

SKRIPSI

PENGARUH DESAIN PRODUK, PERCEIVED QUALITY, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK ADIDAS DI SURABAYA



Oleh :

YUAN ADI PRATAMA
1212200128

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2025

SKRIPSI

PENGARUH DESAIN PRODUK, *PERCEIVED QUALITY*, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK
ADIDAS DI SURABAYA



Oleh :

YUAN ADI PRATAMA

1212200128

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2025

===== SKRIPSI =====

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *PERCEIVED QUALITY*, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK
ADIDAS DI SURABAYA**



Oleh :

YUAN ADI PRATAMA

NBI : 1212100128

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2025

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *PERCEIVED QUALITY*, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK
ADIDAS DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana
Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

YUANADI PRATAMA

NBI : 12122001

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

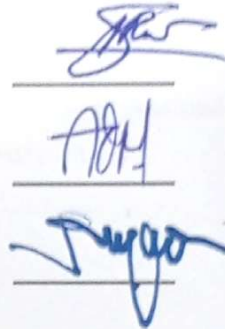
2025

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal

TIM PENGUJI :

- | | |
|--------------------------------|-----------|
| 1. Prof. Dr. Siti Mujanah, MBA | - Ketua |
| 2. Ida Ayu Nuh Kartini SE., MM | - Anggota |
| 3. Dr. Riyadi Nugroho M.M. | - Anggota |



Mengesahkan,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

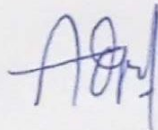


Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA.,
NPP. /ISBN:9786235351247

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL

Nama : Yuan Adi Pratama
NBI : 1212200128
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Desain Produk, *Perceived quality* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Study Pada Mahasiswa S1 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Surabaya, 03 Desember 2025
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing



I. A. Nuh Kartini, S.E., M.M.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Yuan Adi Pratama
2. NBI : 1212200128
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3515160805040006
6. Alamat Rumah : DSN, Sawi Rt 04 Rw 01 DS, Sawiji Kec.
Jogoroto Kab. Jombang

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

Pengaruh Desain Produk, *Perceived Quality*, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas di Surabaya

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan, dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata bukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 03 Desember 2025



(Yuan Adi Pratama)



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuan Adi Pratama

NBI/ NPM : 1212200128

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH DESAIN PRODUK, *PERCEIVED QUALITY*, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK ADIDAS DI SURABAYA”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal : 5 Desember 2025



(Yuan Adi Pratama)

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang mendalam penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “pengaruh desain produk, *perceived quality*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek adidas di Surabaya”. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

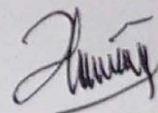
1. Ida. A. Nuh Kartini, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran dalam memberikan bimbingan, perhatian, serta kritik dan saran yang sangat berharga. Dengan kesabaran dan kesungguhan hati, bimbingan tersebut telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945.
3. Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., MS., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, A.Md., S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Prof Dra. Siti Mujanah MBA., PA., D., Dr. Riyadi Nugroho MM., Estik Hari Prastiwi SE.,MM. dan Dr. Endah Budiarti M.Si. Selaku dosen penguji yang

6. telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu tambahan serta wawasannya. Penulis sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk megoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan Seminar Hasil.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini
8. Terima kasih kepada responden saya yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dan mengisi kuesioner dalam penelitian ini dengan baik dan bisa membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat waktu.
9. Bapak dan Ibu saya, yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan serta membiayai kepada saya ketika menjalani proses perkuliahan pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada My Best Partner Jauzaa Rona Nuur Aqiila, yang selalu ada disamping penulis dan menjadi support system penulis. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah,serta memberikan dukungan dan semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, penulis dengan senang hati mengambil saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan di masa akan datang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Surabaya 03 Desember 2025



Yuan Adi Pratama

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product design, perceived quality, and price perception on the purchasing decisions of Adidas brand shoes among undergraduate students at the University of 17 August 1945 Surabaya using a quantitative approach through questionnaire distribution and multiple linear regression analysis. The results indicate that product design has no significant effect on purchasing decisions, while Perceived quality and price perception have a significant effect. Thus, Perceived quality and price suitability are the primary factors in students' decisions to purchase Adidas shoes. Simultaneously, all three variables were shown to significantly influence purchasing decisions, meaning that purchasing decisions can be explained by these three variables. These findings confirm that Perceived quality and price perception play a crucial role in driving purchasing decisions. Therefore, companies need to focus on improving product quality and adjusting prices to reflect their perceived value.

