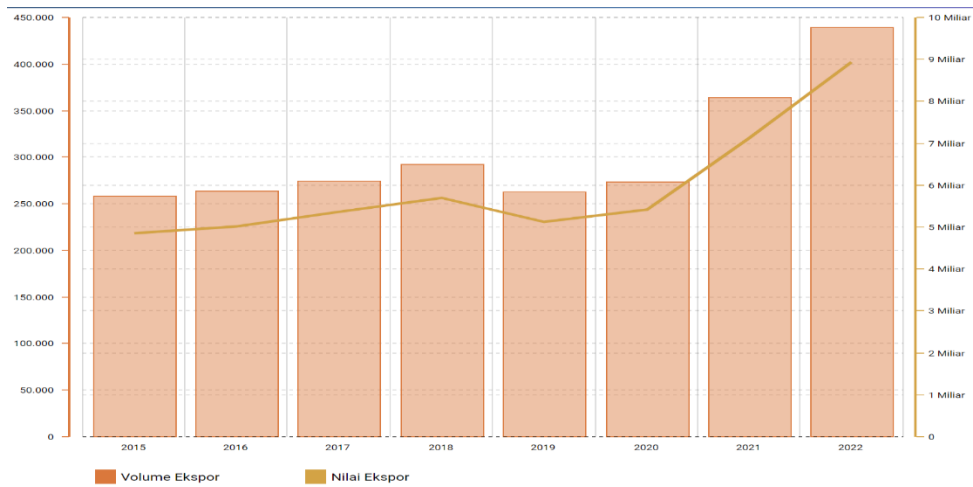
Belakangan ini sektor perekonomian Indonesia semakin berkembang pesat. Perkembangan ditandai dengan banyaknya kuantitas perusahaan baru yang lahir menjadikan persaingan antar pebisnis semakin tajam. Berdasarkan hal itu, perusahaan dituntut untuk dapat berkembang demi mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang. Hal ini dapat terealisasi dengan adanya strategi pemasaran yang tepat dan efisien untuk dapat bersaing. Menurut (Kotler, P dan Amstrong, 2018) strategi pemasaran merupakan suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan budget untuk pemasaran.

Sebagaimana kita ketahui, perusahaan harus bekerja keras untuk menyusun strategi strategis baru dalam memasarkan produk dan jasanya agar dapat bersaing dengan rival yang mampu memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggan. Intinya, ketika jumlah pesaing bertambah, pembeli memiliki lebih banyak pilihan untuk memilih barang yang memenuhi kebutuhan mereka. Akibat pergeseran ini, pembeli menjadi lebih berhati-hati dan berpengetahuan tentang setiap produk baru yang masuk ke pasar.

Industri sepatu merupakan salah satu sektor industri yang memiliki peluang pasar yang paling baik diantara yang lainnya. Hal ini disebabkan karena sepatu tidak hanya diproduksi untuk permintaan dalam negeri, namun juga luar negeri (Dwi, 2017). Jumlah pengguna sepatu cukup besar setiap tahunnya sehingga membuat produsen sepatu semakin banyak memproduksi sepatu kekinian untuk diminati oleh berbagai generasi.

Industri Sepatu di Indonesia merupakan eksportir terbesar kelima di dunia setelah Cina, India, Vietnam dan Brazil dengan saham pada pasar internasional sebesar 4,4%. Sebagai salah satu sektor ekonomi terbesar di Indonesia, sektor ini terbagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu produsen formal (terlisensi) dan informal (tidak berlisensi) yaitu produsen rumahan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya. Pada pelaksanaannya, produsen yang bersifat informal tidak terlalu mengedepankan mengenai aspek-aspek fasilitas yang digunakan. Aspek tersebut berupa lingkungan dan keamanan pekerjaan. Selain itu, produsen informal juga cenderung mempekerjakan karyawan dengan kemampuan yang baik dalam memproduksi sepatu tanpa mementingkan status edukasi dari karyawan tersebut (Paulus, 2019).

