

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CASUAL ADIDAS
MODEL SAMBA DAN *HANDBALL SPEZIAL* DI SOLORAYA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Surakarta

**Disusun oleh :
HIDAYAT YASI SETIAWAN
21110091**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2025

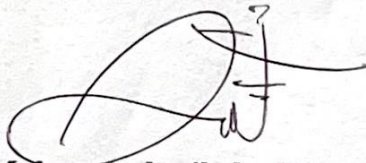
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hidayat Yasi Setiawan
NIM : 21110091
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Sepatu Casual Di Soloraya

Disetujui dan disahkan:

Hari : Kamis
Tanggal : 22 Mei 2025

Pembimbing,



Muhammad syihabuddin, S.Hum., M.M

NIDN. 025677263130313

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.

NIDN. 0606069402

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hidayat Yasi Setiawan
NIM : 21110091
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Sepatu Casual Adidas Model Samba dan *Hanball Spezial* Di Soloraya.

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memeneuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada hari : Senin
Tanggal : 09 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua : Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
Anggota : Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.

tanda tangan

(.....)
(.....)

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NIDN. 0606118902

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CASUAL MODEL SAMBA DAN HANDBALL SPEZIAL DI SOLORAYA

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 9 Juni 2025

Yang memberi pernyataan



Hidayat Yasi Setiawan

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap.”

(Qs. Al-Insyirah:6-8)

“Dan bersabarlah kamu. Sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

(Qs. Ar-Ruum:60)

Berjalan tak seperti rencana adalah jalan yang sudah biasa, dan jalan satu-satunya jalani sebaik-baiknya

(Festivalist-Gas)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah Maryadi dan ibu saya Siti Salamah tercinta yang tanpa lelah sudah mendukung semua keputusan, memberikan semangat dan pilihan dalam hidup saya serta tidak pernah putus mendoakan saya.
2. Adikku, Afif Yasi Nur Latifah yang memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya, tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi untuk saya.
3. Sefiya Hayuningrum, terimakasih telah mendampingi penulis. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan baik tenaga, waktu, pikiran, maupun materi kepada saya dan senantiasa sabar menghadapi saya.
4. Sahabat dari semester satu sampai detik ini Yusuf R yang terus memberikan segala sesuatu yang baik dalam keadaan apapun. Terimakasih selalu memberikan semangat dan memotivasi dalam mengerjakan penelitian ini.
5. Seluruh saudara-saudara Persaudaraan Rumpun Setia Hati yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih atas dukungan dan doa-doa baiknya.

6. Kepada Teman-teman Tampan dan Pemberani yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu per satu. Terimakasih atas bantuan, semangat, dan doa baik yang diberikan kepada peneliti selama ini.
7. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibilang tidak mudah.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Sepatu Casual di Soloraya”. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, kritik, dan saran yang sangat berarti bagi penulis dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. selaku Ketua Program Studi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan saran mengarahkan penulisan penelitian ini hingga selesai.
4. Seluruh bapak ibu dosen yang telah memberikan ilmunya pada perkuliahan Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
5. Kedua Orang tua dan adik saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat baik secara moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman yang telah memberikan bantuan, dukungan, semangat dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang turut memberikan bantuan dalam penyusunan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik dari pembaca agar dapat memperbaiki kekurangan yang ada. Penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan yang menyinggung pihak tertentu. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak dan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Sukoharjo, 26 Mei 2025

Penulis

Hidayat Yasi Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penilitan	7
BAB II.....	9
Landasan Teori.....	9
A. Kajian teori.....	9
B. Penilitan terdahulu	12
C. KERANGKA PIKIR.....	15
D. Hipotesis.....	16
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
A. Objek Penelitian	17
B. Pendekatan dan Jenis penilitan	17
C. Tempat dan Waktu	17

