

**PENGARUH LINGKUNGAN, KUALITAS PRODUK, HARGA,
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU MEREK SPECS (STUDI PADA
PENGUNA MUSLIM DI KABUPATEN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

DIKA KURNIA ANGGORO

NIM 4117313

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH LINGKUNGAN, KUALITAS PRODUK, HARGA,
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU MEREK SPECS (STUDI PADA
PENGUNA MUSLIM DI KABUPATEN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

DIKA KURNIA ANGGORO

NIM 4117313

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DIKA KURNIA ANGGORO

NIM : 4117313

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lingkungan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu merek Specs (Studi Kasus Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan)”** adalah benar-benar karya peneliti sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah peneliti sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini ternyata hasil plagiasi, peneliti bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 07 November 2023

Yang menyatakan,



SEPUTUH RIBU RUPIAH
1000
REPUBLIK INDONESIA
METERAI
TEMPEL
6FC07AKX646308695

DIKA KURNIA ANGGORO
NIM. 4117313

Ria Anisatus Sholiha S.E., M.S.A.

Jl. Gajah Mada Gang Kasuari

Bogoran Kauman Kecamatan Batang

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (Dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

Sdr. Dika Kurnia Anggoro

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara :

Nama : DIKA KURNIA ANGGORO

NIM : 4117313

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Lingkungan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu merek Specs (Studi Kasus Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan)**

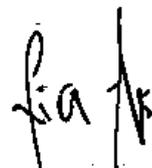
Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 07 November 2023

Pembimbing



Ria Anisatus Sholiha S.E., M.S.A.

NIP. 198706302018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Dika Kurnia Anggoro**
NIM : **4117313**
Judul : **Pengaruh Lingkungan, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Specs (Studi Kasus Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Ria Anisatus Sholiha, S.E., M.S.A.**

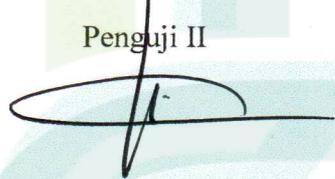
Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 6 Desember 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Dr. Tamamudin, S.E., M.M
NIP. 19791030200604018


Muhammad Aris Safi'i, M.E.I
NIP. 198510122015031004

Pekalongan, 8 Desember 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati. S.H, M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Pedagang yang jujur dan terpercaya bersama para Nabi, orang-orang yang jujur dan syuhada,”

(HR Tirmidzi)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala hidayah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap tercurah kepada Rasulullah Nabi Muhammad Shollallahu ‘Alaihi Wassalam, Keluarga, Shahabat, serta pengikut beliau yang istiqomah hingga yaumul akhir. Sebagai rasa cinta dan kasih, kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta bapak Kisman dan ibu Kunaeroh yang selalu memberikan do’a, nasihat, motivasi, semangat, cinta, serta kasih sayangnnya daribuaian hingga kini.
2. Guru-guruku yang telah memberikan do’a, motivasi, serta ilmu dari mulai taman kanak-kanak hingga bangku kuliah yang sangat bermanfaat.
3. Teman-temanku Mursalina, Munir, Husni, Dimas, Otong, Nur Rizki Edi, Reza Kasdu, alm. Hilda dan Atros, serta teman yang tak mungkin penulis sebut satu persatu yang selalu memberikan do’a, motivasi, semangat, dan penuh canda tawa disetiap moment.
4. Almamaterku UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Tempat menimba ilmu yang aku banggakan.

ABSTRAK

DIKA KURNIA ANGGORO. Pengaruh Lingkungan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu merek Specs (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan)

Penelitian ini dilatar belakangi seorang konsumen sebelum melakukan pembelian, melakukan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas. Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji t, dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan 1) Variabel lingkungan berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu merek Specs. 2) Variabel kualitas produk berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu merek Specs. 3) Variabel Harga (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu merek Specs. 4) Variabel Kepuasan Konsumen (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu merek Specs. 5) Lingkungan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu merek Specs.

ABSTRACK

DIKA KURNIA ANGGORO. The Influence of Environment, Product Quality, Price and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions of Specs brand shoes (Study on Muslim Users in Pekalongan Regency)

This research is motivated by a consumer before making a purchase, carrying out a series of processes that start from the consumer recognizing the problem, looking for information about a particular product or brand and evaluating the product or brand how well each alternative can solve the problem, which then a series of processes lead to a purchase decision.

The type of research used in this study is the type of field research. While the approach used is a quantitative approach with a sample of 100 respondents Muslim Users in Pekalongan Regency. The analysis used in this study includes validity tests, reliability tests. To test the hypothesis in this study includes the t test, and the f test.

