



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPATU SPECS DI TOP
SCORE SPORT DEPOK
JAWA BARAT**

SKRIPSI

Ahmad Kholai fie

1302015006

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2017



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPATU SPECS DI TOP
SCORE SPORT DEPOK
JAWA BARAT**

SKRIPSI

Ahmad Kholaiifie

1302015006

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPATU SPECS DI TOP SCORE SPORT DEPOK, JAWA BARAT”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan 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 saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 2 Desember 2017.



(Ahmad Kholai fie)
NIM 1302015006

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPATU SPECS DI TOP SCORE SPORT DEPOK, JAWA BARAT.**



NAMA : **AHMAD KHOLAIFIE**

NIM : **1302015006**

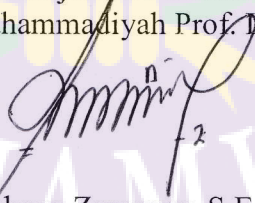
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2017**

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

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

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


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

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Hal :

PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPATU SPECS DI TOP SCORE SPORT DEPOK, JAWA BARAT.

Yang disusun oleh :
Ahmad Kholaiifie
1302015006

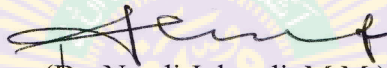
telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

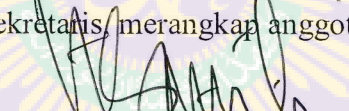
Pada tanggal : 2 Desember 2017

Tim Penguji :


Ketua, merangkap anggota :


(Dr. Nendi Juhandi, M.M.)

Sekretaris, merangkap anggota :


(Eti Rochaeli, S.E., M.M.)

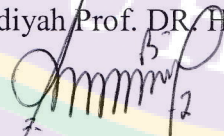
Anggota :

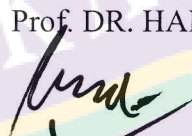

(Tupi Setyowati, S.E., M.M.)

Mengetahui,

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

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


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


(Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

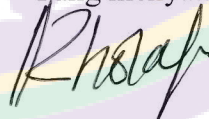
Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Kholaiifie
NIM : 1302015006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPATU SPECS DI TOP SCORE SPORT DEPOK, JAWA BARAT”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 2 Desember 2017
Yang menyatakan



(Ahmad Kholaiifie)

ABSTRAK

Ahmad Kholai fie (1302015006)

PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPATU SPECS DI TOP SCORE SPORT DEPOK, JAWA BARAT.

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2017. Jakarta.

Kata kunci : Harga, Desain Produk, Minat Beli Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara harga dan desain produk terhadap minat beli konsumen.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dari 98 responden dan data sekunder yang diperoleh melalui buku-buku atau literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan metode *sampling aksidental*. Kemudian data diproses menggunakan analisis regresi linier berganda dengan diolah menggunakan SPSS 21.0. (*Statistic Product Service Solution*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan desain produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Kemudian secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Sedangkan desain produk berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Analisis koefisien determinasi pada variabel harga menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,152 atau 1,52% yang artinya bahwa presentase pengaruh harga terhadap minat beli konsumen sebesar 15,2%. Sedangkan analisis koefisien determinasi pada variabel desain produk menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,448 atau 4,48% yang artinya bahwa presentase pengaruh desain produk terhadap minat beli konsumen sebesar 44,8%. Sementara untuk sumbangan presentase secara bersamaan dari variabel harga dan desain produk menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,547 atau 5,47% yang artinya bahwa hasil ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen (harga dan desain produk) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen) sebesar 5,47%. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

ABSTRACT

Ahmad Kholaiife (1302015006)

INFLUENCE PRICE AND PRODUCT DESIGN TO CONSUMER BUYING INTEREST IN SPECS SHOES PRODUCT AT TOP SCORE SPORT DEPOK, WEST JAVA.

The Thesis of Bachelor Degree Program. Management Major. Economical and Bisnis Faculty of Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2017. Jakarta

Keyword : Price, Product Design, Consumer buying interest

This study aims to determine how the influence between brand equity and product differentiation to consumer purchase decisions.

The data used in this study are primary data collected from 98 respondents and secondary data obtained through books or literature related to this research. Sampling technique in this research is nonprobability sampling technique with aksidental sampling method. Then the data is processed using multiple linier regression analysis with processed using SPSS 21.0. (*Statistic Product Service Solution*).