D.	Sumber Data.....	18
E.	Populasi dan Sampel	18
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	20
G.	Definisi Operasional Variabel.....	21
H.	Tenik Analisis Data.....	23
BAB IV		28
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		28
A.	Deskripsi objek penelitian.....	28
B.	Identitas Responden	29
C.	Analisis Data	30
D.	Pembahasan.....	37
BAB V		40
PENUTUP		40
A.	Kesimpulan	40
B.	Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA		42
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan umur	29
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reabilitas	31
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas (<i>Kolmogrov Smirnov Test</i>).....	32
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas	32
Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	34
Tabel 4. 8 Hasil Uji F.....	35
Tabel 4. 9 Hasil Uji t.....	36
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi R^2	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Award.....	4
Gambar 1.2 Databoks.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	15
Gambar 4.1 Uji Heterokedatisitas	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Lampiran 4. Hasil Olah Data

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CASUAL ADIDAS MODEL SAMBA
DAN *HANDBALL SPEZIAL* DI SOLORAYA**

HIDAYAT YASI SETIAWAN

21.11.0091

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Casual Adidas Model Samba Dan *Handball Spezial* Di Soloraya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengolah data primer yang diperoleh dari responden dengan cara mengisi kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa desain dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap pembelian sepatu casual Adidas Model Samba Dan *Handball Spezial* di Soloraya.

Kata kunci : Desain, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PRODUCT DESIGN AND PRODUCT QUALITY ON
PURCHASE DECISIONS FOR ADIDAS CASUAL SHOES, SAMBA MODEL
AND HANDBALL SPEZIAL IN SOLORAYA**

HIDAYAT YASI SETIAWAN

21.11.0091

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Product Design, Product Quality on Purchase Decisions for Adidas Casual Shoes Samba Model and Handball Spezial in Soloraya. This study uses a quantitative method by processing primary data obtained from respondents by filling out a questionnaire. The sample in this study was 97 respondents. Data analysis techniques used in this study are data instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of this study indicate that design and quality have a significant effect on the purchase of Adidas casual shoes Samba Model and Handball Spezial in Soloraya.

Keywords: Design, Product Quality, Purchasing Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi yang semakin maju mempercepat perubahan dalam dunia bisnis. Konsumen menginginkan produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Akibatnya, perusahaan akan menghadapi persaingan yang semakin ketat seiring dengan semakin kompleksnya permintaan konsumen. Terlebih lagi, dalam situasi pemasaran yang semakin kompetitif, kualitas produk semakin berperan besar dalam perkembangan suatu perusahaan. Perusahaan dalam meningkatkan atau memenangkan dalam persaingan bisnisnya harus menampilkan produk terbaik mereka dan dapat memenuhi selera kebutuhan konsumen yang selalu berkembang. Dengan adanya hal tersebut penting bagi perusahaan untuk dapat mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan memahami perilaku konsumen karena hal tersebut akan menentukan pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian suatu merek.

Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri seperti salah satunya sepatu casual. Hal ini disebabkan karena meningkatnya minat masyarakat terhadap sepatu casual merupakan sepatu yang dirancang untuk kenyamanan dan gaya hidup sehari-hari. Dan sepatu yang memiliki design yang lebih santai dan cocok untuk dipakai dalam situasi non formal dan kegiatan sehari-hari lainnya. Ada beberapa sepatu casual yang sangat populer dipasaran seperti Adidas, Ardiles, Converse, Bata, Airwalk, Carvil, Bucherri, Fladeo, Nike, dan Ando untuk bersaing merebut minat konsumen agar membeli produk mereka. Menurut Kotler dan Keller (2012: 25), produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

Kualitas memiliki arti sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Dengan kualitas produk dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk, sehingga tingkat loyalitas konsumen pada produk akan meningkat dengan sendirinya, dan perusahaan mampu mendapat profit atau keuntungan yang besar. Sedangkan kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk lainnya. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk itu sendiri. Menurut Kotler dan Amstrong (2012: 238) definisi dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Umumnya, kualitas produk yang baik akan mampu memberikan rasa puas, sehingga pada akhirnya tingkat loyalitas konsumen pada produk anda akan meningkat dengan sendirinya, dan perusahaan pun mampu mendapatkan profit atau keuntungan yang besar.

