

ABSTRAK

Nilai pasar *sneakers* setiap tahunnya mengalami peningkatan secara konsisten yang membuktikan bahwa *sneakers* merupakan industri yang sedang berkembang saat ini. Salah satu jenis *sneakers* yang akan tetap menjadi pilihan utama dan tidak termakan zaman adalah jenis *sneakers Timeless Classic* dan salah satu contoh *sneakers Timeless Classic* adalah *Vans Old Skool*. *Vans Old Skool* merupakan sepatu yang dikenal dengan desain pertamanya yang konsisten dan tidak pernah berubah selama 55 tahun namun tetap diminati oleh konsumen hingga saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh desain produk Sepatu *Vans Old Skool* terhadap respon kognitif dan respon afektif yang akan mempengaruhi loyalitas merek sikap dan loyalitas merek perilaku serta memahami efek moderasi dari keterlibatan produk di hubungan antara desain produk Sepatu *Vans Old Skool* terhadap respon kognitif dan respon afektif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik SEM (*Structured Equation Modelling*). Data penelitian ini diambil melalui kuesioner secara online menggunakan *googleform* kepada 280 responden, lalu data yang terkumpul dianalisis menggunakan *software* statistik SmartPLS 3.2.9. Agar tujuan penelitian tercapai, peneliti menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa di Indonesia yang pernah membeli dan memakai serta berniat untuk membeli kembali Sepatu *Vans Old Skool*.

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Desain Produk Sepatu *Vans Old Skool* secara positif mempengaruhi Respon Kognitif, (2) Desain Produk Sepatu *Vans Old Skool* secara positif mempengaruhi Respon Afektif, (3) Respon Kognitif berpengaruh positif terhadap Loyalitas Merek Sikap, (4) Respon Kognitif berpengaruh positif terhadap Loyalitas Merek Perilaku, (5) Respon Afektif berpengaruh positif terhadap Loyalitas Merek Sikap, (6) Respon Afektif berpengaruh positif terhadap Loyalitas Merek Perilaku, (7) Keterlibatan Produk tidak memoderasi pengaruh Desain Produk Sepatu *Vans Old Skool* pada Respon Kognitif, (8) Keterlibatan Produk tidak memoderasi pengaruh Desain Produk Sepatu *Vans Old Skool* pada Respon Afektif, (9) Desain Produk Sepatu *Vans Old Skool*, Respon Kognitif dan Respon Afektif mempengaruhi Loyalitas Merek Sikap secara simultan, dan (10) Desain Produk Sepatu *Vans Old Skool*, Respon Kognitif dan Respon Afektif mempengaruhi Loyalitas Merek Perilaku secara simultan.

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi para produsen sepatu agar mempertimbangkan desain produk sebagai faktor penting dalam menarik perhatian konsumen.

Kata Kunci: desain produk, keterlibatan produk, loyalitas merek, loyalitas merek perilaku, loyalitas merek sikap, respon afektif, respon kognitif, tanggapan psikologis konsumen.