Produksi Sepatu di Indonesia tersebar di berbagai daerah pada pulau Jawa dan Sumatra, terutama Jawa Barat, Jawa Timur, dan Sumatra Utara. Sepatu formal biasanya diproduksi di Yogyakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Sumatra Utara. Berikut data ekspor Indonesia pada tahun 2015-2022 :

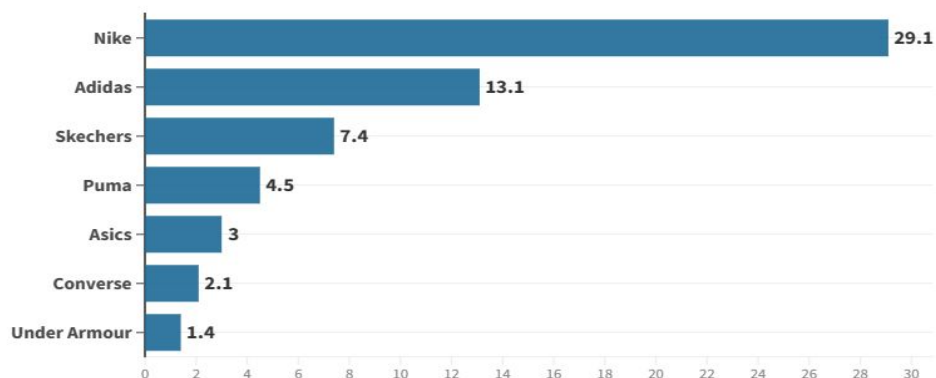


Sumber : Adi Ahdiat

**Gambar 1.1 Volume dan Nilai Ekspor**

Bedasarkan diagram diatas dapat dilihat volume dan nilai ekspor berfluktuatif dari tahun 2015-2022, pada tahun 2019-2020 nilai ekspor sepatu menurun signifikan hal ini disebabkan karena oleh pandemi Covid-19 namun pada tahun 2021-2022 menunjukkan pertumbuhan tren positif pada kegiatan ekspor sepatu di Indonesia.

Salah satu sepatu yang dicari oleh konsumen Indonesia adalah Skechers. Berikut adalah data urutan penjualan merek sepatu di Indonesia tahun 2022.



*Sumber: Statistica*

### **Gambar 1.2 Urutan Penjualan Sepatu di Indonesia**

Dapat dilihat dari gambar di atas, sepatu Skechers meningkat urutan ke tiga penjualan terbanyak. Oleh karena itu penulis memilih objek dalam penelitian ini adalah Toko Sepatu Skechers di Kota Palembang yang memiliki beberapa toko berlokasi di Palembang Square Mall, Palembang Icon Mall, dan Palembang Indah Mall maupun beberapa mitra yang menjadi perpanjangan tangan dalam penjualan produknya. Namun, persaingan industri sepatu lokal di Kota Palembang semakin ketat karena banyaknya merek sepatu lokal yang mulai berkembang seperti Specs, Piero, League, Vantela dan Compass serta marakannya praktik bisnis hasil impor ilegal di tanah air menciptakan polemik baru, salah satunya praktik jual-beli sepatu bekas impor yang menarik banyak audiens/masyarakat yang tertarik untuk membeli sepatu bekas impor yang berdampak pada profit toko sepatu Skechers di Kota Palembang. Maka dari itu, dengan adanya fenomena tersebut Toko Sepatu Skechers di Kota Palembang dapat mempersiapkan strategi dalam memaksimalkan momentum sehingga dapat mencapai profit.

Hal yang tidak mudah bagi toko sepatu Skechers di Kota Palembang mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan ketat. Kondisi ini mengharuskan toko sepatu Skechers di Kota Palembang membuat strategi untuk mempertahankan eksistensi dan menjadi *leader of market* di Kota Palembang. salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah menciptakan loyalitas merek pada konsumen. Menurut Priansa (2017:262) loyalitas merek merupakan ukuran kesetiaan konsumen terhadap

