

Abstrak

Kepuasan konsumen terhadap produk tidak hanya dipengaruhi oleh harga produk, ketahanan, dan keindahan produk, namun juga dipengaruhi oleh persepsi, *mental image*, dan selera konsumen terhadap produk. Dalam penelitian ini, kansei engineering digunakan untuk mengetahui keinginan responden (wanita berusia 18-25 tahun) terhadap desain sepatu wanita untuk jalan-jalan dengan cara menangkap emosi/perasaan konsumen yang diterjemahkan dalam bentuk produk.

Pengambilan data dilakukan melalui wawancara serta pembagian kuesioner I, II, III kepada sejumlah responden di Surabaya. Dua puluh tujuh kata/ekspresi yang terkumpul diolah dengan analisis faktor menjadi sekumpulan variabel yang terbagi dalam 4 faktor, yaitu faktor keergonomisan dan desain, *smart footwear*, aman dan fleksibel, inovatif dan fungsional. Ekspresi/kata-kata yang terkumpul dibedakan menjadi kata-kata kansei dan non kansei. kata-kata kansei tersebut antara lain: *fashionable*, fleksibel, cocok dengan baju/tas apapun, kaki terlihat putih, maskulin, inovatif, *extravagant*, *sporty*, menarik, tahan lama, modern, simpel, feminin, elegan, populer, model tidak dipengaruhi tren, dapat menunjukkan karakter pemakainya, *slim*, dewasa, rapi, *sexy*, permukaan halus, *cute*, *overdecorated*, kelihatan kuat. Sedangkan kata-kata non kansei yang terkumpul antara lain: *breathable*, nyaman, aman, *orthopaedic*, empuk, desain sesuai struktur kaki wanita, ergonomis, *wide*.

Kansei domain dan *physical domain* digunakan untuk meringkas keinginan konsumen dalam bentuk skema. Kansei domain Level 0 berisi kalimat yang dapat mewakili seluruh *kansei words* dan membuat seseorang tertarik, diuraikan sebagai “*a difference you can feel in our shoes*”. Untuk membuat skema *Kansei Domain* dan *Physical Domain*, dilakukan survei singkat lewat email dan *facebook* kepada 15 responden wanita berusia 18-25 tahun. Survei kepada responden bertujuan untuk meringkas kata/ekspresi dalam 1 kalimat bahkan 1 kata apabila memungkinkan.

Mood board digunakan untuk mempermudah desainer dalam mengkomunikasikan perasaan konsumen, meringkas waktu pembuatan desain, serta mengurangi terjadinya kesalahan. *Mood board* untuk penelitian ini didiskusikan kepada 5 responden. Melalui mood board tersebut kemudian hasil desain direalisasikan dalam bentuk *prototype*. Reaksi konsumen terhadap *prototype* sepatu diukur dengan melakukan *concept testing*.

Dari penelitian ini disimpulkan bahwa kansei engineering menganalisis emosi konsumen terhadap desain sepatu wanita melalui visualisasi yang ditangkap oleh indera (mata), kemudian ekspresi/kata-kata yang terkumpul diolah untuk diterjemahkan dalam bentuk produk, dan ekspresi/kata-kata terhadap sepatu wanita untuk jalan-jalan (*hangout*) dapat digambarkan pada 4 faktor. Faktor pertama adalah keergonomisan dan desain yang terdiri dari kaki terlihat putih, nyaman, menarik, tahan lama, modern, simpel, kaki terlihat jenjang, halus, terlihat kuat. Faktor kedua adalah *smart footwear* yang terdiri dari *fashionable*, *extravagant*/mewah, feminin, elegan, bentuk sesuai struktur kaki, populer, *slim*, dewasa. Faktor ketiga adalah aman dan fleksibel yang terdiri dari dapat dipadukan dengan baju/tas apapun, aman, tidak lekang oleh waktu, *wide*, sesuai karakter, rapi. Faktor keempat adalah inovatif dan fungsional yang terdiri dari *breathable*/memungkinkan adanya aliran udara, inovatif, *orthopaedic*/memungkinkan berjalan dengan postur tubuh sempurna, empuk.