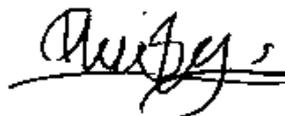
The results showed 1) Environmental variables have a positive and significant effect on the purchase decision of Specs brand shoes. 2) Product quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions for Specs brand shoes. 3) Price Variable (X3) has a positive and significant influence on Purchasing Decision (Y) Shoe Brand Specs. 4) Consumer Satisfaction Variable (X4) has a positive and significant effect on the Purchase Decision (Y) of Specs brand shoes. 5) Environment, Product Quality, Price and Consumer Satisfaction influence the Purchasing Decision of Specs brand shoes.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dan berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid
5. Ibu Ria Anisatus Sholiha S.E., M.S.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta Staff

Pekalongan, 07 November 2023
Penulis



DIKA KURNIA ANGGORO
NIM 4117313

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Grand Theory	16
1. Lingkungan.....	17
2. Kualitas Produk	20
3. Harga	22
4. Kepuasan konsumen.....	24
5. Keputusan pembelian	25
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Berpikir	36
D. Hipotesis.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	41
B. Setting Penelitian.....	41
C. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel.....	42
D. Populasi Dan Sampel	46
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Sumber Data Penelitian.....	49
G. Uji Instrumen Data	50
H. Metode Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Analisis Data Responden	57
B. Uji Instrumen Data	60
C. Uji Asumsi Klasik	64
D. Analisis Regresi Linier Berganda	71
E. Uji Hipotesis	74
F. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP	85
A. Simpulan.....	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	I
Lampiran 1	I
Lampiran 2	V
Lampiran 3	XX
Lampiran 4	XXXI
Lampiran 5	XXXII
Lampiran 6	XXXIII
Lampiran 7	XXXIV

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia NO.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

Transliterasi digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonemena konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha

د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ ي ..	Fathah dan ya	Ai	a dani
َ و ..	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

ك ت ب : kataba

ي ذ ك : zukira

ه ب : yazhabu

3. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh :

رُوضَةُ الْأَطْفَالِ لِرَبِّهِمْ - rauḍahal-aṭfāl
-- rauḍatulatfāl
طَاهِرَةٌ - talhah

4. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadenganhuruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: رَبِّناً -
rabbanā رَبُّنَا -
nazzala نَزَّلَ -
al-birr أَلْبِرُّ -

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

ال رَجُل - ar-rajulu

ال شَّمْس - as-syamsu

ال جَلال - al-jalālu

6. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

النَّوْء - an-nau'

إِنَّ - inna

شَيْءٍ - syai'un

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وأوف وال كَيْل وال مي زان Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إبراهيم الخليل

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmūl-Khalīl

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya:

Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

وما محمد إلا رسول Wa mā Muhammadun

ولقد رآه بالأفق المبين illā rasl Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

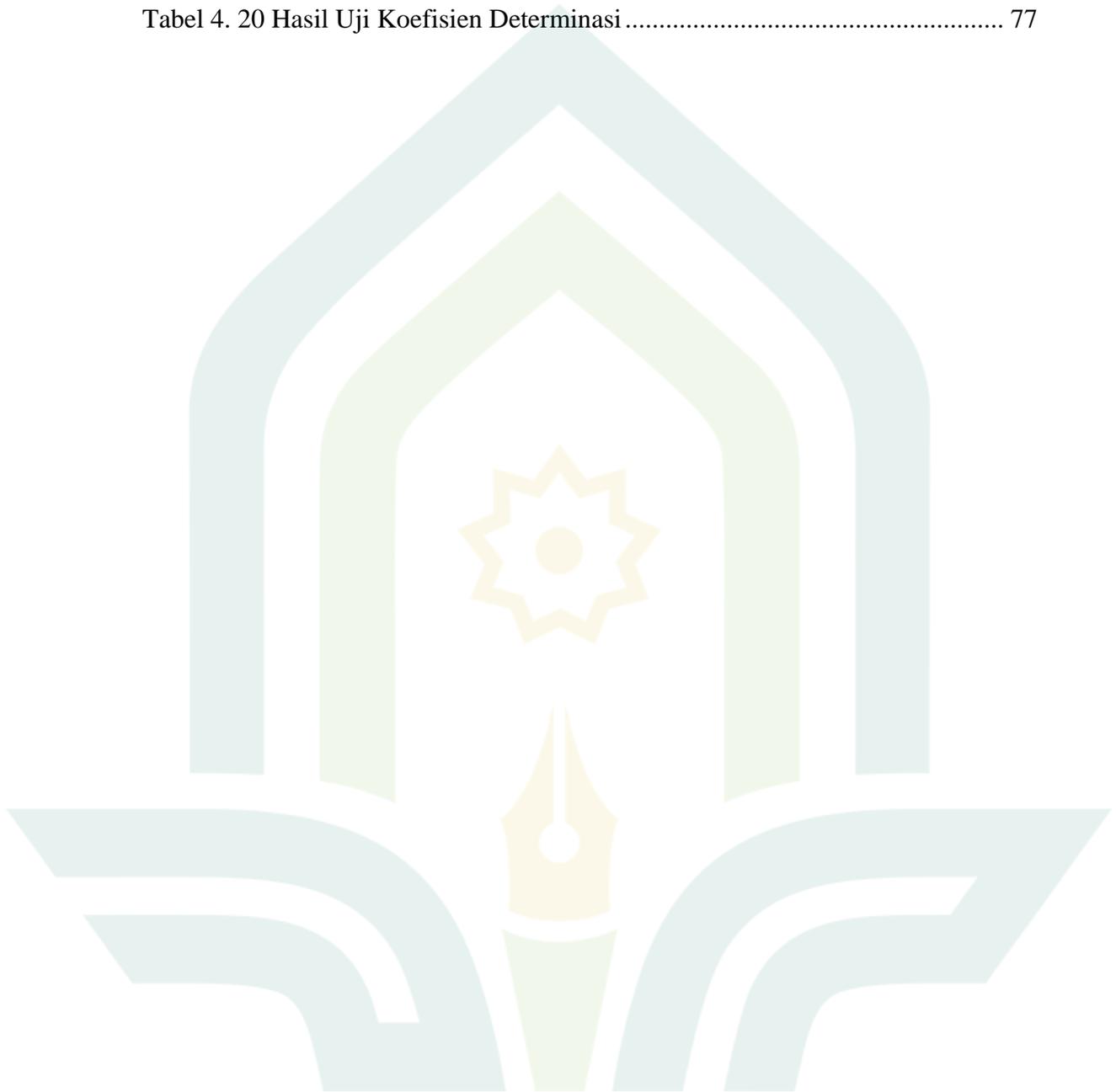
9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