suatu merek dan inti dari *brand equity* yang menjadi gagasan sentral dalam pemasaran karena hal ini merupakan ukuran keterkaitan seorang pelanggan pada sebuah merek. Namun, ini bukanlah tugas mudah mengingat perubahan-perubahan yang terjadi setiap saat baik perubahan diri konsumen, aspek teknologi, sosial, kultural maupun persaingan kompetitor. Menurut Priansa (2017) Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas merek terdiri dari sejumlah hal sebagai berikut: harga, citra merek, kualitas produk, pelayanan, kepuasan konsumen, garansi dan kepercayaan merek.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas merek yaitu dengan citra merek. Membangun *brand image* yang kuat menjadi strategi unggul toko sepatu Skechers di Kota Palembang untuk memenangkan persaingan bisnis, untuk dapat membangun *image* yang kuat dibutuhkan strategi yang tepat, waktu yang lama dan biaya yang besar. Menurut Rosalina dalam Indrasari (2019:94) citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat merek tertentu, asosiasi tersebut dengan sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek. Ketika citra merek berhasil dibentuk maka *image* tersebut menjadi aset terhadap *brand* yang akan membentuk loyalitas konsumen.

Loyalitas merek juga dapat dipengaruhi oleh harga, harga mempunyai peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu kegiatan pemasaran yang digunakan sebagai indikator nilai. Harga produk yang ditawarkan pada toko sepatu Skechers di Kota Palembang tergolong terjangkau dengan kualitas



yang ditawarkan. Berikut ini data penawaran harga yang ditawarkan oleh Skechers.

**Tabel 1.1 Harga Produk Skechers**

NO	NAMA BARANG	HARGA
	<b>WOMEN</b>	
1	<i>SKECHERS DYNAMIGHT 2.0</i>	Rp599,000
2	<i>SKECHERS D'LUX FITNESS</i>	Rp599,500
3	<i>SKECHERS VIRTUE</i>	Rp719,200
4	<i>SKECHERS SKECH-LITE PRO</i>	Rp859,000
5	<i>SKECHERS BOBS SPORT SPARROW 2.0</i>	Rp899,000
6	<i>SKECHERS D'LUX WALKER</i>	Rp999,000
7	<i>SKECHERS GO WALK ARCH FIT</i>	Rp1,099,000
8	<i>SNEAKERS UNO WOMEN'S SNEAKER</i>	Rp1,199,000
9	<i>SKECHER UNO WOMEN'S LEISURE SHOES</i>	Rp1,199,000
10	<i>SKECHERS GO RUN SPEED BEAST</i>	Rp2,639,200
	<b>MEN</b>	
1	<i>SKECHERS PLACER</i>	Rp639,200
2	<i>SKECHERS SUMMIT MEN'S SNEAKER</i>	Rp799,000
3	<i>SKECHERS ARCH FIT INFINITY</i>	Rp1,049,300
4	<i>SKECHERS KOOPA</i>	Rp1,099,000
5	<i>SKECHERS ALPHA CUP</i>	Rp1,599,000
6	<i>SKECHERS MAX PROTECT</i>	Rp1,799,000
7	<i>SKECHERS GO WALK DISTANCE</i>	Rp1,999,000
8	<i>SKECHERS GO WALK WORKOUT</i>	Rp2,099,000
9	<i>SKECHERS GO WALK DISTANCE WORKER</i>	Rp2,499,000
10	<i>SKECHERS GO RUN SPEED BEAST</i>	Rp3,499,000
	<b>KIDS</b>	
1	<i>SKECHERS FOAMIES GUZMAN</i>	Rp367,200
2	<i>SKECHERS TWINKLE ICE GIRL'S LEISURE SHOES</i>	Rp391,300
3	<i>SKECHERS DYNAMATIC GIRL'S SHOES</i>	Rp399,000
4	<i>SKECHERS BOUNDER BOY'S LEISURE SHOES</i>	Rp499,000
5	<i>SKECHERS DEPTH CHARGE 2.0</i>	Rp527,200
6	<i>SKECHERS TRI-NAMICS BOY'S SHOES</i>	Rp559,000
7	<i>SKECHERS LIGHT STORM 2.0</i>	Rp659,000
8	<i>SKECHERS SHUFFLE BRIGHT</i>	Rp699,000
9	<i>SKECHERS JUMPSTERS 2.0</i>	Rp759,000
10	<i>SKECHERS UNO BOYS</i>	Rp759,000
11	<i>SKECHERS SKECH-AIR ADVENTURE</i>	Rp759,000

Sumber: Skechers.id

Menurut Peter & Olson dalam Firmansyah (2019:129) harga merupakan sesuatu yang harus diberikan konsumen untuk membeli barang atau jasa. Apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat yang diterima maka konsumen akan beralih ke merek lain.

