



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK CONVERSE DI SPORTS STATION BSD PLAZA
SERPONG TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

Ahmad Naufal Ridha

1402015020

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2018



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK CONVERSE DI SPORTS STATION BSD PLAZA
SERPONG TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

Ahmad Naufal Ridha

1402015020

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE DI SPORTS STATION BSD PLAZA SERPONG TANGERANG SELATAN”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan, serta keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 5 Juni 2018
Yang Menyatakan,



(Ahmad Naufal Ridha)
1402015020

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE DI SPORTS STATION BSD PLAZA SERPONG TANGERANG SELATAN

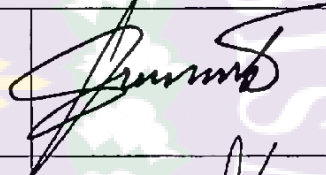

NAMA : AHMAD NAUFAL RIDHA

NIM : 1402015020

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

TAHUN AKADEMIK : 2018

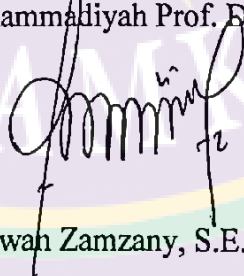
Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Sunarta S.E., M.M	
Pembimbing II	Drs. Bambang Sumaryanto., M.M	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

16/11/18



Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE
DI SPORTS STATION BSD PLAZA SERPONG TANGERANG SELATAN**

yang disusun oleh:
Ahmad Naufal Ridha
1402015020

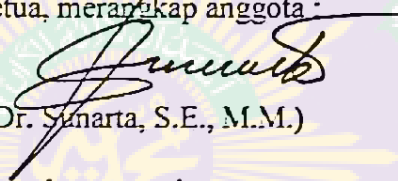
telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA


Pada tanggal :01 Desember 2018

Tim Penguji:

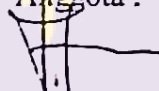
Ketua, merangkap anggota :


(Dr. Sanarta, S.E., M.M.)

Sekretaris, merangkap anggota :

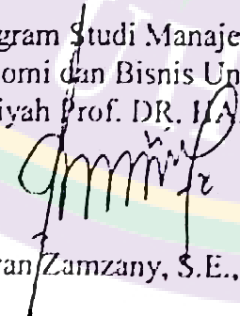

(Tuti Setyowati, S.E., M.M.)

Anggota :

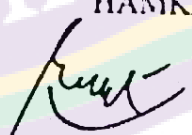

(Dr., Sintha Wahjusaputri, M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Faizal Ridwan/Zamzany, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.
HAMKA


Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Naufal Ridha
NIM : 1402015020
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE DI SPORTS STATION BSD PLAZA SERPONG TANGERANG SELATAN”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 2018
Yang Menyatakan,


(Ahmad Naufal Ridha)

ABSTRAK

Ahmad Naufal Ridha (1402015020)

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE DI SPORTS STATION BSD PLAZA SERPONG TANGERANG SELATAN

Skripsi, Program Strata Satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2018. Jakarta

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Desain Produk dan Keputusan Pembelian.

Dalam penelitian ini digunakan metode *survey*, yaitu untuk menjelaskan pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas produk, harga dan desain produk terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian dan menjelaskan hubungan antar variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepatu merek Converse di Sports Station BSD Plaza Serpong Tangerang Selatan. Teknik pengambilan sampling menggunakan teknik *aksidental*, yaitu pengambilan sampel dengan secara acak terhadap sampel yang bertemu pada hari itu. Berdasarkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah uji kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pernyataan langsung kepada sampel. Teknik pengolahan dan analisis data meliputi analisis korelasi, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis koefisien determinasi.

Hasil uji statistik T menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Desain Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, sedangkan uji statistik F menunjukkan kualitas kualitas produk, harga dan desain produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

Ahmad Naufal Ridha (1402015020)

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PRODUCT DESIGN AGAINST THE DECISION OF THE PURCHASE OF SHOES CONVERSE BRAND IN THE SPORTS STATION BSD PLAZA SERPONG TANGERANG

Thesis, master's Program in Management Studies Program, Faculty of Economics and business of the University of Muhammadiyah, Prof. Dr. HAMKA. 2018 Jakarta.