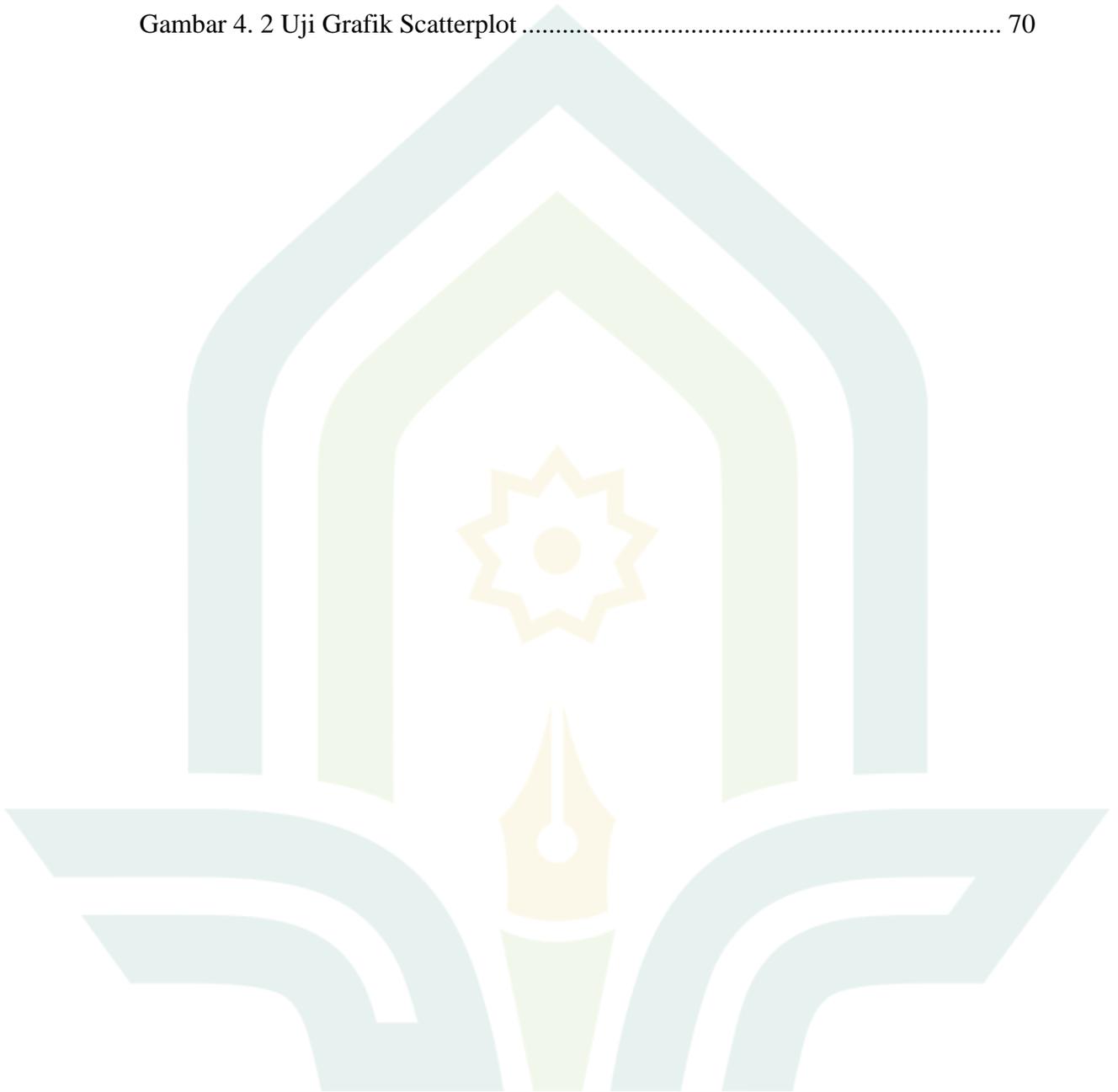
Tabel 1. 1 Data Penjualan Sepatu Toko Olahraga Aimar Sport Pekalongan Tahun 2023.....	7
Tabel 1. 2 Data Penjualan Sepatu Toko Olahraga Galery Asa Sport Pekalongan Tahun	7
Tabel 1. 3 Data Penjualan Sepatu Toko Olahraga AR Sport Pekalongan Tahun 2023.....	8
Tabel 1. 4 Mini Riset Alasan Pembelian Produk Specs.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Uji validitas indikator variabel.....	45
Tabel 3. 3 Uji reliabilitas indikator variabel	46
Tabel 3. 4 Skala Likert	49
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	59
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Produk Specs dalam Satu	60
Tabel 4. 5 Variabel Lingkungan.....	61
Tabel 4. 6 Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 4. 7 Variabel Harga	62
Tabel 4. 8 Variabel Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4. 9 Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linieritas Lingkungan	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk.....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linieritas Harga	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linieritas Kepuasan Konsumen.....	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas	69