Faktor lain yang menentukan loyalitas merek adalah kualitas produk, kriteria kualitas dan orisinalitas suatu produk atau merek dapat disepsifikasikan dengan merek lain termasuk pesaing dengan mempengaruhi keputusan pembelian untuk mengakuisisi suatu merek. Sepatu merek Skechers memakai bahan-bahan mesh, karet hingga busa sintesis yang membuat sepatu terasa lebih empuk, lentur, ringan dan punya sirkulasi udara serta berkualitas. Menurut Kotler dan Keller Dalam Arfah (2022:37) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif akan memiliki loyalitas merek yang tinggi.

Selanjutnya faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas merek ialah kepercayaan merek. Kepercayaan yang diberikan konsumen kepada merek merupakan suatu aset bagi perusahaan karena apabila konsumen sudah mempunyai kepercayaan tersebut maka konsumen akan yakin membeli lagi suatu produk pada merek tersebut. Sepatu merek Skechers memiliki merupakan produk dari perusahaan *lifestyle* dan olahraga untuk alas kaki dari amerika menjadi merek alas kaki atletik terbesar ketiga di Amerika Serikat sehingga memiliki reputasi yang bagus yang sangat berkaitan dengan

kepercayaan konsumen. Kepercayaan yang diberikan konsumen kepada merek merupakan suatu aset bagi perusahaan karena apabila konsumen sudah mempunyai kepercayaan tersebut maka konsumen akan yakin membeli lagi suatu produk pada merek tersebut. Menurut Murthy dalam Firmansyah (2019:141) dari sudut pandang perusahaan, brand trust adalah merek yang berhasil menciptakan *brand experience* yang berkesan dalam diri konsumen yang berkelanjutan dalam jangka panjang, berdasarkan integritas, kejujuran dan kesantunan *brand* tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rollaz Dodo Pamungkas pada tahun 2019 dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek Sepatu Nike di Surabaya", dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yulia Mujiaty, Siti Nurjanah, Deasy Novayanti, Darma Wijaya dan Siti Indah Permatasari pada tahun 2022 dengan judul "Analisa Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Sepatu Sandal Eiger Di Kota Depok", dapat disimpulkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Faris Imanuddin pada tahun 2019 dengan judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Nike di DIY", dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas merek.

Bedasarkan penelitian yang dilakukan oleh M. Ali Murozi pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek dan Dampaknya Pada Niat Pembelian Ulang Sepatu Adidas Di Surabaya”, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas merk.

Bedasarkan penelitian yang di lakukan oleh Sook Fern Yeo, Anushia Chelvarayan, Chew Sze Cheah, Nur Baiti Shafee dan Suet Mui Ng pada tahun 2020 dengan judul “Brand Loyalty on Sports Shoes: A Study of Nike”, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas merk.

Bedasarkan seluruh penjelasan diatas, alas kaki atau *footwear* merupakan salah satu sektor industri yang penting pada masa kini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan fenomena yang terjadi yaitu **"Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek pada Produk Sepatu Skechers di Kota Palembang"**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek secara parsial pada produk sepatu Skechers di kota Palembang?
2. Bagaimana pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek secara simultan pada produk sepatu Skechers di kota Palembang?

## 1.3 Ruang Lingkup penelitian

Dari latar belakang yang telah dibuat diatas, maka ruang lingkup yang akan dibahas oleh peneliti yaitu citra merek, harga, kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek. Objek yang dipilih yaitu produk sepatu Skechers di kota Palembang.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji secara parsial citra merek, harga, kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada produk sepatu Skechers di kota Palembang.
2. Untuk menguji secara simultan citra merek, harga, kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada produk sepatu Skechers di kota Palembang.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah

### **1. Bagi penulis**

Manfaat bagi penulis dari penelitian ini adalah menambah wawasan dan ilmu melalui penelitian yang akan dilakukan. Penulis juga dapat menerapkan hasil pembelajaran yang didapat selama kuliah melalui penelitian ini.