Keyword: product quality, price, product design and purchasing decisions.

The method used in this research survey, i.e. to explain the influence between the free variables, namely product quality, price and product design against variables bound i.e. purchasing decisions and explain the relationships between variables. The population in this research is the consumer who buys the brand Converse Shoes at the Sports Station BSD Plaza Serpong Tangerang. Retrieval technique of sampling using the technique of aksidental, i.e., sampling with random sample against which met on that day. On the basis. Data collection technique does is test questionnaire data collection techniques, i.e. by asking some statements directly to the sample. Processing techniques and data analysis includes an analysis of the correlation, multiple linear regression analysis, classic assumption test, test hypothesis and analysis of coefficients of determination.

The results of statistical tests T indicates that the quality of the product partially effect significantly to the purchasing decision, the price effect partially significantly to purchasing decisions, product design partially against influential purchase decisions, while the test statistic F indicates the quality of product quality, price and product design simultaneously effect significantly to purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

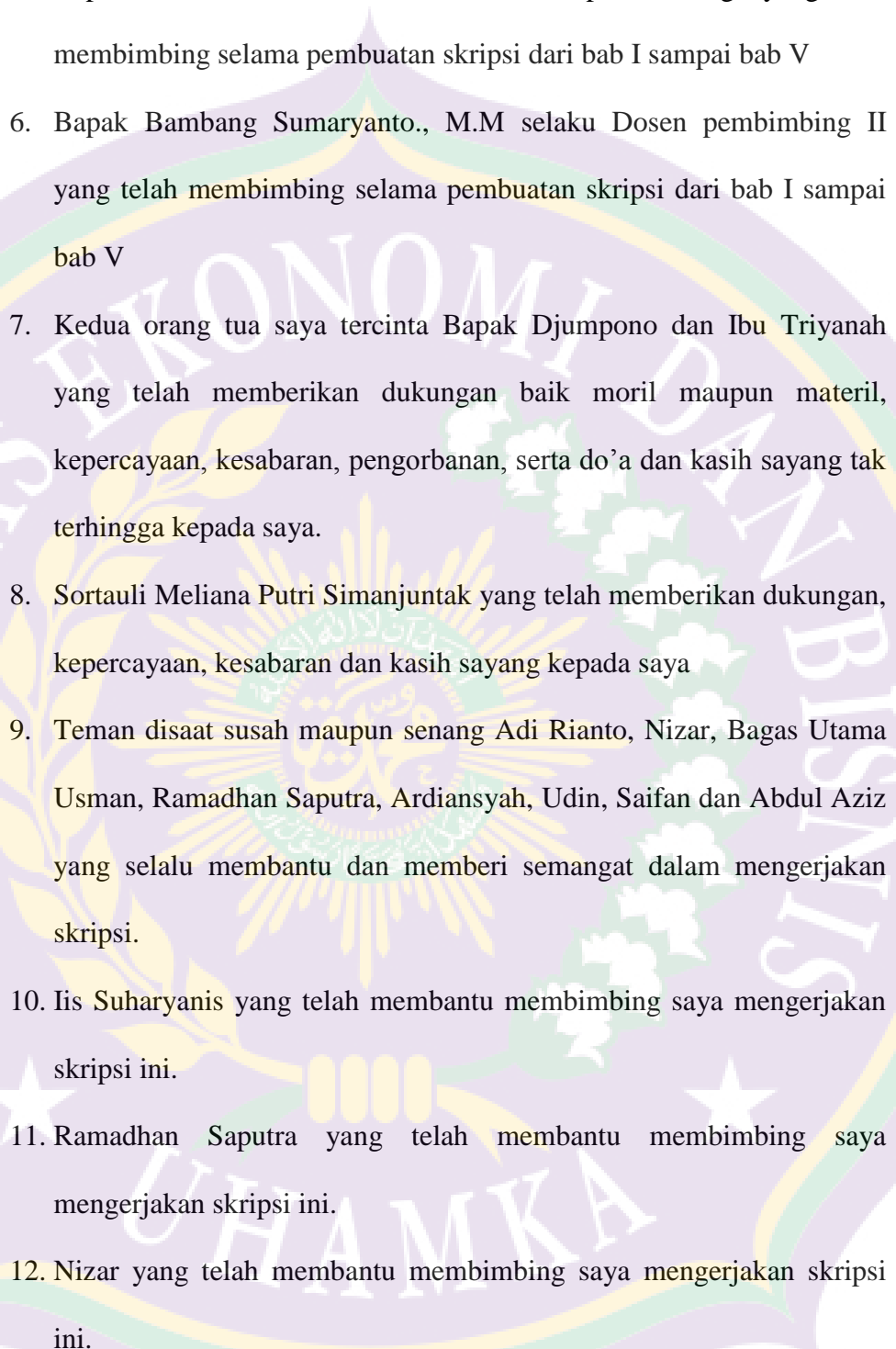
Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahillobbil'alamin , segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia- Nya, serta tidak lupa penulis haturkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan kebenaran. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse di Sports Station BSD Plaza Serpong Tangerang selatan”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian mata kuliah skripsi.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak serta, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena atas segala rahmat dan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Suyatno M.Pd, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
3. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
4. Bapak Faisal Ridwan Zamzany, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA

- 
5. Bapak Dr. Sunarta S.E., M.M selaku Dosen pembimbing I yang telah membimbing selama pembuatan skripsi dari bab I sampai bab V
 6. Bapak Bambang Sumaryanto., M.M selaku Dosen pembimbing II yang telah membimbing selama pembuatan skripsi dari bab I sampai bab V
 7. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Djumpono dan Ibu Triyanah yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, kepercayaan, kesabaran, pengorbanan, serta do'a dan kasih sayang tak terhingga kepada saya.
 8. Sortauli Meliana Putri Simanjuntak yang telah memberikan dukungan, kepercayaan, kesabaran dan kasih sayang kepada saya
 9. Teman disaat susah maupun senang Adi Rianto, Nizar, Bagas Utama Usman, Ramadhan Saputra, Ardiansyah, Udin, Saifan dan Abdul Aziz yang selalu membantu dan memberi semangat dalam mengerjakan skripsi.
 10. Iis Suharyanis yang telah membantu membimbing saya mengerjakan skripsi ini.
 11. Ramadhan Saputra yang telah membantu membimbing saya mengerjakan skripsi ini.
 12. Nizar yang telah membantu membimbing saya mengerjakan skripsi ini.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan atas kebaikan mereka yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh penulis. Penulis berharap semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi, serta wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Jakarta, 2018

Penulis,



(Ahmad Naufal Ridha)

1402015157

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINIALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK/INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Pembatasan Masalah	5
1.2.3 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	8
2.2 Telaah Pustaka	20
2.2.1 <i>Kualitas Produk</i>	20
2.2.1.1 <i>Pengertian Kualitas Produk</i>	20
2.2.1.2 <i>Dimensi Kualitas Produk</i>	20
2.2.2 <i>Harga</i>	21
2.2.2.1 <i>Pengertian Harga</i>	21

