

HALAMAN MOTTO

”Membangun bisnis cerdas untuk dunia yang terus berubah”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam atas terselesaikannya skripsi ini, maka penulis mempersembahkannya sebagai tanda terima kasih kepada:

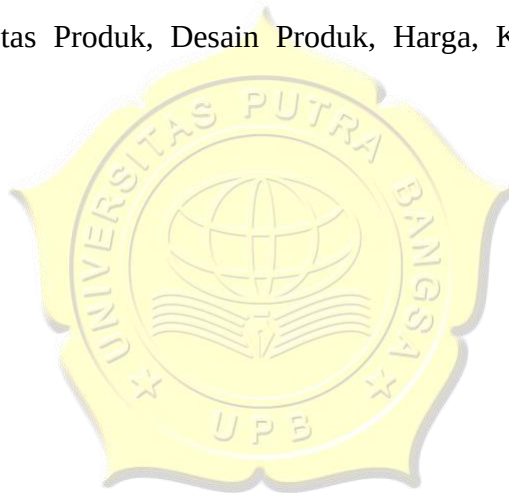
1. Allah SWT yang telah memberikan segalanya berupa kesehatan, rahmat, hidayah, dan semua yang saya butuhkan .
2. Kepada kedua orang tua saya yang selalu ada, sejak saya menempuh pendidikan di Universitas Putra Bangsa sampai saya menyelesaikan pendidikan di sini.
3. Bapak Heri Mahyuzar, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dalam membimbing saya dan saya sangat berterimakasih sudah meluangkan waktunya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.



ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, desain produk, dan harga memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sepatu olahraga merek Specs di Shopee. Metode yang digunakan penelitian yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari konsumen yang pernah membeli sepatu Specs di Shopee yang kemudian dikaji menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 25. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,075 > 0,05$, sedangkan desain produk dan harga memiliki pengaruh dengan nilai signifikansi masing-masing $0,000 < 0,05$. Secara bersama-sama, ketiga variabel memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai F-hitung sebesar 121,565 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,785 menunjukkan bahwa seluruh variabel independent mampu menjelaskan 78,5% variasi keputusan pembelian.

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



ABSTRACT

This study aims to find out whether product quality, product design, and price affect consumer purchasing decisions on Specs brand sports shoes on Shopee. The research method used is a quantitative approach with a survey method. Data was collected through questionnaires from consumers who have purchased Specs shoes on Shopee, and then analyzed using multiple linear regression with the help of IBM SPSS version 25. The results show that product quality does not have an effect on purchasing decisions with a significance value of $0.075 > 0.05$, while product design and price have an effect with significance values of $0.000 < 0.05$. Together, the three variables have an effect on purchasing decisions with an F-count value of 121.565 and significance of $0.000 < 0.05$. The Adjusted R Square value of 0.785 indicates that all independent variables can explain 78.5% of the variation in purchasing decisions.

Keywords: *product quality, product design, price, purchasing decisions, Specs.*



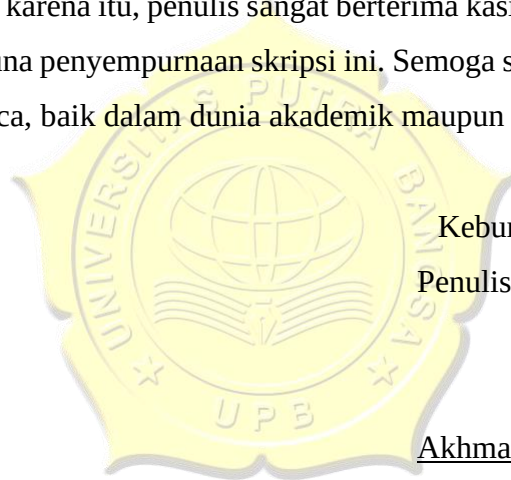
KATA PENGANTAR

Allhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang ditujukan guna memenuhi tugas dan syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs di Shopee". Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Agung Muhammad SAW yang dinanti-nantikan syafa'at-Nya kelak di yaumul akhir. Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari berbagai kesulitan dan hambatan yang dihadapi oleh penulis. Namun dengan kesabaran, doa, bantuan, dorongan serta masukan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Dr. Irfan Helmy, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa.
3. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa.
4. Bapak Heri Mahyuzar, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dengan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Putra Bangsa.
6. Orang tua penulis Bapak Muhammad Khanafi dan Ibu Deni Firqoh Yitnowati yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan doa dalam setiap langkah.