The results of this study indicate that the price and product design simultaneously affect the consumer buying interest. Then partially the price variable have positive effect and significant influence to consumer buying interest. While the product design has a positive and significant influence on consumer buying interest.

Analysis of coefficient of determination on price variables shows the value of R Square of 0.152 or 1,52% which means that the percentage of taste influence on consumer buying interest of 15,2%. While the coefficient of determination analysis on product design variables shows R Square value of 0.448 or 4,48% which means that the percentage of influence of product design to consumer buying interest of 44,8%. While the contribution of percentage simultaneously from price and product design variable shows R Square value of 0,547 or 5,47% which means that this result shows that contribution contribution of independent variable (price and product design) to dependent variable (Consumer buying interest) by 54,7%. While the remaining influenced or explained by other variables that are not included into this study.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil 'alamin segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini serta salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke zaman yang canggih ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Suyatno, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Dr. Sunarta, M.M., selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Drs. Bambang Sumaryanto, M.M., selaku Dosen Pembimbing II atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Alm. Bapak Siswandi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA semoga husnul khotimah.
7. Ayahanda Saiddul Hadri dan Ibunda Kusbariyah, yang tak hentinya memberikan doa, cinta, dan dukungan sepenuh hati serta selalu memberikan cahaya inspirasi dalam melewati setiap langkah kehidupan penulis.
8. Adinda Tara Asalia orang yang selalu memberikan semangat dengan sepenuh hati.
9. Sahabat Organisasi Hima Manajemen Nurul, Amil, Ikhwan dan Cloudio yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

10. Keluarga besar pengajian malam rabu pimpinan Ustad Arpan Dadi, Bapak Ahdiat Agus dan Ibu Suryanih yang senantiasa memberikan do'a.
11. Samuel, Zainul, Fauzan, Fiqi dan teman-teman gahbut lain yang selalu memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi terhadap penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat disebut satu persatu.

Semoga semua kebaikan yang telah kalian berikan dibalas oleh Allah SWT.

Akhir kata, peneliti mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, 2 Desember 2017

Penulis

(Ahmad Kholai fie)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK/INTISARI	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	4
1.2.3 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kajian Teori	12
2.2.1 Pemasaran	12
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	13