2.2.2.2	<i>Tujuan Penetapan Harga</i>	22
2.2.2.3	<i>Dimensi Harga</i>	23
2.2.3	<i>Desain Produk</i>	24
2.2.3.1	<i>Pengertian Desain Produk</i>	24
2.2.3.2	<i>Tujuan Desain Produk</i>	24
2.2.3.3	<i>Dimensi Desain Produk</i>	25
2.2.4	<i>Keputusan Pembelian</i>	26
2.2.4.1	<i>Pengertian Keputusan Pembelian</i>	26
2.2.4.2	<i>Dimensi Keputusan Pembelian</i>	26
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	28
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i>	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	33
3.2	<i>Operasionalisasi Variabel</i>	33
3.3	<i>Populasi dan Sampel</i>	36
3.3.1	<i>Populasi</i>	36
3.3.2	<i>Sampel</i>	36
3.4	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	38
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	38
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	38
3.5	<i>Teknik Pengolahan dan Analisis Data</i>	39
3.5.1	<i>Teknik Pengolahan</i>	39
3.5.1.1	<i>Uji Validitas Data</i>	39
3.5.1.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	40
3.5.2	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	40
3.5.3	<i>Analisis Model Regresi Linier Berganda</i>	41
3.5.3.1	<i>Regresi Linear Berganda</i>	41
3.5.3.2	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	42
3.5.3.3	<i>Analisis Koefisien Korelasi Berganda</i>	44
3.5.3.4	<i>Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R²)</i>	45
3.5.4	<i>Uji Hipotesis</i>	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Lokasi Penelitian	48
4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	48
4.2 Hasil Pengolahan dan Data Pembahasan	49
4.2.1 Identitas Responden	49
4.2.2 Analisis per Variabel.....	52
4.2.2.1 Kualitas Produk (X1)	52
4.2.2.2 Harga (X2)	60
4.2.2.3 Desain Produk (X3).....	68
4.2.2.4 Keputusan Pembelian (Y)	73
4.3 Uji Validitas Data.....	83
4.3.1 Uji Validitas Kuesioner.....	83
4.3.2 Uji Reabilitas	85
4.3.3 Analisis Deskriptif Statistik.....	88
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	89
4.3.5 Uji Asumsi Klasik.....	90
4.3.5.1 Uji Normalitas	91
4.3.5.2 Uji Multikolinieritas.....	93
4.3.5.3 Uji Heteroskedastisitas	94
4.3.5.4 Rangkuman Uji Asumsi Klasik.....	95
4.3.6 Koefisien Kolerasi.....	96
4.3.6.1 Koefisien Korelasi Berganda.....	98
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	99
4.3.8 Uji Hipotesis	100
4.3.8.1 Uji Statistik <i>t</i>	100
4.3.8.2 Uji Statistik <i>F</i>	101
4.4 Pembahasan Umum.....	103
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA 111

LAMPIRAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

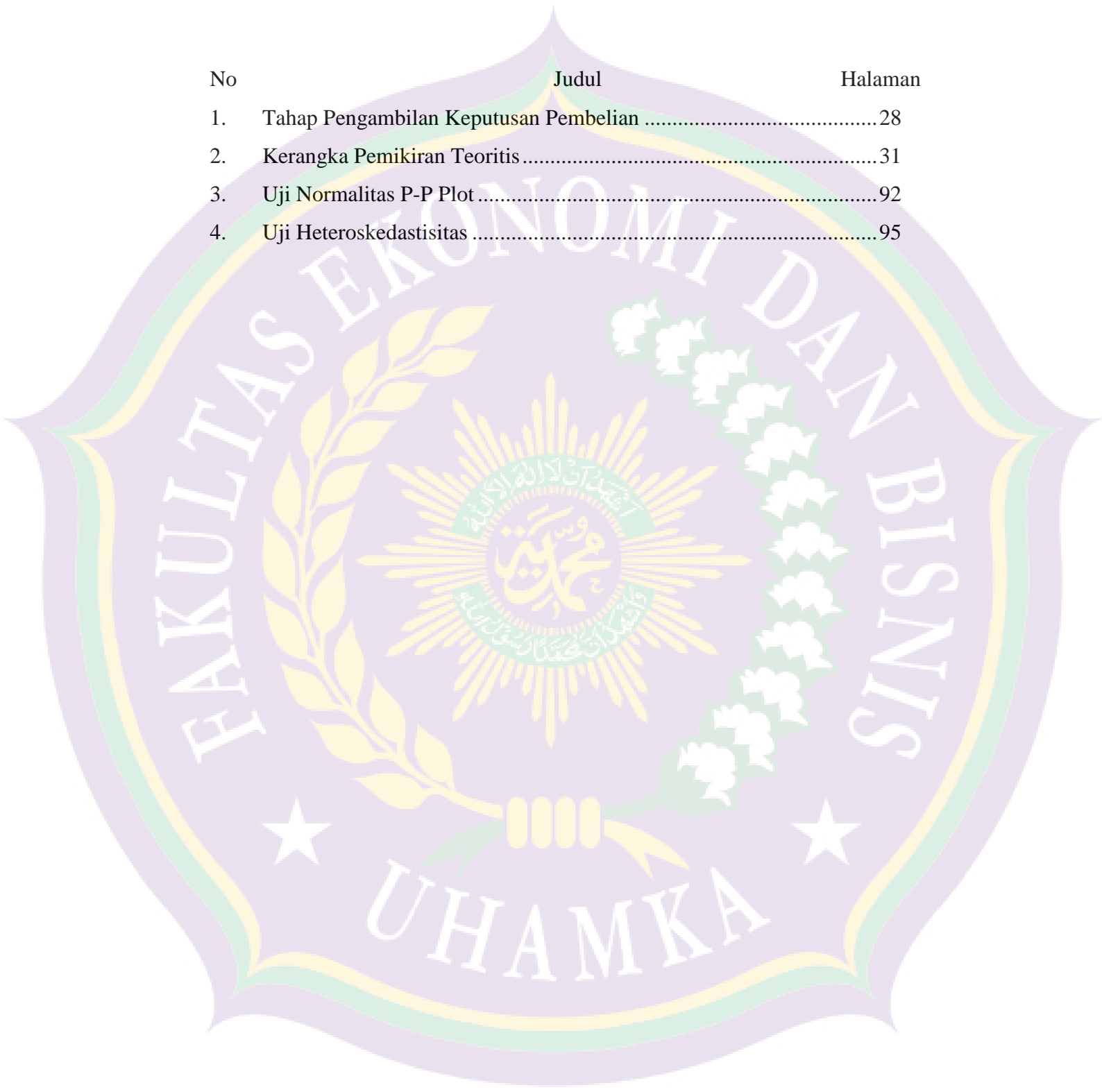
No.	Judul	Halaman
1.	Merek Top Brand Index	3
2.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	12
3.	Operasionalisasi Variabel.....	34
4.	Skor Nilai Skala <i>Likert</i>	39
5.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	45
6.	Jenis Kelamin.....	49
7.	Usia Responden.....	49
8.	Pendidikan Responden.....	50
9.	Penghasilan Responden.....	50
10.	Sepatu Converse memberikan kenyamanan saat dipakai.....	51
11.	Saat menggunakan sepatu converse memberikan rasa percaya diri lebih.....	52
12.	Sepatu Converse memenuhi kebutuhan saya	53
13.	Bentuk sepatu Converse memiliki fitur yang tidak dimiliki oleh sepatu lain.....	53
14.	Sepatu Converse sangat cocok digunakan dalam kondisi apapun	54
15.	Sepatu Converse memiliki fisik yang kuat.....	55
16.	Sepatu Converse memiliki ukuran yang sesuai dengan keinginan konsumen	55
17.	Sepatu Converse sesuai dengan apa yang masyarakat butuhkan.....	56
18.	Sepatu Converse memiliki keawetan yang cukup lama.....	57
19.	Sepatu Converse sangat mudah digunakan	58
20.	Indikator Kualitas Produk (X_1)	59
21.	Harga sepatu Converse sesuai dengan daya beli masyarakat.....	59
22.	Sepatu converse memiliki informasi harga produk yang sesuai keinginan konsumen.....	60
23.	Sepatu Converse memiliki harga yang cukup terjangkau	61
24.	Sepatu Converse memiliki harga yang sesuai dengan harga yang	

ditentukan.....	62
25. Sepatu Converse memiliki potongan harga pada saat event tertentu.....	63
26. Pemberian harga spesial pada hari besar nasional	64
27. Produk Converse yang dijual memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.....	65
28. Harga yang terjangkau untuk masyarakat	65
29. Indikator Harga (X_2)	66
30. Sepatu Converse konsisten mengeluarkan produk terbaru	67
31. Sepatu Converse memiliki standar model yang baik	68
32. Sepatu Converse memiliki ragam variasi desain	69
33. Variasi dari sepatu Converse sangat menarik	70
34. Sepatu Converse memiliki tampilan yang membuat konsumen percaya diri.....	70
35. Produk dari sepatu Converse mengikuti perkembangan tren yang ada	71
36. Indikator Desain Produk (X_3).....	72
37. Perubahan situasi dapat mengubah keputusan pembelian.....	73
38. Faktor individu mempengaruhi dalam pembelian sepatu Converse	74
39. Saya mendapatkan informasi dari teman	74
40. Saya mendapatkan informasi dari keluarga	75
41. Saya membandingkan sepatu Converse dengan produk competitor lain.....	76
42. Seleksi dalam memilih sepatu Converse sesuai kriteria yang saya.....	77
43. Saya biasa membeli sepatu converse saat ajaran baru	78
44. Saya biasa membeli sepatu Converse saat weekend	78
45. Saya merasa puas setelah melakukan pembelian sepatu Converse.....	79
46. Saya akan melakukan pembelian ulang	80
47. Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	81
48. Uji Validitas Variabel X_1 (Kualitas Produk).....	82
49. Uji Validitas Variabel X_2 (Harga).....	83
50. Uji Validitas Variabel X_3 (Desain Produk).....	84

51. Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	84
52. Uji Reliabilitas X_1 (Kualitas Produk).....	85
53. Uji Reliabilitas X_2 (Harga).....	86
54. Uji Reliabilitas X_3 (Desain Produk).....	86
55. Uji Reliabilitas Y (Keputusan Pembelian).....	87
56. Analisis Deskriptif Statistik.....	87
57. Regresi Linier Berganda.....	88
58. Uji Normalitas.....	89
59. Uji Multikolinieritas.....	91
60. Koefisien Korelasi parsial.....	93
61. Koefisien Korelasi Parsial.....	96
62. Koefisien Korelasi Parsial.....	97
63. Hasil Koefisien Korelasi Berganda.....	98
64. Koefisien Determinasi.....	99
65. Hasil Uji Statistik t (Parsial).....	100
66. Uji Statistik F.....	103

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	28
2.	Kerangka Pemikiran Teoritis	31
3.	Uji Normalitas P-P Plot	92
4.	Uji Heteroskedastisitas	95



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	1/50
2.	Tabulasi Data Kuesioner 2018 : Karakteristik Responden (<i>Output Microsoft Excel 2010</i>)	6/50
3.	Tabulasi Data Kuesioner 2018 : Persepsi Responden (<i>Output Microsoft Excel 2010</i>)	11/50
4.	Hasil Uji Validitas (<i>Output SPSS 25.0</i>).....	24/50
5.	Hasil Uji Reabilitas (<i>Output SPSS 25.0</i>)	32/50
6.	Hasil Statistik Deskriptif (<i>Output SPSS 25.0</i>).....	33/50
7.	Hasil Regresi Linier Berganda (<i>Output SPSS 25.0</i>).....	33/50
8.	Hasil Gambar Normal P-P Plot Regression Standardized Residual	35/50
9.	Hasil Uji Multikolinieritas	35/50
10.	Hasil Koefisien Korelasi Parsial (<i>Output SPSS 25.0</i>)	36/50
11.	Hasil Koefisien Korelasi Berganda (<i>Output SPSS 25.0</i>).....	38/50
12.	Hasil Koefisien Determinasi (R^2) (<i>Output SPSS 25.0</i>)	38/50
13.	Hasil Uji Statistik t (Parsial) (<i>Output SPSS 25.0</i>)	39/50
14.	Hasil Uji Statistik F (Simultan) (<i>Output SPSS 25.0</i>).....	39/50
15.	Tabel Uji t	40/50
16.	Tabel Uji F	44/50
17.	Tabel r	44/50
18.	Surat Tugas	48/50
19.	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing I.....	49/50
20.	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing II.....	50/50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini dunia *fashion* terus berkembang, persaingan dalam dunia *fashion* khususnya sepatu yang semakin kompetitif antara perusahaan *fashion* saling mengeluarkan produk andalannya yang inovatif dan berbagai desain. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk berpikir lebih kritis dan reaktif terhadap persaingan yang terjadi. Perusahaan dituntut untuk menggunakan strategi yang tepat dalam rangka mempertahankan produk agar tetap diminati oleh pelanggan lama dan menciptakan pelanggan baru. Perusahaan dapat menjadi pemimpin pasar melalui perjuangan yang panjang dalam memenangkan persaingan bisnis sehingga mampu menguasai pangsa pasar terbesar, hasil inovasi kreatif, atau memang menjadi pihak yang pertama dalam memasuki pasar dengan produknya yang spesifik (Tjiptono, 2012).

Converse sebagai salah satu merek terkemuka di dunia tidak ketinggalan dalam menghasilkan produk sepatu yang memiliki desain menarik dan berkualitas guna menarik perhatian konsumen. Converse terkenal sebagai merek yang memiliki desain dan kualitas yang sangat baik. Dibuktikan dengan banyaknya para remaja hingga sejumlah artis yang menggunakan produk Converse.

