

**PERAN MEDIASI CITRA MEREK DALAM PENGARUH
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK: STUDI
TENTANG PRODUK SEPATU COMPASS**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat

Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Yohanes Sugiharto

NPM: 210326255

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2026

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERAN MEDIASI CITRA MEREK DALAM PENGARUH
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK: STUDI
TENTANG PRODUK SEPATU COMPASS**



Disusun oleh:
Yohanes Sugiharto
NPM: 210326255

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

12 Mei 2026

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI & DEKAN

Skripsi

**PERAN MEDIASI CITRA MEREK DALAM PENGARUH
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK : STUDI
TENTANG SEPATU COMPASS**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yohanes Sugiharto
NPM: 201326255

**Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
pada Tanggal 11 Juni 2026
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen
(S1) Program Studi Manajemen**

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji



Elisabeth Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Api Adyantari, SA., M.B.A



Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

Yogyakarta, 11 Juni 2026
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN HASIL KARYA ASLI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Peran Mediasi Citra Merek Dalam Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Loyalitas Merek : Studi Tentang Produk Sepatu Compass

Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri. Semua pernyataan, ide, serta kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari karya orang lain telah dicantumkan dengan jelas dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan gelar dan ijazah yang telah saya peroleh serta mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Mei 2026



Yohanes Sugiharto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran Mediasi Citra Merek dalam Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek: Studi pada Produk Sepatu Compass”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak telah memberikan dukungan, bantuan, doa, dan motivasi sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi.

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, atas kasih, penyertaan, dan kekuatan yang senantiasa menyertai sepanjang proses studi hingga terselesaikannya skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan studi Pendidikan sesuai waktunya. Dalam setiap rintangan dan kesulitan, penyertaan Tuhan menjadi sumber kekuatan dan pengharapan yang tak ternilai.
2. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, khususnya Fakultas Bisnis dan Ekonomika, atas kesempatan dan lingkungan akademik yang telah diberikan selama masa studi hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis dapat bertumbuh dan mengembangkan potensi diri, serta menjadi wadah pembelajaran yang menanamkan nilai-nilai unggul, inklusif, dan berintegritas.
3. Kepada Bapak Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc., selaku dosen pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih atas kesabaran, ketulusan, serta waktu yang telah diberikan dalam membimbing, memberikan arahan, dan masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
4. Kepada kedua orang tua tercinta, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Kepada almarhum Heribertus Supardi, terima kasih atas

kasih sayang, didikan, dan nilai-nilai kehidupan yang telah diberikan semasa hidup, yang hingga kini menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan senantiasa memberikan tempat terbaik di sisi-Nya. Kepada Ibu tercinta Elisabeth Suharmi, terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti, serta semangat yang selalu diberikan kepada penulis dalam setiap proses hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Kepada Maria Mahadewi Niken Purwasari, selaku kakak kandung tercinta, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus atas segala kasih sayang, doa, perhatian serta dukungan yang tidak pernah putus. Terima kasih atas setiap bimbingan, arahan, dan pengorbanan yang telah diberikan dengan penuh kesabaran, sehingga penulis dapat bertahan dan sampai pada tahap ini. Kehadiran dan peran kakak menjadi salah satu sumber kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Natalia Sugi Harti, selaku kakak kandung tercinta, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala kasih sayang, perhatian, serta dukungan yang telah diberikan tanpa henti. Terima kasih atas setiap doa, motivasi, dan bantuan yang selalu hadir di setiap proses yang penulis lalui hingga dapat mencapai tahap ini. Kehadiran kakak menjadi salah satu sumber kekuatan dan semangat terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Indra Okta, David Niendrew, Kevin Raja, Catur Arya, Nathaniel Davito, Hisnu Prasetyo dan seluruh teman-teman SC yang sudah banyak memberikan semangat, masukan, dukungan, kesabaran dan, motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih banyak atas kebersamaan serta dukungan yang diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kepada seluruh teman-teman ES Payung 21, yang telah menjadi keluarga kecil bagi penulis selama menjalani masa studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan,

dukungan, serta semangat yang senantiasa diberikan dalam berbagai situasi, sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi.

9. Kepada diri sendiri, penulis mengucapkan terima kasih atas segala usaha, perjuangan, dan ketekunan yang telah dilakukan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah tetap bertahan di setiap proses yang tidak mudah, serta terus berusaha meskipun menghadapi berbagai tantangan. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik dan lebih matang di masa yang akan datang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 12 Mei 2026



Yohanes Sugiharto

HALAMAN MOTTO

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.”

- Filipi 4:13

“Tidak semua orang berada di waktu yang sama, tetapi mereka yang terus melangkah akan menemukan tujuannya”

- Yohan

“Sesuatu yang tidak dipertaruhkan, tidak akan dimenangkan.”

