

PENGARUH PENGALAMAN *CO DESIGN* TERHADAP *LOYALTY* DALAM *MASS CUSTOMIZATION WEBSITE*: STUDI KASUS NIKE BY YOU

ANISA NURMAHARANI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Pengalaman *Co Design* Terhadap *Loyalty* dalam *Mass customization Website*: Studi Kasus Nike by You” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini. Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Anisa Nurmaharani
K1401221095

ABSTRAK

ANISA NURMAHARANI. Pengaruh Pengalaman *Co Design* terhadap *Loyalty* dalam *Mass customization Website*: Studi Kasus Nike By You. Dibimbing oleh POPONG NURHAYATI dan KHAIRIYAH KAMILAH.

Sneakers konsisten menjadi sepatu yang paling diminati dibandingkan jenis sepatu lainnya sehingga mendorong semakin beragamnya merek *sneakers* lokal di Indonesia. Meskipun eksistensi pasar yang jelas dan merek lokal terus bertumbuh, preferensi konsumen masih didominasi merek internasional. Menariknya, tiga merek terfavorit konsumen Indonesia, termasuk Nike, telah lama menerapkan strategi *mass customization*. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengalaman *co design* terhadap loyalitas pengguna dalam menggunakan *mass customization website* milik Nike, yaitu Nike By You. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif SEM-PLS dan pertanyaan terbuka terhadap 100 responden pengguna Nike By You. Hasil menunjukkan bahwa kompleksitas sebagai hambatan berpengaruh negatif signifikan, sedangkan kontrol dan *enjoyment* sebagai manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan *co design*, yang selanjutnya terbukti positif signifikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna *website*. Rekomendasi penelitian menekankan pentingnya merek lokal meminimalisasi fitur kompleks, namun tetap menghadirkan pengalaman kustomisasi yang memberi kontrol dan *enjoyment* bagi pengguna.

Kata kunci: *mass customization*, Nike By You, *sneakers*, *website*, *co design*

ABSTRACT

ANISA NURMAHARANI. The Effect of Co Design Experience on Loyalty in a Mass customization Website: A Case Study of Nike By You. Supervised by POPONG NURHAYATI and KHAIRIYAH KAMILAH.

Sneakers have consistently been the most preferred type of footwear compared to other types of shoes, driving the growing diversity of local sneaker brands in Indonesia. Although the market potential is evident and local brands continue to grow, consumer preferences remain dominated by international brands. Interestingly, the three most preferred brands in Indonesia, including Nike, have adopted mass customization for a considerable period of time. This study aims to analyze the effect of co design experience on user loyalty in Nike's mass customization website, Nike By You. This study uses a quantitative approach with SEM-PLS and open-ended questions involving 100 respondents who have used Nike By You. The results show that complexity has a significant negative effect, while control and enjoyment have significant positive effects on co design satisfaction, which subsequently has a significant positive effect on website user loyalty. This study recommends that local brands minimize complex features while still providing users with control and enjoyment.

Keywords: mass customization, Nike By You, *sneakers*, *website*, *co design*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH PENGALAMAN *CO DESIGN* TERHADAP *LOYALTY* DALAM *MASS CUSTOMIZATION WEBSITE*: STUDI KASUS NIKE BY YOU

ANISA NURMAHARANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Bisnis pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1 Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M.
2 Salsa Dilla, S.E., M.Si., Ph.D.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Pengaruh Pengalaman *Co Design* terhadap *Loyalty* dalam *Mass Customization Website*: Studi Kasus Nike By You

Nama : Anisa Nurmaharani

NIM : K1401221095

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.

Pembimbing 2:

Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi

Dr. Siti Jahroh B.Sc., M.Sc.

NIP 197711262008122001

Tanggal Ujian:
14 Juli 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah yang berjudul "Pengaruh Pengalaman *Co Design Terhadap Loyalty dalam Mass Customizatio Website: Studi Kasus Nike By You*" berhasil diselesaikan. Karya ilmiah ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Sekolah Bisnis (SB) IPB. Tema yang dipilih dalam penelitian pemasaran yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2026 sampai bulan Mei 2026 ini ialah mengenai viral *online marketing* serta *website* loyalty pada *website* kustomisasi, khususnya Nike By You. Penulis menyadari penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak. Maka, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. dan Ibu Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
2. Dosen seminar dan dosen penguji
3. Seluruh dosen Sekolah Bisnis IPB yang telah mendidik dan membimbing serta pihak akademik yang telah membantu penulis selama berkuliah di Sekolah Bisnis IPB.
4. Orang tua dan keluarga penulis, Bapak Atin Nurhidayanto, Ibu Diah Safitri, Adik Fathir Al Amin yang senantiasa memberikan doa dan semangat selama penulis menempuh perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman terdekat saya, Dristandto Adiphrayata yang telah hadir dalam momen suka maupun duka dalam menempuh perkuliahan hingga penulisan skripsi.
6. Sahabat-sahabat penulis selama berkuliah, yaitu Fauziah, Radhwa, Sahna, Hanun, Nisaur, Fadheil, Syahra, Wilda yang telah banyak membantu dan senantiasa memberikan semangat.
7. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan pengalaman untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Anisa Nurmaharani