### **2. Bagi Objek Penelitian**

Manfaat bagi objek penelitian adalah sebagai masukan dan wawasan sehingga usaha yang dilakukan dapat lebih maju dan berkembang. Penelitian ini juga dapat membuka pandangan bagi objek terhadap konsumen, serta penyusunan strategi terhadap citra merek, harga, kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Manfaat bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai bahan referensi dan sebagai pembanding dalam penelitian selanjutnya.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

penelitian secara garis besar. Sistematika penulisan ini yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab I penulis akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab II penulis akan membahas mengenai teori-teori yang berperan dalam mendukung proses penelitian dalam menganalisis masalah. Yang akan tercantum antara lain teori Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek

### **BAB III METODE PENELITIAN**

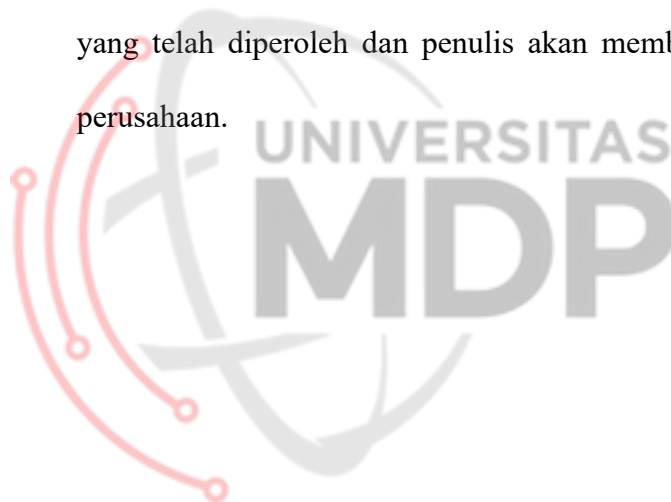
Pada bab III penulis akan menjelaskan pendekatan penelitian objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknis analisis data yang bertujuan agar pihak lain yang membaca dapat mengerti dan memahami bagaimana jalan alur penelitian ini berlangsung.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV akan membahas tentang pengolahan terhadap data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti oleh penulis. Didalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan tentang penelitian.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab V penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan.







## DAFTAR PUSTAKA

- Arfah, Yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Darwin, Muhammad dkk. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Ervina dan Kurniawati (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Peralatan Kebersihan Rumah Tangga Merek X. (2022). *SERINA IV UNTAR* , 703-707.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J (2010). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Texas: Idiana University
- <https://ekonomimanajemen.com/strategi-pemasaran/>
- <https://kemenperin.go.id/artikel/20539/Indonesia-Produsen-Alas-Kaki-Terbesar-Keempat-Di-Dunia>
- <https://cci-indonesia.com/industri-dan-pemasaran-sepatu-di-indonesia-2018>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/17/ekspor-alas-kaki-melesat-pada-2022-cetak-rekor-baru>
- <https://goodstats.id/article/jadi-brand-terlaris-di-dunia-nike-rajai-penjualan-sneakers-global-2022-BD07v>
- Immaduddin, F (2019). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Nike di DIY*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia, 2019).
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniawan, M. *Perancangan sentra industri alas kaki di Kabupaten Mojokerto: Tema arsitektur metafora*. (Disertasi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2015)
- Lindawati, dkk. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek OT Alfa Scorp II Marelan Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 28-36.
- Mujiaty, Y. (2022). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Merek Sepatu Sandal Eiger di Kota Depok*, 4 (6), 12011.
- Murozi, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek dan Dampaknya Pada Niat Pembelian Ulang Sepatu Adidas di Sirabaya*. (Artikel Ilmiah Sarjana, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2019)
- Nuddin, A. K. (2017). Pengaruh Pengalaman Merek, Kepuasan dan Kepercayaan Merek dalam Membangun Loyalitas Merek. *Universitas Islam Indonesia*.
- Pamungkas, R. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Sepatu Nike di Surabaya*, 9 (1), 50.
- Priansa, Donni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Upu, Hamzah. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Yeo, S dkk . (2020). *Brand Loyalty on Sport Shoes: A Study of Nike*, 5 (30), 50.