Sedangkan desain produk adalah tentang mendesain suatu objek agar memiliki sesuatu nilai tambah dalam berbagai aspek yang berbeda seperti fungsi yang lebih efisien, bentuk yang lebih indah sehingga penggunaan lebih mudah dan nyaman serta tidak sulit perawatannya, kemudian dapat di produksi kembali secara industri dengan lebih efektif, baik dari segi ekonomis maupun teknis, sehingga menguntungkan konsumen dan produsen.

Keputusan pembelian sendiri merupakan proses pengambilan keputusan yang menggabungkan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kenyamanan, pelayanan, dan lain-lain.

Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan membeli produk yang sama berulang kali. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan mengalihkan pembelian ke jenis produk lain. Untuk mencapai kualitas produk

yang diinginkan, diperlukan standar kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan, suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku (Setiadi dalam Sunyoto, 2019:323). Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process (Alma, 2018:96). Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan, dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa.

Pada umumnya perusahaan mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan adanya perbedaan perilaku individu. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memantau perubahan perilaku konsumen, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian ketika memilih produk khususnya merek sepatu.

Adidas Samba dan Adidas *Handball Spezial* adalah dua sepatu legendaris dari Adidas yang memiliki latar belakang berbeda, tetapi keduanya memberikan dampak besar dalam dunia *fashion* dan gaya hidup. Samba diperkenalkan pada tahun 1950 sebagai sepatu sepak bola untuk arena indoor serta permukaan es. Di sisi lain, *Handball Spezial* diluncurkan pada tahun 1979, awalnya dibuat untuk olahraga bola tangan dan akhirnya diadopsi oleh berbagai komunitas subkultur.

Adidas Samba diciptakan pada tahun 1950 sebagai sepatu sepak bola untuk digunakan di arena es dan salju, dilengkapi dengan tiga cangkir hisap di sol luar untuk meningkatkan daya cengkeraman. Samba kemudian menjadi simbol mode yang klasik dan diterima luas oleh beragam subkultur, termasuk Britpop. Samba telah terlibat dalam berbagai kolaborasi dan peluncuran kembali,

semakin menegaskan posisinya sebagai barang fashion yang esensial. Adidas model samba mengusung desain yang abadi, dengan tiga garis khas Adidas dan sol karet yang menawarkan cengkeraman optimal.

Adidas *Handball Spezial* diluncurkan pada tahun 1979, *Handball Spezial* awalnya ditujukan untuk olahraga bola tangan yang sedang pesat berkembang di Eropa. Adidas *Hanball Spezial* Memiliki desain yang lebih ramping dan pas, dengan atas *suede*, komponen penguatan berbentuk seperti huruf T di bagian depan sepatu, dan sol karet. Diakui oleh berbagai komunitas subkultur, termasuk kelompok "*kasual*" di Inggris, dan meraih popularitas di kalangan yang beragam. Dikembangkan untuk memberikan cengkeraman, stabilitas, dan daya tahan yang superior saat digunakan di lapangan dalam ruangan.

Berikut data Top Brand Award 2024 yang menunjukkan Adidas masih menjadi brand dengan penjualan tertinggi:



TOP BRAND AWARD

SEPATU CASUAL		
Brand	TBI	
Adidas	16.80%	TOP
Ardiles	10.50%	TOP
Converse	9.40%	
Bata	7.00%	
Airwalk	6.80%	
Carvil	5.80%	
Bucherri	5.50%	
Fladeo	5.20%	
Nike	4.00%	
Ando	3.70%	

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Gambar 1.1 TOP BRAND AWARD

Pada gambar diatas Adidas menduduki peringkat tertinggi. Adidas merupakan salah satu perusahaan sepatu terbesar di dunia, sangat memahami kegunaan sepatu dalam kehidupan sehari-hari. Adidas didirikan oleh dua bersaudara Adolf dassler dan Rudolph Dassler. Tetapi mereka akhirnya

memiliki jalannya masing-masing setelah perang dunia ke II. Adolf dessler di kenal karena inovasinya dalam mendesain sepatu olahraga yang menggabungkan fungsi dan kenyamanan, serta filosofi ini juga diterapkan pada desain sepatu casual Adidas yang berkembang sampai sekarang ini.



Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia (Februari 2023)

No.	Nama Data	Nilai
1	Adidas	62,4
2	Nike	61,9
3	Converse	45,1
4	Puma	26,8
5	Vans	26,3
6	New Balance	22,6
7	Fila	22,1
8	Ventela	9,3
9	Onitsuka	8,8
10	Compass	5,8

Gambar 1.2 Databoks

Menurut hasil survei Kurious dari Katadata Insight Center (KIC), Adidas merupakan merek sneakers yang paling banyak disukai oleh masyarakat Indonesia dibandingkan merek lainnya. Tercatat, sebanyak 62,4% responden mengaku paling menyukai merek sneakers Adidas. Lalu, posisi kedua diduduki oleh Nike dengan persentase responden yang menyukai merek ini sebanyak 61,9%. Kemudian, Converse menempati peringkat ketiga dengan responden yang menyukai merek sneakers ini sebanyak 45,1%. Di sisi lain, responden yang menyukai Puma, Vans, New Balance, Fila, Vantela, Onitsuka, Compass, dan merek sneakers lainnya lebih sedikit ketimbang tiga merek di atas, seperti terlihat pada grafik.

Selain paling disukai Adidas juga dinobatkan sebagai merek sneakers yang paling populer dan banyak dimiliki konsumen Indonesia. Mayoritas responden memilih merek sneakers karena kenyamanan menggunakannya (81,7%) serta memiliki desain dan warna sepatu yang menarik (68,4%). Di sisi lain, responden yang memilih merek sneakers karena memiliki keluaran terbatas hanya sebagian kecil (1,5%). Kurious-KIC mensurvei 399 responden yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, dengan proporsi responden laki-laki 49,2% dan perempuan 50,8%.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka penelitian ini mencoba menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu casual Adidas, antara lain: desain produk dan kualitas produk sehingga penelitian dapat disampaikan dengan judul “Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan peneliti bahwa pada tahun 2024 sepatu adidas menjadi top brand (penjualan terlaris) sepatu casual berdasarkan *Top Brand Index*. Peningkatan ini diduga karena keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pengaruh desain produk dan kualitas produk. Hal inilah yang mendorong perusahaan-perusahaan produsen lain berlomba-lomba untuk menciptakan keunggulan kompetitif dalam hal desain produk dan kualitas produk untuk memenangkan persaingan pasar. Adidas selaku produsen sepatu termuka di dunia juga memahami akan hal tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan komitmen adidas untuk menciptakan inovasi produk casual yang tidak hanya unggul dalam kualitas produk tetapi juga dalam pemilihan desain yang menarik yang bersaing.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu casual

adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya. Berdasarkan rumusan yang disampaikan, adapun rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya?
3. Apakah desain produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya?

C. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menguji pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial*.
2. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial*.
3. Menguji secara simultan desain produk dan kualitas produk pada keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi akademis

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai desain produk dan kualitas produk keputusan pembelian.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang di dapatkan selama di bangku kuliah

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk.

BAB II

Landasan Teori

A. Kajian teori

1. Desain produk

Menurut Kotler dan Keller (2015: 396) desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi produk cara terlihat, terasa, dan fungsi untuk konsumen. Desain menawarkan manfaat fungsional dan estetika menarik bagi sisi rasional maupun emosional. Parameter adalah Gaya (style) yaitu menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk itu bagi pembeli. Daya tahan (durability) yaitu ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal/berat. Keandalan (reability) yaitu ukuran probabilitas bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam periode waktu tertentu. Mudah di perbaiki (repairability) yaitu ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika produk itu rusak atau gagal.

Berbeda dengan pendapat Taufan Darussalam (2007: 64) mendefinisikan desain merupakan bentuk dari suatu produk yang dilakukan atas dasar pandangan bahwa “bentuk ditentukan oleh fungsi” dimana desain mempunyai kontribusi terhadap manfaat dan sekaligus menjadi daya Tarik produk karena selalu mempertimbangkan faktor-faktor estetika, ergonomis, bahan dan lain-lain.

Menurut Elza (2021) Desain produk adalah peningkatan maupun penyederhanaan. Peningkatan yang dimaksud adalah dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut.