Tabel 4. 17 Hasil Uji Statistik Glesjer	71
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	75
Tabel 4. 19 Hasil Uji f (Simultan).....	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	77



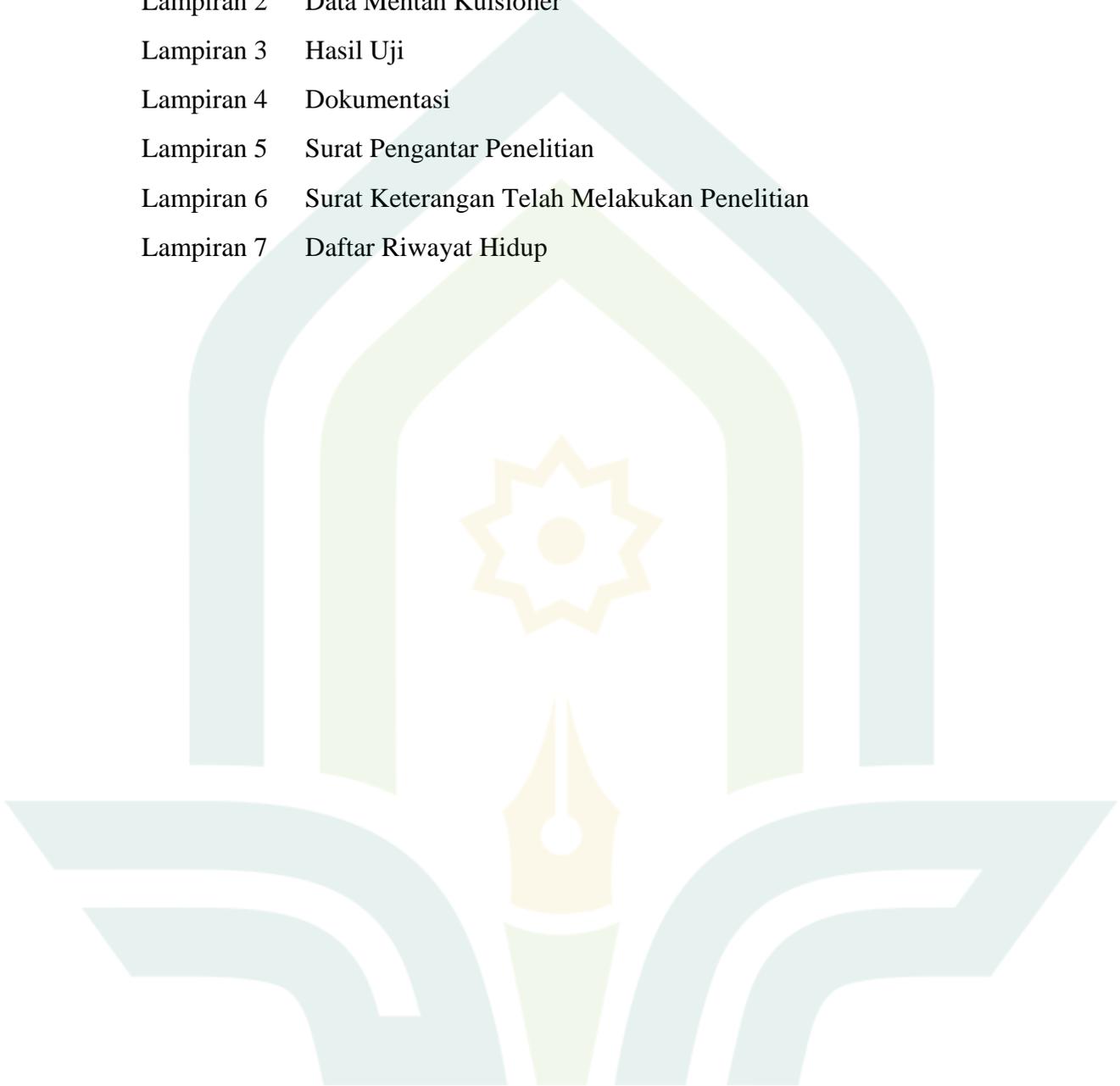
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Grafik Normal Probability Plot	65
Gambar 4. 2 Uji Grafik Scatterplot	70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Data Mentah Kuisisioner
- Lampiran 3 Hasil Uji
- Lampiran 4 Dokumentasi
- Lampiran 5 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 6 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang kian modern menjadikan olahraga menjadi kebutuhan yang sangat diperlukan oleh manusia untuk menjaga kesehatan. Salah satu kegiatan olahraga yang banyak diminati adalah sepakbola, karena dapat dilakukan oleh semua kalangan tanpa melihat jenis kelamin maupun umur (Anam, 2020). Selain untuk menjaga kesehatan, Olahraga sepakbola juga dijadikan sebagai sebuah industri yang menawarkan berbagai peluang bisnis. Pasar sepatu olahraga Indonesia semakin kompetitif karena banyaknya produsen asing dan lokal yang memperebutkan pangsa pasar, antara lain Adidas, Nike, dan Specs hanyalah beberapa merek sepatu terbaik yang tersedia di pasar Indonesia. Selain ketiga merek tersebut, Ortuseight merupakan salah satu merek lokal terbaru. Selama beberapa tahun terakhir, Ortuseight telah muncul sebagai saingan berat bagi merek lain, terutama Specs, yang menjual barang-barang lokal (Prayogo, 2020).