- Sutan Sjahrir

“Belajar dari kegagalan, karena kegagalan itu adalah pelajaran terbaik.”

- John C. Maxwell

“One day I’m gonna grow wings.”

- Radiohead

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA & DEKAN	iii
PERNYATAAN HASIL KARYA ASLI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Loyalitas Merek	10
2.1.2 Pengetahuan Produk.....	11
2.1.3. Citra Merek	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Pengembangan Hipotesis	17
2.3.1. Pengaruh Pengetahuan produk terhadap Citra Merek.....	17
2.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	18
2.3.3 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Loyalitas Merek	19
2.3.4 Peran Mediasi Citra Merek	19
BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN	21

3.1. Jenis Penelitian	21
3.2. Objek Penelitian	21
3.3. Populasi dan Sampel	21
3.3.1. Populasi	21
3.3.2. Metode Pengambilan Sampel	22
3.3.3 Face Validity	23
3.3.4. Jumlah Sampel	23
3.4. Metode Pengumpulan Data	24
3.5. Instrumen Penelitian	24
3.6. Metode Pengujian Instrumen	29
3.6.1. Uji Validitas	29
3.6.2. Uji Reliabilitas	30
3.7. Metode Analisis Data	30
3.7.1. Analisis Deskriptif	30
3.7.2. Pengujian Hipotesis	32
BAB 4	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Profil Responden	35
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk	36
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	36
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.1.6 Kesimpulan Profil Responden	37
4.2 Statistik Deskriptif	37
4.2.1 Hasil Citra Merek	37
4.2.3 Hasil Pengetahuan Produk	40
4.3 Uji Instrumen	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Reliabilitas	47
4.4 Evaluasi Model Struktural	48
4.4.1 R-Square	48
4.5 Uji Hipotesis	49
4.5.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek (BI → BL)	51
4.5.2 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Citra Merek (PK → BI)	51
4.5.3 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek (PK → BL)	52
4.5.4 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek melalui Citra Merek (PK → BI → BL)	52
4.6 Pembahasan	52
4.6.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Citra Merek	52

BAB V.....	56
PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Implikasi Manajerial	56
5.3 Keterbatasan Penelitian	57
5.4 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Defini Oprasional Variabel Inggrsis	26
Tabel 3. 2 Definisi Oprasional Variabel Bahasa Indonesia	27
Tabel 3. 3 Variabel Independen (X) : Pengetahuan Produk.....	28
Tabel 3. 4 Variabel Mediasi (M) : Citra Merek	28
Tabel 3. 5 Variabel Dependensi (Y) : Loyalitas Merek.....	29
Tabel 3. 6 Skala Likert	31
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	35
Tabel 4. 2 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek.....	37
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas Merek.....	39
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Pengetahuan Produk ...	40
Tabel 4. 5 Outer Loading	43
Tabel 4. 6 Average Variance Extracted	44
Tabel 4. 7 Cross Loading	45
Tabel 4. 8 HTMT	46
Tabel 4. 9 Construct Reliability	47
Tabel 4. 10 Nilai R-Square dan Adjusted R-Square	48
Tabel 4. 11 F Square	49
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Hipotesis Direct Effect dan Indirect Effect	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Followers Instagram Compass	3
Gambar 2. 1 Kerangka penelitian.....	20
Gambar 4. 1 Diagram Model SEM-PLS	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan kuisioner.....	62
Lampiran 2 Google Form.....	68
Lampiran 3 Jawaban Pertanyaan.....	74
Lampiran 4 Hasil Olah Data	91
Lampiran 5 Jurnal Utama.....	94

**PERAN MEDIASI CITRA MEREK DALAM PENGARUH
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK: STUDI
TENTANG PRODUK SEPATU COMPASS**

Yohanes Sugiharto

210326255

Pembimbing,

Oscar Chrismadian Noventa, SE., M.Sc.,

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

ABSTRAK

Persaingan industri fesyen, khususnya pada kategori sepatu kasual dan streetwear, mendorong perusahaan untuk membangun loyalitas konsumen melalui citra merek yang kuat dan pemahaman produk yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek dengan Citra Merek sebagai variabel mediasi pada konsumen sepatu Compass. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen sepatu Compass yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan melibatkan 132 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek dan Loyalitas Merek. Selain itu, Citra Merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Citra Merek mampu memediasi pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek secara parsial. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan pengetahuan produk dan citra merek yang positif berperan penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek sepatu Compass.

Kata Kunci: Pengetahuan Produk, Citra Merek, Loyalitas Merek, SEM-PLS, Compass.