Menurut Azany (2014: 45) desain produk adalah dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan. Peningkatan yang dimaksud yaitu dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar semakin mudah dalam

menggunakan suatu produk. Menurut Azany (2014: 45) Indikator terkait desain produk, yaitu:

1. Variasi desain, desain yang ditawarkan mempunyai banyak ragam atau pilihan
2. Model terbaru, model atau desain akan berganti bentuk, ukuran, dan warna sesuai waktu yang telah ditentukan.
3. Desain mengikuti trend, model atau desain produk mengikuti perkembangan zaman mulai dari warna, bentuk, dan ukuran.

2. Kualitas produk

Menurut Budiyo (2016:490) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Budiyo (2016: 490) menyatakan bahwa indikator kualitas produk yaitu:

1. Keawetan, suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran masa pakai atau daya tahan suatu barang.
2. Keandalan, sesuatu yang berkaitan dengan kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan.
3. Kesesuaian produk, sesuatu yang berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang sudah ditetapkan sebelumnya.
4. Kemudahan dipergunakan dan diperbaiki, suatu karakteristik yang berkaitan dengan kemudahan dan akurasi dalam pemberian layanan untuk perbaikan barang.

Menurut Elza (2021) Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, antara lain: Kinerja, Keistimewaan Tambahan, Keandalan, Konformasi, Daya Tahan, dan Estetika.

3. Keputusan pembelian

Menurut Azany (2014: 17) keputusan pembelian adalah suatu tahapan atau proses dimana pembeli akan benar-benar mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa. Indikator terkait proses keputusan pembelian terhadap 5 tahap yang akan dilalui:

1. Pengenalan masalah, proses pembelian akan diawali dengan pengenalan masalah atau kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen dapat digerakan oleh faktor dari dalam maupun faktor dari luar konsumen.
2. Pencarian informasi, dalam proses ini konsumen akan mencari informasi tentang kebutuhan yang dimilikinya melalui berbagai sumber anatar lain iklan, teman dan sebagainya.
3. Evaluasi alternatif, setelah melakukan pencarian informasi dari berbagai sumber, konsumen akan mempunyai beberapa pilihan alternatif merek atau produk.
4. Keputusan pembelian, pada tahap ini konsumen memungkinkan untuk menentukan minat beli terhadap produk yang disukainya.
5. Perilaku pasca pembelian, pada tahap ini sangat dipengaruhi oleh pengalaman konsumen saat membeli suatu produk dan setelah itu akan mengalai rasa kepuasan atau ketidakpuasan dalam proses pembelian suatu produk.

Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2012:166), proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seseorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan pelayanan dari pemberian jasa dan setelah itu konsumen merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasan, maka dari itu konsep-konsep keputusan pembelian tidak lepas dari konsep kepuasan pelanggan. Secara umum manusia bertindak rasional dan mempertimbangkan segala jenis informasi yang tersedia dan mempertimbangkan segala sesuatu yang mungkin bisa muncul dari tindakannya sebelum melakukan sebuah perilaku tertentu.

B. Penilitan terdahulu

Table 2.1 Penelitian terdahulu

NO	NAMA PENILITI	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	HASL PENELITIAN
1.	(Ridhwan Hadi Fajriyan & Yocki Pramudya Ananda, 2021)	Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada sepatu sepak bola adidas.	X1 Kualitas Produk X2 Harga X3 Desain Y Keputusan Pembelian	Variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Variabel desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2.	(Tabelessy, 2021)	Alisis pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Kota Ambon.	X1 Kualitas Produk X2 Promosi X3 Desain Y Keputusan Pembelian	Kualitas produk, Promosi, dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Kota Ambon.
3.	(Yogi et al., 2023)	Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian.	X1 Kualitas Produk X2 Desain Produk	Kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan

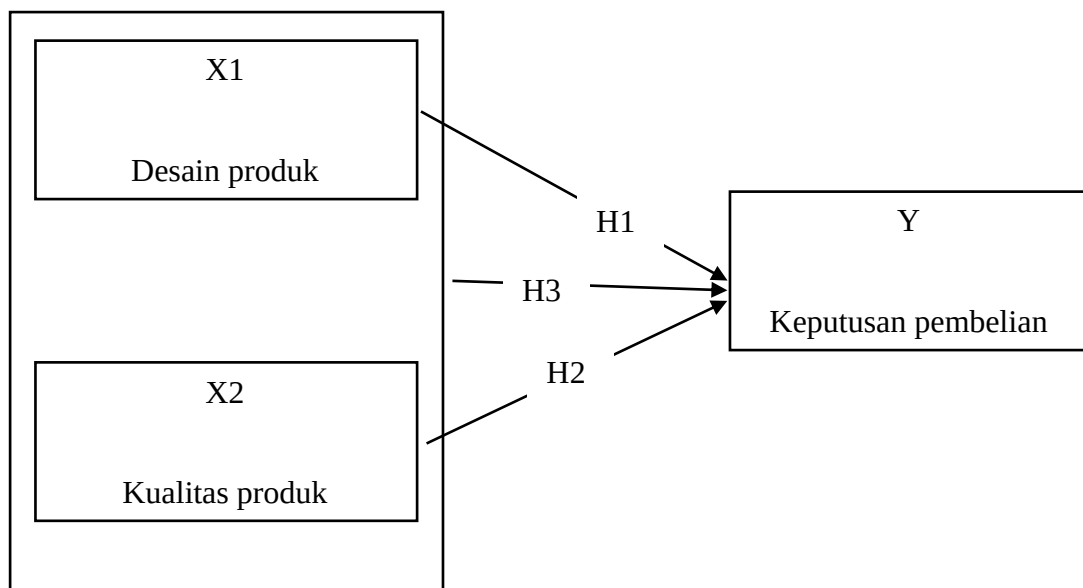
			Y Keputusan Pembelian	pembelian sepeda motor Honda pada kalangan mahasiswa jurusan Manajemen.
4.	(Rehansyah & Simatupang, 2023)	Pengaruh desain produk, citra merk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek adidas (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia)	X1 Desain Produk X2 Citra Merek X3 Gaya Hidup Y Keputusan Pembelian	Desain Produk, Citra Merek, dan Gaya Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Desain produk secara prisial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Citra Merek dan Gaya Hidup secara prisial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
5.	(Hananto, 2021)	Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap	X1 Desain Produk X2 Kualitas Produk	Secara simultan desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh

		keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel	X3 Presepsi Harga Y Keputusan Pembelian	terhadap positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara prisial desain produk dan kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan presepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
--	--	---	--	--

C. KERANGKA PIKIR

Kerangka pikir merupakan gambaran mengenai hubungan antara variabel independen yaitu desain produk dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Kerangka pikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Keterangan:

1. Variabel dependen atau variabel terkait (Y) adalah variabel yang di pengaruhi oleh variabel independen atau variabel bebas. Variabel dependen dalam penilitian ini adalah keputusan pembelian (Y).
2. Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab terjadinya variabel dependen atau variabel terkait. Variabel independen dalam penelitian ini ada dua yaitu:
 - a. Variabel X1 : Desain produk
 - b. Variabel X2 : Kualitas produk

D. Hipotesis

Hipotesis menurut sugiyono (2019: 99), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui data.

Bedasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ridhwan Hadi Fajriyan (2021) yang berjudul “analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu sepak bola adidas”, mengindikasikan bahwa indikator desain produk yang terdiri dari desain bervariasi, karakteristik desain, desain mengikuti *trend*, tahan lama dan *up to date* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Bedasarkan penelitian yang dilakukan oleh Walter Tabelessy (2020) yang berjudul “Analisis pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Kota Ambon”, mengindikasikan bahwa indikator kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di Kota Ambon.

Bedasarkan hubungan antara variabel dalam kerangka pemikiran, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya.
- H2 : Terdapat pengaruh kualitas produk sepatu casual adidas Model Samba dan *Handball Spezial* terhadap keputusan pembelian di Soloraya.
- H3 : Desain produk dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi terhadap pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas di Soloraya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya.
2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya.
3. Desain produk dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial* di Soloraya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Untuk Desain Produk pada sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial*, Adidas bisa untuk memberikan desain yang lebih menarik selain itu bisa untuk melakukan inovasi pada corak desain guna meningkatkan keputusan pembelian.