Keywords: *Product Design, Perceived Quality, Price Perception, Purchasing Decisions.*

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, *perceived quality*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada mahasiswa Universitas Tujuh Belas Agustus Seribu Sembilan Ratus Empat Puluh Lima Surabaya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya persaingan industri alas kaki serta pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, khususnya kalangan mahasiswa sebagai segmen pasar potensial.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang pernah membeli atau menggunakan sepatu Adidas. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun secara simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak menjadikan tampilan desain sebagai faktor utama dalam menentukan pilihan pembelian, melainkan lebih mengutamakan aspek fungsional dan nilai guna dari produk yang dibeli.

Sebaliknya, *perceived quality* dan persepsi harga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas yang dirasakan, seperti kenyamanan, ketahanan, dan bahan sepatu, menjadi pertimbangan penting bagi mahasiswa. Selain itu, persepsi bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas dan manfaat produk turut memperkuat keyakinan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi desain produk, *perceived quality*, dan persepsi harga tetap memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ketika dipertimbangkan secara bersamaan. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas dan harga merupakan faktor dominan dalam membentuk keputusan pembelian mahasiswa, sementara desain produk berperan sebagai faktor pendukung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL.....	v
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4 Desain Produk	14
2.1.5 <i>Perceived Quality</i>	15
2.1.6 Persepsi Harga.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.3.1. Hubungan Desain Produk dengan Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Hubungan <i>Perceived quality</i> dengan Keputusan Pembelian.....	22
3.2.3 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.4 Kerangka Konseptual.....	23
2.5 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	27
3.2.1 Lokasi	27
3.2.2 Waktu Penelitian.....	27
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	28
3.3.1 Jenis Data	28
3.3.2 Sumber Data.....	28
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.4.1 Populasi	28
3.4.2 Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	31
3.6.1 Definisi Variabel.....	31
3.6.2 Definisi Operasional.....	32
3.7 Proses Pengolahan Data.....	33
3.8 Metode Analisis Data.....	34
3.8.1 Uji Instrumen	34
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	36
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	36
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Profil Perusahaan Adidas Indonesia.....	37
4.1.2 Lokasi Penelitian.....	37
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	38
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	39
4.3. Uji Instrumen – Validitas dan Reliabilitas	44
4.3.1. Uji Validitas.....	44
4.3.2 Uji Reabilitas.....	46
4.4. Analisis Data	47
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	47
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.4.3 Koefisiensi Determinasi (R^2).....	51
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	52
4.5.2 Uji T (Parsial).....	52
4.5.3 Uji F (Simultan)	53

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	53
4.6.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.6.2 Pengaruh <i>Perceived quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.4 Pengaruh Desain Produk, <i>Perceived Quality</i> , Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.7. Implikasi Penelitian	55
4.8. Keterbatasan Penelitian.....	56
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Linkert 1	30
Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin 1	38
Tabel 4. 2 Berdasarkan Jurusan.....	39
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Desain Produk (X1)	40
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perceived Quality (X2)	41
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi (X3)	42
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan global 1.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4. 1 Grafik Normal P-Plot of Regression Standardized Residual.....	48
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan.....	65
Lampiran 2 Tabulasi Data	70
Lampiran 3 Uji Validitas	84
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	88
Lampiran 5 Asumsi Klasik.....	89
Lampiran 6 Uji Hipotesis	90
Lampiran 7 Hasil Turnitin	92
Lampiran 8 Kartu Bimbingan	93