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Sneakers</i>	7
2.2 <i>Customer perceived value</i>	7
2.3 <i>Mass Customization</i>	8
2.4 <i>Cost–Benefit Perceptions Framework dalam Mass Customization</i>	9
2.5 Konseptualisasi nilai pengalaman <i>co - design</i> pada <i>Mass Customization</i>	10
2.6 <i>Website Mass Customization “Nike By You”</i>	13
2.7 Penelitian Terdahulu	15
2.8 Kerangka Penelitian	19
III. METODE	26
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Teknik Penentuan Responden	27
3.5 Variabel Operasional	27
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	30
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum	34
4.2 Karakteristik Sosio-Demografi Responden	36
4.3 Analisis pengaruh persepsi nilai pengalaman <i>co-design</i> terhadap kepuasan pengalaman <i>co-design</i> serta loyalitas <i>website</i> kustomisasi <i>online Nike By You</i>	38
4.4 Rekomendasi penggunaan <i>website</i> kustomisasi <i>online</i> dalam meningkatkan loyalitas pada <i>website</i> merek <i>sneakers</i> lokal	69
V. SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	87
RIWAYAT HIDUP	93



DAFTAR TABEL

1. Penelitian Terdahulu	16
2. Ukuran Skala <i>Likert</i>	26
3. Variabel Operasional	28
4. <i>Rule Of Thumb Outer Model</i>	31
5. <i>Rule Of Thumb Inner Model</i>	32
6. Karakteristik Sosio-Demografi Responden	37
7. Hasil Uji Validitas Konvergen Model	40
8. Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	42
9. Hasil Uji Fornell Larcker	43
10. Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	43
11. Hasil Uji <i>Cronbach's alpha</i> Dan <i>Composite reliability</i>	44
12. Hasil Uji <i>R-Square</i>	45
13. Nilai <i>F Square</i>	46
14. Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	47
15. Alasan Ketertarikan Dan Harapan Terhadap Implementasi <i>Website</i> Kustomisasi Pada Merek Lokal	59
16. Rekognisi Pengalaman Terhadap <i>Platform</i> Kustomisasi Kompetitor	62
17. Minat Beli Berdasarkan Kesesuaian Preferensi Desain (<i>Preference Fit</i>)	64
18. Ketersediaan Responden Membayar Produk Kustomisasi Dengan Harga Premium	66
19. Rekomendasi Strategis	70

DAFTAR GAMBAR

1. Merek Sneakers Favorit Masyarakat Indonesia	2
2. <i>Website</i> Nike By You	3
3. Kerangka Model Pengaruh Pengalaman <i>Co-design</i> Dalam <i>Online MC</i> Milik Merek Sneakers Converse	11
4. <i>Website</i> Nike By You (Sebelumnya Bernama NIKEID) 1999	13
5. Fitur Kustomisasi Dan Berbagi Desain Pada <i>Website</i> "Nike By You"	15
6. Model Awal Penelitian	22
7. Kerangka Penelitian Operasional	24
8. Model Awal Penelitian "Pengaruh Pengalaman <i>Co-design</i> Terhadap Loyalty Dalam Program <i>Mass customization</i> : Studi Kasus <i>Website</i> Nike By You"	33
9. <i>Website</i> Nike By You (Sebelumnya Bernama NIKEID) Tahun 1999	34
10. Fitur Kustomisasi Dan Berbagi Desain Pada <i>Website</i> "Nike By You"	36
11. Hasil Model Penelitian "Pengaruh Pengalaman <i>Co-design</i> Terhadap Loyalty Dalam Program <i>Mass customization</i> : Studi Kasus <i>Website</i> Nike By You"	39



12. Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman Mendengar Istilah Kustomisasi	53
13. Tanggapan Responden Terhadap Sumber Informasi Dalam Mengenal Istilah Kustomisasi	54
14. Top Of Mind Terhadap Istilah Kustomisasi	55
15. Fitur Favorit Responden Pada <i>Website</i> Nike By You	56
16. Ketertarikan Responden Pada Adopsi <i>Website</i> Kustomisasi	58
17. Pengalaman Responden Terkait <i>Website</i> Kustomisasi Merek Lain	61
18. Preferensi Responden Terhadap Batas Selisih Harga Produk Kustomisasi	68

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner Penelitian	87
2 Tutorial Penggunaan <i>Website</i> Nike By You	92



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.