2. Untuk Kualitas Produk pada sepatu casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial*, Adidas bisa untuk terus melakukan perbaikan terkait kualitas pembelian yang dihasilkan secara konsisten guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan memproduksi barang dengan pemilihan material terbaik agar dapat menghasilkan produk sepatu casual dengan kualitas yang sangat baik sehingga bisa meningkatkan penjualan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah dan memperluas wilayah sampel penelitian dan menambah variabel lain agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Elza, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Toko Friendly Sport Pekanbaru*. 19.
<https://repository.uir.ac.id/10921/%0Ahttps://repository.uir.ac.id/10921/1/165210129.pdf>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)*. PENERBIT DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1(1), 1–10.
<http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK ADIDAS (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 7(2), 20–32. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i2.244>
- Ridhwan Hadi Fajriyan, & Yocki Pramudya Ananda. (2021). Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Adidas. *Jakarta : Universitas Trilogi., 2021*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 89–97.
<https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.274>
- Yogi, S. M. T., Sayang, T. N. L. W., & Nyoman, Y. N. (2023). Pengaruh Kualitas

Produk dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 16–24.
<https://doi.org/10.24929/abhakte.v1i2.3053>

Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa program Strata Satu (S1). Saya Hidayat Yasi Setiawan mahasiswa semester akhir Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Bermaksud untuk melakukan penelitian penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Casual Adidas Model Samba dan *Handball Spezial*”. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi lembar kuesioner yang telah disediakan secara lengkap mengingat kualitas penelitian ini sangat tergantung pada pengisian Bapak/Ibu/Saudara/i. Informasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i akan dijaga kerahasiaannya, dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Untuk mengisi identitas, Bapak/Ibu/Saudara/i cukup mengisi titik-titik dan ceklis pilihan yang telah disediakan.
2. Berilah tanda ceklis (✓) pada kolom sesuai jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap paling tepat dalam pernyataan kuesioner dibawah ini:
 1. STS : Sangat Tidak Setuju
 2. TS : Tidak Setuju
 3. N : Netral
 4. S : Setuju
 5. SS : Sangat Setuju

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

4. Apakah pernah menggunakan sepatu casual dengan model samba dan *handball spezial* : ☐ Ya ☐ Tidak
5. Apakah pernah melakukan pembelian sepatu casual adidas dengan model samba dan *handball spezial* : ☐ Ya ☐ Tidak

B. Data Kuesioner

1. Desain produk

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Desain sepatu casual adidas yang ditawarkan mempunyai model yang bagus dan kekinian.					
2.	Desain sepatu casual adidas yang ditawarkan memiliki kualitas jahitan yang sangat rapi.					
3.	Desain sepatu casual adidas yang ditawarkan mempunyai berbagai macam warna					

2. Kualitas Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk sepatu casual adidas yang ditawarkan jika digunakan terasa ringan					
2.	Produk sepatu casual adidas yang ditawarkan jika di gunakan terasa nyaman.					

3.	Produk sepatu casual adidas yang ditawarkan menggunakan bantalan sepatu yang empuk.					
4.	Produk sepatu casual adidas yang ditawarkan menggunakan lem sepatu yang sangat kuat					
5.	Produk sepatu casual adidas yang ditawarkan memiliki usia pemakaian sepatu yang cukup lama.					

3. Keputusan pembelian

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Keputusan pembelian sepatu casual adidas digunakan untuk kebutuhan yang diinginkan					
2.	Keputusan pembelian sepatu casual adidas melakukan pencarian informasi melalui iklan dan media sosial					
3.	Keputusan pembelian sepatu casual adidas melakukan berbagai survey untuk mencoba					

	membandingkan dengan merek sepatu yang lain					
4.	Keputusan pembelian sepatu casual adidas memiliki beragam manfaat produk yang sesuai keinginan					
5.	Keputusan pembelian sepatu casual adidas yang selalu melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut					