

Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Kniel Sports Indonesia

Rosita Dewi Permata Sari¹, Sultan Bhagaskara², Siti Mahmudah³

^{1,2,3}Politeknik NSC Surabaya

dewir3961@gmail.com¹, sultanbhagaskara42@gmail.com², aisyniemahmudah@gmail.com³

ABSTRACT.

This research aims to identify the effect of product quality, product design, and brand image on customer satisfaction of Kniel Sports Indonesia. A quantitative approach was used with a survey method, and data were collected through questionnaires from 100 respondents. Data analysis utilized multiple linear regression to test the influence of product quality, product design, and brand image on customer satisfaction. The results of the study demonstrate that these three variables simultaneously affect customer satisfaction. Meanwhile, partially, product quality and product design influence customer satisfaction, whereas brand image does not affect customer satisfaction. These findings imply that Kniel Sports Indonesia needs to focus on strengthening the brand image while maintaining product quality and design innovation to enhance customer satisfaction and competitiveness in both domestic and international markets.

Keywords: *Product Quality; Product Design; Brand Image; Customer Satisfaction*

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh kualitas produk, desain produk, dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan Kniel Sports Indonesia. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei, dan data dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kualitas produk, desain produk, *brand image* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian membuktikan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sementara secara parsial kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *brand image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa Kniel Sports Indonesia perlu fokus pada memperkuat *brand image* serta tetap menjaga kualitas produk dan inovasi desain untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing di pasar domestik dan internasional.

Kata kunci: *Kualitas Produk; Kualitas Desain; Brand Image; Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Industri mode olahraga di Indonesia berkembang cepat sejalan dengan peningkatan kesadaran gaya hidup sehat di kalangan masyarakat. Hal ini ditunjukkan oleh data pendapatan dari pasar pakaian olahraga di Indonesia terus meningkat (Statistika Market Insights, 2024). Pertumbuhan pendapatan di sektor pakaian olahraga dari tahun 2018 hingga 2023 terus mengalami kenaikan, dengan proyeksi mencapai US \$1.149,00 juta pada tahun 2024. Hal ini disebabkan permintaan pakaian olahraga yang meningkat untuk produk-produk yang tak hanya fungsional tetapi juga stylish dimana pakaian olahraga telah menjadi tren dalam pakaian sehari-hari. Di samping itu, fenomena ini didukung oleh perubahan pola perilaku masyarakat yang semakin memprioritaskan kesehatan dan kebugaran, sebagaimana tercermin dalam survei yang dilaksanakan oleh Kementerian Kesehatan Indonesia pada tahun 2023. Lebih dari 62% responden melaporkan adopsi gaya hidup sehat termasuk partisipasi aktif dalam aktivitas fisik (Kemenkes, 2023). Faktor-faktor lain yang memengaruhi pertumbuhan ini termasuk