Sepatu Converse mungkin yang tertua, paling dicari, dan terlaris sepanjang masa.

Telah di ungkapkan bahwa Amerika sedikitnya 50% dari penduduknya memiliki

setidaknya sepasang sepatu converse. Converse adalah perusahaan sepatu yang berbasis di Amerika yang telah dikenal keahliannya dalam pembuatan pakaian olah raga dan juga sepatu gaya hidup. Bahkan di Indonesia para pengusaha sepatu baik online maupun offline sudah banyak yang [jual sepatu Converse](#). Hal tersebut dikarenakan dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki sepatu Converse itu sendiri, seperti dari kualitas produk, harga dan desain yang perusahaan ketahui hal tersebut sangat mempengaruhi persepsi serta minat beli konsumen.

Produk utama dari Converse fokus pada produksi barang olahraga dan juga barang-barang lainnya. Converse sebenarnya adalah adik perusahaan pembuat sepatu populer lain yaitu sepatu atletik- Nike. Mungkin anda akan bingung dengan istilah "Converse" dan "Converse All Stars" Penggerak Utama (All Star) Converse adalah Marquis Mills Converse dari nama inilah sekarang terkenal dengan sebutan Converse All Stars. Tepatnya di Malden, Massachusetts pada bulan Februari 1908, Marquis Mills Converse mendirikan perusahaan sepatu yang bernama Converse Rubber Shoe Company. Pembentukan usaha di produksi stabil dan berjalan baik, tiga belas tahun kemudian, Converse mulai memproduksi sepatu olahraga untuk tenis yang merupakan olah raga paling populer pada masa itu. (www.kompasiana.com:2015).

Kelebihan sepatu Converse yang cocok digunakan dalam berbagai suasana dan cocok dipadupadankan dengan berbagai macam gaya membuat Converse mampu mempertahankan pangsa pasarnya sampai sekarang ini, bahannya yang disesuaikan dengan kontur kaki membuat kenyamanan tersendiri bagi para pemakainya. Model dan motifnya pun tidak kalah unik dan variatif mengikuti

perkembangan mode sehingga membuat sepatu Converse memiliki keunggulan tersendiri dan semakin dicintai penggemarnya.

Tabel 1
Merek Top Brand Index
Periode Bulan Januari – Juni 2018

No.	Merek	Top Brand Index
1	Adidas	46,9%
2	Nike	21,2%
3	Puma	8,1%
4	Reebok	6,9%
5	Converse	6,2%

Sumber: Top Brand Index, diolah untuk penelitian ini, 2018.

Kondisi yang terjadi pada Sports Station BSD Plaza Serpong Tangerang Selatan ini disebabkan banyak merek dagang di satu store (Nike, Adidas, Reebok dan Puma) yang terdapat dalam store tersebut. Hal tersebut membuat konsumen sports stations sebagian beralih ke merek lain yang ada di dalam store tersebut. Penurunan ini dapat dijelaskan dengan adanya fluktuasi jumlah konsumen sports station BSD Plaza Serpong Tangerang Selatan (Edward Stephen Malonda, 2015:395).

Suatu yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas dan komitmen terhadap produk

tersebut. Salah satunya yang harus diperhatikan misalkan harganya terlalu mahal atau desain produk kurang menarik dapat membuat konsumen ragu dalam membeli produk yang ditawarkan.

Mengenai masalah keputusan pembelian yang dialami konsumen pada Sports Station BSD Plaza Serpong saat ini, apabila tidak ditangani secara serius akan berdampak negatif yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen kedepannya.

Kemudian untuk dapat mengkaji pengaruh hubungan antar variabel secara parsial dan memberikan arah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan kesenjangan penelitian (*research gap*).