Specs merupakan perusahaan asli dari anak negeri. perusahaan ini didirikan pada 1994 di Jakarta. Specs awalnya merupakan rakitan dari PT.Panarub Industry yang juga produsen sepatu nike dan adidas di Indonesia. awalnya specs hanya memproduksi sepatu sepak bola, namun setelah diambil alih oleh PT.Panatrade Carake, Specs semakin masiv memproduksi sepatu futsal, badminton, hingga tenis. Specs memakai slogan “buktikan

Indonesiamu”. Diharapkan para konsumen bangga menggunakan produk asli Indonesia. karena tidak bisa dipungkiri bahwa harga produk Specs jauh lebih murah dengan produk sepatu olahraga dunia seperti Nike, Adidas, Puma, dan yang lainnya. Perusahaan Specs ini menawarkan peralatan olah raga yang memiliki kualitas yang baik dengan beberapa spesifikasi yang hampir di samakan dengan produk dari luar negeri. Seiring berjalannya waktu perusahaan ini semakin memiliki tempat di masyarakat indonesia terutama di sektor sepak bola dan futsal (Mukhlisin,2017).

Pelanggan saat ini juga sangat pemilih tentang apa yang mereka beli. Kita semua sadar bahwa ada pasokan produk yang besar dan beragam saat ini. Sebuah pengganti yang memudahkan pelanggan untuk memilih produk pilihan mereka berdasarkan preferensi dan sumber daya keuangan mereka. Syarat utama yang harus dipenuhi oleh para produsen sepatu dalam meluncurkan produkproduk barunya yaitu mereka dituntut untuk dapat memahami kebutuhan serta keinginan para kosumen melalui kreativitas dan inovasi yang berkelanjutan sehinga dapat bersaing dengan para kompetitornya. Produsen sepatu wajib menemukan solusi dalam mempertahankan dan mencari konsumen baru (Purnama, 2019).

Sebelum melakukan pembelian, konsumen melakukan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan

masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2015).

Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian baik yang ikut berperan aktif secara langsung maupun tidak. Pengaruh yang diberikan oleh orang-orang disekitar seperti keluarga, teman serta lingkungan pekerjaan dapat berdampak pada pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian. Ketika konsumen diperkenalkan terhadap suatu barang yang dibutuhkan baik oleh teman maupun keluarga dapat berujung pada pembelian barang tersebut. Seseorang bahkan mungkin memiliki keyakinan irasional bahwa memiliki produk yang digunakan oleh orang-orang di lingkungan sekitar mendorong pembelian ulang barang yang sama (Lusiana, 2018).

Salah satu faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melakukan tugasnya. Ini termasuk daya tahan keseluruhan produk, ketergantungan, akurasi, kemudahan penggunaan, dan kemampuan untuk diperbaiki (Kotler & Armstrong 2012). Menurut Ernawati bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut (Ernawati, 2019).

Setiap bisnis harus mempertimbangkan kualitas untuk memastikan produknya dapat bersaing di pasar. Pelanggan selalu menginginkan produk

yang bernilai uang dan berkualitas tinggi. Beberapa orang bahkan percaya bahwa produk dengan harga tinggi menunjukkan kualitasnya. Setiap pelanggan mengharapkan perusahaan untuk dapat mengirimkan barang-barang berkualitas tinggi karena barang-barang berkualitas tinggi sangat penting untuk keberhasilan produktivitas perusahaan (Earvano, 2018). Specs mampu menawarkan produk yang dapat menuruti keinginan pasar dengan menyuguhkan bermacam sepatu yang dibuat dari berbagai jenis bahan, seperti: kulit dan sintesis. Pemilihan bahan baku tersebut dikarenakan memiliki daya tahan yang tinggi serta memberikan rasa nyaman saat digunakan (Miftahul Anam, 2019).

Arfat Maulana, menyatakan dalam penelitiannya tahun 2019 bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk; jika kualitas produk sepatu futsal merek Specs meningkat maka keputusan pembelian sepatu futsal merek Specs juga meningkat. Namun, jika kualitas sepatu futsal merek Specs terus menurun maka keputusan untuk membelinya akan semakin sulit.