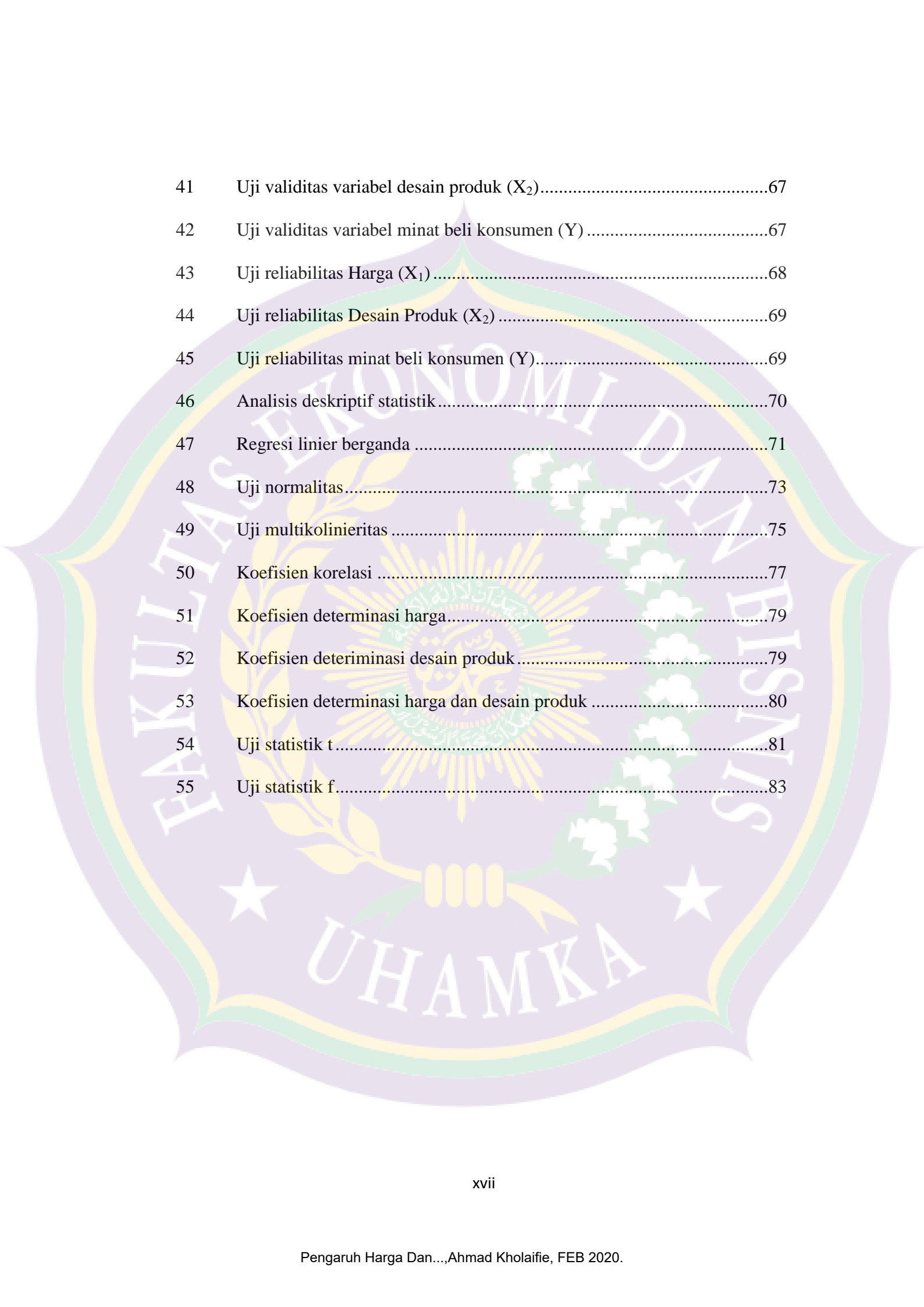
2.2.3	<i>Harga</i>	14
2.2.3.1	<i>Dimensi Harga</i>	15
2.2.4	<i>Desain Produk</i>	16
2.2.4.1	<i>Dimensi Desain Produk</i>	17
2.2.5	<i>Minat Beli Konsumen</i>	18
2.2.5.1	<i>Dimensi Minat Beli</i>	19
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	20
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i>	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	22
3.2	<i>Operasionalisasi Variabel</i>	22
3.3	<i>Populasi Dan Sampel</i>	26
3.3.1	<i>Populasi</i>	26
3.3.2	<i>Sampel</i>	26
3.4	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	27
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	27
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	27
3.5	<i>Teknik Pengolahan dan Analisis Data</i>	29
3.5.1	<i>Teknik Pengolahan</i>	29
3.5.1.1	<i>Uji Validitas kuisisioner</i>	29
3.5.1.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	29
3.5.2	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	30
3.5.3	<i>Analisis Model Regresi Linier Berganda</i>	31
3.5.3.1	<i>Model Regresi Linier Berganda</i>	31
3.5.3.2	<i>Analisis Korelasi</i>	31
3.5.3.3	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	33
3.5.3.4	<i>Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R²)</i>	37
3.5.3.5	<i>Uji Hipotesis</i>	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	40
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i>	41

4.1.2	<i>Sejarah Singkat Perusahaan</i>	41
4.2	Data dan Pembahasan	42
4.2.1	<i>Identitas Responden</i>	43
4.2.2	<i>Analisis per Variabel</i>	44
4.2.2.1	<i>Harga (X_1)</i>	44
4.2.2.2	<i>Desain Produk (X_2)</i>	51
4.2.2.3	<i>Minat Beli Konsumen (Y)</i>	59
4.3	Uji Validitas Data	66
4.3.1	<i>Uji Validitas Kuesioner</i>	66
4.3.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	68
4.3.3	<i>Analisis Deskriptif Statistik</i>	69
4.3.4	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	71
4.3.4.1	<i>Model Regresi Linier Berganda</i>	71
4.3.5	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	72
4.3.5.1	<i>Uji Normalitas</i>	72
4.3.5.2	<i>Uji Multikolinieritas</i>	74
4.3.5.3	<i>Uji Heteroskedastisitas</i>	75
4.3.5.4	<i>Rangkuman Uji Asumsi Klasik</i>	76
4.3.6	<i>Koefisien Korelasi</i>	77
4.3.7	<i>Analisis Koefisien Determinasi (R^2)</i>	78
4.3.8	<i>Uji Hipotesis</i>	81
4.3.8.1	<i>Uji Statistik t</i>	81
4.3.8.2	<i>Uji Statistik F</i>	83
4.4	Interpretasi	83
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1	Lima merek sepatu yang tersedia di Top Score Sport.....	2
2	Tabulasi penelitian terdahulu	9
3	Operasional variabel.....	23
4	Skor nilai skala <i>Likert</i>	29
5	Interpretasi koefisien Nilai R	33
6	Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi.....	37
7	Jenis kelamin.....	42
8	Usia responden	43
9	Pendidikan responden	43
10	Penghasilan responden	44
11	Harga yang ditawarkan top score sport berbeda dengan toko lain.....	44
12	Harga di top score sport merupakan harga yang menarik.....	45
13	Harga jual sepatu di top score sport dibawah harga pasar	46
14	Harga yang terjangkau untuk semua kalangan.....	46
15	Potongan 25% all item setiap hari merupakan daya tarik tersendiri	47
16	Membeli dalam jumlah banyak mendapat potongan harga spesial.....	48
17	Pemberian harga spesial pada hari besar nasional	49
18	Potongan harga lain sesuai promosi hari besar nasional	49
19	Indikator Harga (X_1)	50
20	Tampilan sepatu specs yang dijual menarik.....	51
21	Selalu bertema sesuai momen besar.....	52

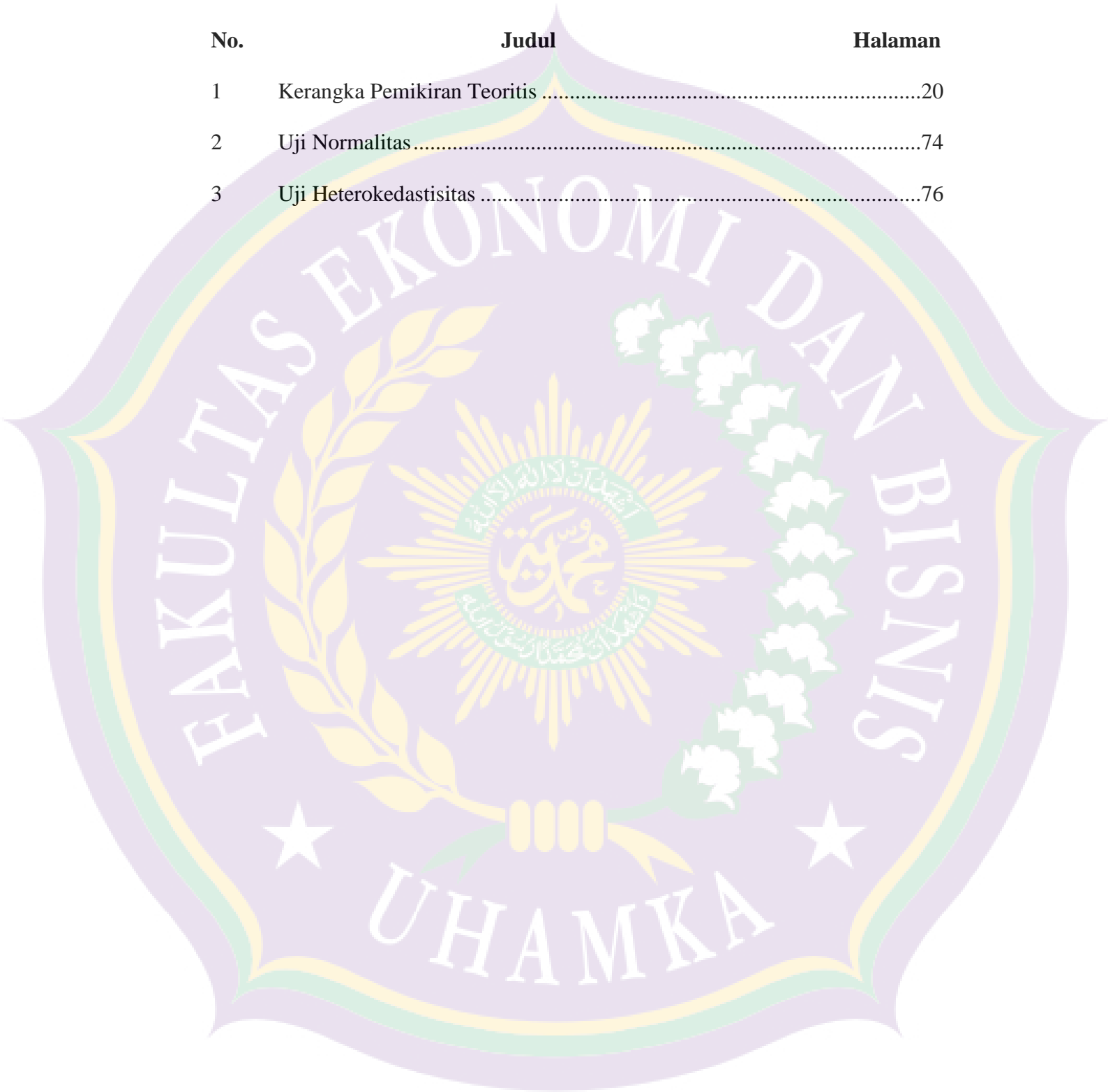
22	Fitur produk specs yang dijual lengkap	52
23	Konten yang berbeda dengan produk sepatu lain	53
24	Kualitas produk sepatu specs bagus	54
25	Kesesuaian produk dengan yang dipromosikan.....	54
26	Produk specs mempunyai daya tahan yang baik.....	55
27	Produk specs dapat diandalkan kualitasnya dalam jangka waktu lama	56
28	Pihak top score sport memberikan pelayanan penukaran barang cacat ...	57
29	Pihak top score sport cepat dalam memberikan pelayanan.....	57
30	Indikator Desain Produk (X_2).....	58
31	Setelah melihat promosi produk specs di top score sport, saya mencari informasi tentang produk specs.....	59
32	Saya mencari tahu produk specs di top score sport karena produk specs yang saya butuhkan	60
33	Harga yang terjangkau membuat saya tertarik.....	60
34	Saya tertarik karena harga sesuai dengan yang dipromosikan.....	61
35	Saya tertarik pada produk utama di top score sport karena kualitasnya baik.....	62
36	Saya tertarik karena keunggulan produk sepatu specs yang dijual di top Score sport.....	63
37	Membeli specs di top score sport karena produknya yang layak beli.....	63
38	Membeli specs di top score sport karena produknya yang layak jual.....	64
39	Indikator Minat Beli Konsumen (Y)	65
40	Uji validitas variabel Harga (X_1).....	66



41	Uji validitas variabel desain produk (X_2).....	67
42	Uji validitas variabel minat beli konsumen (Y)	67
43	Uji reliabilitas Harga (X_1)	68
44	Uji reliabilitas Desain Produk (X_2)	69
45	Uji reliabilitas minat beli konsumen (Y).....	69
46	Analisis deskriptif statistik.....	70
47	Regresi linier berganda	71
48	Uji normalitas.....	73
49	Uji multikolinieritas	75
50	Koefisien korelasi	77
51	Koefisien determinasi harga.....	79
52	Koefisien determinasi desain produk	79
53	Koefisien determinasi harga dan desain produk	80
54	Uji statistik t	81
55	Uji statistik f.....	83

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1	Kerangka Pemikiran Teoritis	20
2	Uji Normalitas	74
3	Uji Heterokedastisitas	76



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis zaman modern saat ini telah berkembang pesat dan mengalami peningkatan yang berkesinambungan. Tidak terkecuali bisnis dibidang olahraga khususnya dibidang olahraga sepakbola dan futsal. Seperti yang kita ketahui, olahraga sepakbola dan futsal dari dulu hingga saat ini sangat digandrungi dikalangan masyarakat dari berbagai kalangan baik dari kalangan bawah, menengah bahkan kalangan atas.

Indonesia dikenal sebagai negara dengan populasi masyarakat terbesar ke4 didunia. Dengan fanatisme dan antusiasme masyarakat terhadap olahraga yang begitu besar maka ini menjadi peluang bisnis bagi para pengusaha ritel yang menyediakan dan menjual barang-barang pendukung olahraga sepakbola atau futsal seperti sepatu sepakbola atau sepatu futsal.

Top Score Sport, adalah retail yang tidak terlalu besar namun saat ini menjadi tujuan utama para pencinta sepatu futsal merk specs di daerah jakarta, tangerang selatan, depok bahkan hingga bogor. Selain produk dari specs indonesia, di *top score sport* juga menjual produk-produk dari Nike, Adidas, Puma dan Mizuno. Ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen, karena merasa di manjakan dengan lengkapnya produk yang tersedia di *top score sport*.