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariescha Widya Anugrah (2017), Wening Mustikasari (2015), Aprilia Dewi Ratnasari (2015) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Josiel Driand Pandensolang (2015) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang diajukan sebagai bahan penulisan skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dengan mengambil judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse di Sports Station BSD Plaza Serpong Tangerang Selatan”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat di rumuskan masalah penelitian yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Converse?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Converse?
3. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Converse?
4. Apakah kualitas produk, harga dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, dalam hasil penelitian untuk mendapatkan hasil yang memadai, maka dalam penelitian ini dibutuhkan permasalahan yang akan dianalisis. Hal ini dimaksudkan agar dapat menghindari ketidaksesuaian arah penelitian dan terlalu luas permasalahannya yang akan di analisis. Maka penulis hanya membatasi penelitian ini pada pengaruh kualitas produk, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka perumusan masalah pada penulisan ini adalah adakah “Pengaruh

Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse di Sports Station BSD Plaza Serpong Tangerang Selatan”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Converse
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian sepatu Converse
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu Converse
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas produk, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak, baik penulis, baik bagi usaha yang dijalankan, maupun pihak yang berkepentingan.

Adapun kegunaan yang diharapkan sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan serta untuk mengaplikasikan dan membandingkan antara teori-teori yang sudah diterima dibangku perkuliahan dengan kenyataan yang ada dilapangan khususnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi proses belajar pada program studi dapat diterapkan dilapangan. Selain itu sebagai penambah ilmu kepustakaan dibidang pemasaran dan sebagai bahan acuan penelitian untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi perusahaan untuk memberikan informasi tentang bagaimana produk yang ditawarkan kepada konsumen setelah pembelian dan harga terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Rizza, Anggita, Hapzi. (2017). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*. ISSN (Print): 2412-9771. Internasional Journal of An Official Publication of "Scholars Middle East Publishers". Vol. 2, June 2017, Hal.261-272. Mercu Buana University.
- Anugerah, Ariescha, Widya. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Onde-Onde boLiem Yanik Mojokerto. ISSN: 2337-6708. Jurnal Pendidikan Tinggi Tata Niaga. Volume 1, Nomor 1, 2017. Universitas Negeri Surabaya.
- Anwar, Iful. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian "Bunchbead Kota Malang". ISSN: 2461-0593. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 4, No. 12, 2015.
- Budiadi, Wening, Mustikasari, Budiadi. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopian Merek Gading Gajah Gresik. Universitas Negeri Surabaya.
- Fitria, Muhammad, Edward, Nurlita, Purwanti. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian "Susu Mak Tam Kediri". Universitas Negeri Surabaya.
- Ghazali, Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapzi, Baruna, Hadi, Brata, Husani, Shilvina, Ali. (2017). *The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on NitchiAt PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*. ISSN (Print): 2415-6663. Internasional Saudi Journal of Business and Management Studies. Vol. 2, April 2017, Hal: 433-445. Mercu Buana University.
- Kotler & Keller (2012), *Marketing Management Edisi 14*, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. dan Gary Armstrong (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

- Manaf, H. Abdul (2016), *Revolusi Manajemen Pemasaran Edisi 1*, Mitra Wacana Media : Jakarta.
- Mapata, Dg. (2017), *Buku Penunjang Mata Pelajaran IPS*, Yogyakarta: Deepublish.
- Narimawati, Umi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi*. Bandung :Agung Media.
- Pandensolang, Josiel, Driand, Hendra N.Tawas. (2015). Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cola-Cola Pada PT.Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *ISSN: 2303-11. Jurnal EMBA. Volume 3, Nomor 3, September 2015, Hal.1113-1124. Universitas Sam Ratulangi Manado.*
- Prabowo, Ganjar, Priyambodo, Adi, (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry di Semarang. Universitas Dian Nuswantoro.
- Ratnasari, Dewi, (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. Universitas Negeri Surabaya.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen :Pendekatan Praktis Disertai Himpunann Jurnal Penelitian. Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, Imam (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Layanan, dan Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembeliandan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi. Volume 15, Nomor 1, 2016. Universitas Brawijaya Malang.*
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013).*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2014).*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J. (2016). *Statistika Teori dan Aplikasi, Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Swastha, Basu & Ibnu, Sukotjo (2012).*Pengantar Bisnis Modern Edisi 3*. Cetakan Kesebelas. Liberty: Yogyakarta.

Swastha, Basu Dharmmesta & Hani Handoko(2012). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen. Edisi 1.*Yogyakarta : BPFE.

Tandjung, Jenu, Widjaja. (2012). *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan. Edisi 2.*Cetakan 2. Bayumedia Publishing: Malang.

Tjiptono,Fandy(2012). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Penerbit ANDI.