7. Adik penulis Muhammad Faiq Aufa Marzuki yang memberikan semangat dan hiburan agar penulis selalu ceria, semoga kita menjadi anak yang berbakti dan membanggakan kedua orang tua.
8. Putri Vinandasari, seseorang yang selalu menemani penulis dalam keadaan senang maupun sedih, mendengarkan keluh kesah, memberikan bantuan, saran serta dukungan hingga saat ini.
9. Teman-teman Bisnis Digital angkatan 2022 yang telah kebersamai penulis, memberi bantuan dan semangat serta motivasi.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca, baik dalam dunia akademik maupun nonakademik.



Kebumen, 27 Agustus 2026

Penulis

Akhmad Farhan Arib Haidar

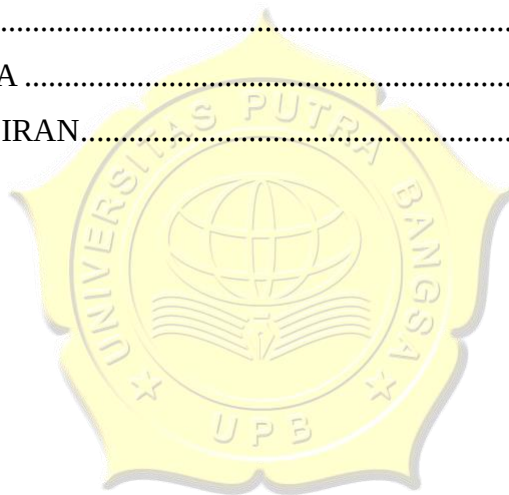
NIM. 220100243

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN UJIAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
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	18
1.3. Batasan Masalah.....	18
1.4. Tujuan Penelitian.....	19
1.5. Manfaat Penelitian.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1. Tinjauan Teori	22
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen	22
2.1.2. Keputusan Pembelian	25
2.1.3. Kualitas Produk.....	30
2.1.4. Desain Produk.....	33
2.1.5. Harga.....	36
2.2. Penelitian Terdahulu	39
2.3. Hubungan Antar Variabel	46
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	46

2.3.2. Hubungan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	47
2.3.3. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	49
2.3.4. Hubungan Kualitas Produk, Desain Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	51
2.4. Model Empiris.....	53
2.5. Hipotesis Penelitian.....	54
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
3.1. Objek Dan Subjek Penelitian	55
3.2. Variabel Penelitian	56
3.3. Definisi Operasional Variabel	56
3.4. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5. Populasi Dan Sampel	58
3.5.1. Populasi.....	58
3.5.2. Sampel	59
3.6. Teknik Analisis	60
3.6.1. Uji Instrumen Penelitian	60
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda	63
3.6.4. Uji Hipotesis	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1. Analisis Deskriptif.....	66
4.1.1. Jenis Kelamin Responden.....	66
4.1.2. Usia Responden	66
4.1.3. Berdasarkan Jumlah Pembelian	67
4.2. Analisis Statistik.....	68
4.2.1. Uji Validitas	68
4.2.2. Uji Reliabilitas	71
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	72
4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda	75
4.2.5. Uji Hipotesis	77
4.3. Pembahasan.....	81

4.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs di Shopee	81
4.3.2. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs di Shopee	82
4.3.3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs di Shopee.....	83
4.3.4. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs di Shopee	85
BAB V PENUTUP.....	86
5.1. Simpulan.....	86
5.2. Keterbatasan	87
5.3. Implikasi.....	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Observasi Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	8
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel III-1 Definisi Operasional Variabel	56
Tabel III-2 Skala Likert.....	58
Tabel IV-1 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel IV-2 Kelompok Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel IV-3 Kelompok Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	68
Tabel IV-4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	69
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk (X2)	70
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3).....	70
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	71
Tabel IV-8 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel IV-9 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
Tabel IV-11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
Tabel IV-12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	75
Tabel IV-13 Hasil Uji T	78
Tabel IV-14 Hasil Uji F	80
Tabel IV-15 Hasil Uji R ²	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 E-Commerce yang Paling Sering Diakses Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar I-2 Sepatu Olahraga Lokal di Indonesia.....	4
Gambar II-1 Kerangka Berpikir	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	96
Lampiran 2. Profil Responden	99
Lampiran 3. Jawaban Responden.....	102
Lampiran 4. Hasil Output SPSS Uji Validitas	107
Lampiran 5. Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas	109
Lampiran 6. Hasil Output SPSS Uji Uji Asumsi Klasik.....	110
Lampiran 7. Hasil Output SPSS Uji Analisis Regresi Linier Berganda	111
Lampiran 8. Hasil Output SPSS Uji Hipotesis	112