Keputusan para pembeli juga terpengaruh pada salah satu faktor yaitu harga. Meskipun dalam beberapa periode terakhir terdapat faktor-faktor lain yang menjadi pertimbangan lebih penting, namun harga tetaplah menjadi bagian terpenting dalam pertimbangan konsumen (Aldin, 2017). Jumlah seluruh dari nilai yang diberikan konsumen untuk dapat memiliki dan memperoleh manfaatnya serta dapat menggunakan sebuah produk maupun jasa merupakan pengertian dari harga (Kotler, 2012). Harga menciptakan bermacam persepsi yang berbeda-beda di kalangan konsumen tergantung pada

karakteristik pribadi, latar belakang, pengalaman serta lingkungan. Harga sepatu specs dapat dikatakan relatif mahal karena bahan baku yang digunakan berkualitas tinggi serta bermacam desain menawan yang memberi kesan mewah sehingga sebanding dengan harga yang diberikan. Oleh karena itu produk sepatu specs selalu menjajikan kenyamanan bagi konsumennya (Nashrullah, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Reza Pahlevi, dkk pada 2020 menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan menunjukan variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

Faktor berikutnya yang berpengaruh pada keputusan pembelian yaitu kepuasan konsumen. Ketika pelanggan menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan mereka telah terpenuhi secara baik untuk memenuhi kepuasan mereka, mereka dikatakan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2012). Untuk sebagai upaya meningkatkan minat pembelian maka dibutuhkan tolak ukur sebagai penilai dimana yang berperan untuk tolak ukur tersebut yaitu kepuasan pelanggan. Sebelum membuat keputusan untuk membeli barang atau jasa, konsumen sering kali terlibat dalam sejumlah tahapan aktivitas yang saling terkait. Ini disebut sebagai minat beli (Wicaksono dkk, 2019).

Dalam penjualan produk kepuasan merupakan faktor yang sangat penting. Konsumen akan merasa puas ketika harapan dari konsumen terhadap produk tersebut telah terpenuhi, sehingga akan memunculkan rasa niat pembelian dimana hal ini terjadi pada konsumen yang akan loyal terhadap produk tersebut (Djumarno dkk, 2017). Kemaz Miftahul Rizki dalam penelitiannya tahun 2019 menunjukkan hasil loyalitas pelanggan dipengaruhi

secara signifikan oleh kepuasan pelanggan. Artinya, peningkatan kepuasan pelanggan akan menghasilkan peningkatan loyalitas pelanggan yang signifikan, yang secara parsial memediasi hubungan antara harga terhadap niat beli dan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika ada loyalitas pelanggan, variabel harga yang berpengaruh signifikan terhadap niat beli dan kepuasan pelanggan akan semakin besar.

Keputusan Pembelian oleh konsumen merupakan faktor yang mendukung hal tersebut. Bagi perusahaan pembelian terhadap sebuah produk merupakan sesuatu yang amat penting karena dalam masyarakat akan mengakibatkan terjadinya perkembangan dan berkelanjutan dalam pembelian (Fakaubun, 2018). Dalam jangka waktu tertentu di mana ada perilaku pembelian konsumen terhadap barang atau jasa di mana berdasarkan pengalaman pada masa lampau merupakan pengertian dari minat beli yang berulang (Suryana dan Dasuki, 2013). Faktor-faktor yang memberi pengaruh terhadap minat Pembelian konsumen berkaitan dengan perasaan dan emosi (Basu dan Irawan, 2001). Salah satu alasan yang dapat memperkuat minat beli yaitu apabila seseorang merasa puas dan senang ketika membeli barang maupun jasa.

Pada daerah Jawa Tengah kabupaten ini adalah salah satu yang memiliki minat yang besar terhadap sepak bola, terbukti dengan adanya banyak turnamen tahunan antar desa atau antar klub. Baik turnamen sepak bola yang diselenggarakan oleh ASKAB PSSI maupun organisasi lainnya. Hal ini

menjadikan kabupaten Pekalongan menjadi pangsa pasar yang besar dalam produk peralatan sepakbola khususnya pada produk sepatu.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara awal terhadap 3 toko sepatu yang berada di kabupaten Pekalongan yakni, Galery Asa Sport, AR Sport dan Aimar Sport. Dari ketiga toko tersebut sepatu merk Specs menjadi favorit dari konsumen. Sepatu merk Specs mendapatkan penjualan terbanyak mengalahkan merk sepatu yang lain diantaranya, Nike, Ortuseight, Spotec, Calci dan Sevspo. Untuk lebih jelasnya berikut tabel penjualan sepatu dari ketiga toko tersebut.

Tabel 1. 1
Data Penjualan Sepatu Toko Olahraga Aimar Sport Pekalongan Tahun 2023

No	Merek	Penjualan Toko (%)				
		Januari	Februari	Maret	April	Mei
1	Specs	27	25	13	15	23
2	Ortuseight	17	12	4	8	12
3	Lain-lain	5	8	3	3	8
	Total	183				

Sumber: Data penjualan toko Aimar Sport Pekalongan, 2023.