Desain produk berperan penting dalam menarik para pelanggan baru. Desain bertujuan membantu perusahaan dalam menciptakan dan mengembangkan sebuah produk atau untuk menjamu hasil produksi yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Harga produk atau jasa yang dipasarkan merupakan faktor yang sangat penting. Harga sangat menentukan atau mempengaruhi permintaan pasar. Didalam persaingan usaha yang semakin kuat sekarang ini dan semakin banyaknya usaha-usaha baru yang bergerak dibidang yang sama atau hampir sama, menuntut perusahaan dapat menentukan harga terhadap produk atau jasa yang mereka jual dengan tepat. Persaingan harga sangat mempengaruhi bertahan atau tidaknya suatu perusahaan menghadapi pesaingnya.

Tabel 1

Lima Merk Sepatu yang Tersedia di *Top Score Sport*

Lima Merk Sepatu yang Tersedia di <i>Top Score Sport</i>	
1.	Specs
2.	Nike
3.	Adidas
4.	Puma
5.	Mizuno

Sumber : Top Score Sport, Februari, 2017

Dari data diatas adalah lima merk yang tersedia di top score sport. Lima merek yang tersedia yaitu, Specs, Nike, Adidas, Puma dan Mizuno. Lima merek ini adalah lima merek yang selalu ada di top score sport.

Harga bukan satu-satunya elemen yang menjadi perhatian utama top score sport, tetapi juga desain produk sepatu specs. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti bermaksud untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen produk sepatu specs di *top score sport* yang meliputi harga dan desain produk. Berdasarkan uraian diatas, maka perlu adanya penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Sepatu Specs di Top Score Sport Depok, Jawa Barat”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen sepatu specs di *top score sport* Depok, Jawa Barat ?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen sepatu specs di *top score sport* Depok, Jawa Barat ?
3. Apakah harga dan desain produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen sepatu specs di *top score sport* Depok, Jawa Barat ?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Untuk memperjelas dan serta membatasi ruang lingkup permasalahan dengan tujuan untuk menghasilkan uraian sistematis serta penelitian ini menjadi lebih spesifik dalam membahas permasalahan yang diteliti, maka penulis membuat pembatasan masalah yaitu harga dan desain produk terhadap minat beli konsumen sepatu specs di *top score sport* Depok, Jawa Barat.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang disebutkan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian, bagaimanakah pengaruh harga dan desain produk terhadap minat beli konsumen sepatu specs di *top score sport* Depok, Jawa Barat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen sepatu specs di *top score sport* Depok, Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap minat beli konsumen sepatu specs di *top score sport* Depok, Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan desain produk terhadap minat beli konsumen sepatu specs di *top score sport* Depok, Jawa Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang bisa dirasakan dari penelitian ini. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini yang bisa dirasakan oleh beberapa pihak:

1. Manfaat bagi dunia akademik

Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu ekonomi, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap pengaruh-pengaruh harga dan desain produk terhadap minat beli konsumen.

2. Manfaat bagi mahasiswa

Sebagai salah satu bahan informasi atau bahan kajian dalam menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh harga dan desain produk terhadap minat beli konsumen di dunia bisnis peralatan olahraga.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mendapatkan gambaran mengenai faktor-faktor yang diidentifikasi mempengaruhi minat beli konsumen beserta hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian ini sehingga dapat mengambil keputusan dan menerapkan kebijakan yang tepat dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Bilson, Simamora. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Christina Widhya Utami. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Durianto, Darmadi. (2011). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Imam, Ghozali. (2013). *Aplikasi Multivariete dengan Program SPSS*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing*. Edisi 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. Edisi 14. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Manurung, Ratlan, Pardede, Reinhard. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Rizky, M.F & Yasin, H. (2014). "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Sri, Padmantyo dan Eko Purnomo. (2014). "Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Volume Pada Industri Batik (Studi Pada Industri Batik di Kabupaten Sragen)" dalam seminar nasional dan call for paper (san call 2014): *research Methods and Organizational Studies*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharno dan Yudi Sutarso. (2010). *Marketing Practice*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Swastha, Basu. (2010). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFE-Yogyakarta.

Widiyono dan Mukhaer Pakkanna. (2013). *Pengantar Bisnis: Response Terhadap Dinamika Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

<http://elib.unikom.ac.id>

<http://Jurnaljam.ub.ac.id>

<http://www.futbros.com>