

## ABSTRAK SKRIPSI

Berdasarkan pengamatan dewasa ini perkembangan perusahaan dari produk sepatu olah raga di Indonesia semakin meningkat. Dapat dilihat dengan bertambahnya beberapa perusahaan sepatu olah raga dengan berbagai macam merek. Sehingga atribut produk pada sepatu olah raga perlu untuk ditingkatkan dan dirancang agar sesuai dengan selera konsumen.

Dengan makin banyaknya ragam produk dan makin selektifnya konsumen mengadakan pemilihan terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen, maka akan menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi sangat ketat, karena setiap perusahaan berusaha untuk mempertahankan pangsa pasarnya masing-masing dan berusaha untuk lebih mengembangkan perusahaannya. Untuk itu para produsen dituntut agar lebih peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di pasar.

Dari produk yang relatif sama, menjadikan atribut produk sangat penting dalam pengambilan putusan dari konsumen untuk melakukan pembelian. Atribut produk yang baik mampu memberikan persepsi yang positif bagi konsumen terhadap suatu produk sehingga produk itu mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan produk

perusahaan lain, yang akan membuat konsumen terpicat untuk mengadakan pembelian ulang produk perusahaan tersebut dan enggan beralih pada produk sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain.

Pemakaian produk sepatu olah raga pada saat ini telah menjadi barang kebutuhan pokok bagi sebagian besar kaum remaja maupun orang dewasa dalam melakukan berbagai aktivitasnya, baik untuk berolah raga maupun aktivitas lainnya. Sepatu olah raga juga telah menjadi mode di kalangan remaja yang ingin tampil lebih menarik, trendy dan gaya. Dari produk sepatu olah raga yang beredar di pasaran penulis memilih tiga merek yaitu Precise, Spotec dan Starmon. Karena ketiga merek tersebut beredar pada segmen pasar yang sama dan dari informasi yang diperoleh penulis melalui wawancara dengan produsen sepatu olah raga Precise diketahui bahwa pesaing terdekatnya adalah produsen sepatu olah raga merek Spotec dan Starmon.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membandingkan atribut produk apa yang menyebabkan konsumen melakukan pembelian terhadap ketiga merek produk tersebut. Sehingga dengan penelitian tersebut dapat diperoleh informasi tentang keunggulan dan kelemahan atribut produk pada Precise dibandingkan dengan Spotec dan Starmon.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

keunggulan-keunggulan atribut produk inti, nyata dan tambahan yang dimiliki oleh sepatu olah raga Precise dibandingkan dengan Spotec dan Starmon.

Data dalam penulisan skripsi ini merupakan data primer, yang diperoleh dengan melakukan wawancara dengan produsen sepatu olah raga Precise untuk memperoleh informasi tentang atribut produk yang ada, yang akan digunakan untuk menyusun suatu daftar pertanyaan yang disebarakan kepada sejumlah responden.

Target populasinya adalah konsumen dari ketiga merek produk sepatu olah raga Precise, Spotec dan Starmon di Surabaya. Karena jumlah populasi yang menggunakan ketiga merek tersebut tidak diketahui, maka digunakan teknik Non Probability Sampling dengan tipe Quota Sampling. Dimana penulis mempunyai suatu kerangka sampel yang anggota-anggotanya mewakili karakteristik yang akan diukur. Responden yang dapat dijadikan sampel adalah orang-orang yang sudah pernah melakukan pembelian dan menggunakan ketiga merek produk sepatu olah raga tersebut.

Hasil yang diperoleh dari jawaban responden tersebut kemudian diolah dengan menggunakan metode semantic differential scale dengan skala pengukuran ordinal, dimana responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap sejumlah pernyataan yang ada, dengan skala penilaian 1

sampai dengan 5. Kemudian data tersebut diuji dengan menggunakan Uji Dua-Sampel Kolmogorov-Smirnov.

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah: ternyata setelah diuji dengan uji dua-sampel Kolmogorov-Smirnov diketahui bahwa Precise memiliki beberapa keunggulan pada atribut produk berwujudnya dibandingkan Spotec dan Starmon, yaitu dalam hal kesesuaian model sepatu dengan perkembangan mode, keindahan design sepatu, keserasian kombinasi warnanya dan kekuatan daya tahan kulit untuk upper. Sedangkan untuk atribut produk yang lain pada atribut produk inti, berwujud dan tambahan pada dasarnya sudah baik dan keberadaannya dapat diterima oleh konsumen.