Tabel 1. 2
Data Penjualan Sepatu Toko Olahraga Galery Asa Sport Pekalongan Tahun

No	Merek	Penjualan Toko (%)				
		Januari	Februari	Maret	April	Mei
1	Specs	8	12	7	6	9
2	Ortuseight	6	10	6	6	3
3	Lain-lain	0	0	0	0	0
	Total	73				

Sumber: Data penjualan toko Galery Asa Sport Pekalongan, 2023.

Tabel 1. 3
Data Penjualan Sepatu Toko Olahraga AR Sport Pekalongan Tahun 2023

No	Merek	Penjualan Toko (%)				
		Januari	Februari	Maret	April	Mei
1	Specs	8	10	6	7	5
2	Ortuseight	8	8	2	0	4
3	Lain-lain	0	0	0	0	0
	Total	58				

Sumber: Data penjualan toko AR Sport Pekalongan, 2023.

Berdasarkan ketiga tabel diatas, penjualan sepatu didominasi oleh produk merek Specs. Dibandingkan dengan produk lokal lainnya seperti Ortuseight, Calci, Sevspo, dan lainnya, sepatu specs telah menjadi salah satu merek sepatu paling populer di Indonesia sejak tahun 1970. fakta bahwa Ortuseight didirikan pada tahun 2018, produk yang ditunjukkan pada tabel di atas masih mampu bersaing dengan Specs dalam beberapa hal.

Sebelum penelitian ini dilaksanakan, peneliti terlebih dahulu mengadakan riset awal terhadap 10 responden pengguna produk Specs dengan mengajukan pertanyaan terkait alasan apa yang melatarbelakangi mereka melakukan Pembelian produk Specs.

Tabel 1. 4
Mini Riset Alasan Pembelian Produk Specs

No	Faktor Penyebab	Jumlah Responden	Prosentase
1	Lingkungan	3	30%
2	Kualitas Produk	4	40%
3	Harga	1	10%
4	Kepuasan Konsumen	4	40%
	Jumlah	10	100%

Sumber: Pra-Survei, Agustus, 2023

Berdasarkan Tabel 1.4 diketahui bahwa faktor kualitas produk dan kepuasan konsumen sebesar (40%). Artinya bahwa kedua faktor tersebut

menjadi faktor pendorong utama seseorang melakukan Pembelian produk Specs. Sedangkan faktor harga sebesar (10%) disini menunjukkan bahwa harga bukan satu masalah bagi konsumen, mengingat bahwa harga sepatu merek Specs relatif mahal jika dibandingkan dengan produk lokal lainnya. Faktor berikutnya yang melatarbelakangi Pembelian konsumen pada produk Specs yaitu faktor lingkungan (30%).

Lingkungan dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari seseorang. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ruth Felicia Angelika Pasaribu, dkk (2019) yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Toko dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada PT. Matahari Putra Prima, Tbk Hypermart Sun Plaza Medan” memperoleh hasil lingkungan toko dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. matahari Putra Prima, Tbk (Hypermart) Sun Plaza Medan.

Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Kustin Hartini dan Inggriani (2020) yang berjudul “Pengaruh pendapatan dan lingkungan sosial terhadap keputusan pembelian secara *taqsith*” dengan hasil penelitian menyebutkan bahwa pendapatan dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *taqsith*.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Adil Fadillah dan Novia Tifani (2018) dengan judul “Pengaruh Lingkungan Sosial, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada pengguna iPhone di Kota Bogor)” menunjukkan hasil bahwa Variabel Lingkungan Sosial berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian.

Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan membeli dari seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh M.Arfatl Maulanal (2019) dengan judul “Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek specs dikota Tegal” didapat hasil penelitian yakni keputusan pembelian sepatu futsal merk Specs sangat, positif, dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk dan inovasi.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Anggita Dian Setyani dan Rokh Eddy Prabowo (2020) dengan judul “Pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek adidas (studi di toko original *sportcenter* cabang Medoho Semarang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kualitas produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Faiz Bagas Nashrullah (2021) dengan judul “Pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian produk sepatu sepak bola merek specs di Klaten”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keputusan pembelian sepatu bola dari merek Specs dipengaruhi secara simultan dan parsial oleh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut.

Harga dan kualitas produk suatu barang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari seseorang. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Rizall Mahmudil (2021) menunjukkan adanya pengaruh dari harga dan kualitas produk dalam pengambilan keputusan membeli. Dengan judul “Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap Keputusan pembelian sepatu futsal dan

bola merek specs di Toko keranjang bola Sidoarjo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pada toko Bola Basket di Sidoarjo, keputusan pembelian sepatu futsal Specs dan bola sepak sangat dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Ega Earvano (2018) dengan judul “Pengaruh citra merek, kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu futsal Specs di kota Magelang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Di Kota Magelang, keputusan konsumen untuk membeli sepatu futsal Specs dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain citra merek, kualitas produk, desain, dan harga.

Keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh Lingkungan, harga dan kualitas produk namun juga dipengaruhi oleh kepuasan yang diterima oleh konsumen. Seperti halnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Tri Putra Ganesha, Sriayu Rinanda, dan Vicky F Sanjaya (2020) dengan judul penelitian “Hasil penelitian menyebutkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Lalu kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada variabel kepuasan konsumen, hanya berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Shella Oktaviani dan Eso Hernawan (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica”. Dapat diketahui hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan

Konsumen, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji simultan (F) menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga Secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Beberapa penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa lingkungan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Pada penjelasan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas maka penulis mengambil judul untuk penelitian yaitu **Pengaruh Lingkungan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu merek Specs (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan).**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan, diantaranya ialah:

1. Apakah variabel lingkungan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs?
2. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs?
3. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs?

4. Apakah variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan Pembelian sepatu merek Specs?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel lingkungan terhadap keputusan Pembelian sepatu merek Specs
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan Pembelian sepatu merek Specs
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan manfaat baik secara praktif maupun praktis didapatkan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu merek Specs di kalangan masyarakat Kabupaten Pekalongan.
 - b. Penelitian ini dapat menjadi sarana untuk menerapkan teori-teori yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat Kabupaten Pekalongan

Hasil penelitian ini dapat menjadi pengetahuan mengenai perilaku konsumen terutama dalam hal keputusan pembelian suatu produk.

b. Bagi Universitas

Manfaat penelitian ini bagi universitas adalah dapat menambah koleksi pustaka yang bermanfaat bagi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

c. Bagi Peneliti lainnya

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan acuan dalam penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dari skripsi ini, peneliti membagi 5 bab antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian serta Sistematikan Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis mengemukakan Dasar Teori untuk memecahkan sebuah permasalahan dalam penelitian skripsi ini, yang membahas tentang pengertian dari Lingkungan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen dan

Keputusan Pembelian pada bab ini selain landasan teori juga ada Tinjauan Pustaka, Kerangka Pikir serta Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab 3 penulis menjelaskan berkaitan dengan metode penelitian yang dapat diidentifikasi sebagai berikut, jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian yang meliputi lokasi dan waktu penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis mendeskripsikan data yang diperoleh dilapangan, menganalisis berkaitan dengan hasil penelitian serta mengkaitkan hasil analisis data dengan penelitian terdahulu serta teori-teori yang dipakai penulis di bagian pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab 5 penulis mengemukakan simpulan dan saran, daftar pustaka atau rujukan yang dipakai dalam menyelesaikan penelitian skripsi, serta lampiran-lampiran yang mendukung penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan dilakukannya penelitian ini guna untuk membuktikan pengaruh dari variabel independen atau bebas seperti Lingkungan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen dalam mempengaruhi variabel dependen atau terikat yaitu Keputusan Pembelian Sepatu merek Specs (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan).

Dengan kesimpulannya sebagai berikut:

1. Variabel lingkungan berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu merek Specs (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan).
2. Variabel kualitas produk berpengaruh secara positif serta signifikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu merek Specs (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan).
3. Variabel Harga (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu merek Specs (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan).
4. Variabel Kepuasan Konsumen (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu merek Specs. (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan).

5. Lingkungan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu merek Specs (Studi Pada Pengguna Muslim di Kabupaten Pekalongan).

B. Saran

Dari hasil analisa diatas yang dilakukan peneliti serta pembahasan yang telah disajikan, maka peneliti menyampaikan saran:

1. Pembeli sepatu hendaknya sebelum membeli mencari pertimbangan dalam berbagai hal yakni kualitas sepatunya, harga, pelayanan dari toko dan meminta saran dari berbagai orang termasuk keluarga dan teman.
2. Untuk perusahaan sepatu merk specs agar tetap mempertahankan kualitas yang sudah dipercayai oleh para penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldin, I. K. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Kredibilitas Endorser, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Specs (Studi Kasus Terhadap Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas se-Tangerang Selatan)" *Bachelor's Thesis*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.
- Alexi, M., Zulkarnain, Z., & Musfar, T. F. 2017. "Pengaruh Brand Image Dan Product Design Terhadap *Purchase Decision* Dan *Repurchase Intention* Pada Produk Sepatu Futsal Merek Specs Di Kota Pekanbaru" *Doctoral Dissertation*. Riau: Universitas Riau.
- Anam, M. 2021. "Pengaruh Brand Image, Product Design Dan Celebrity Endorser Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Sepatu Sepak Bola Merek Specs)" *Doctoral Dissertation*. Kebumen: Universitas Putra Bangsa.
- Apriansa, F. 2020. "Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mm Fashion Murah Meriah Di Kec. Ilir Barat I Kota Palembang" *Doctoral Dissertation* Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. 2018. "Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif" *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang*, Vol. 6, No.1.
- Bagas, Faiz Nashrullah. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Sepak Bola Merek Specs Di Klaten" Klaten: Universitas Widya Dharma Klaten.
- Bagus Saputra, Ade. Natalia Ratna Ningrum, Anindita Imam Basri. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepatu" *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 No. 1.
- Earvano, Ega. 2018. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Futsal Specs Di Kota Magelang" *Doctoral Dissertation*. Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Emawati, Lusiana. 2018. "Pengaruh Selera Konsumen Dan Lingkungan Sosial Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konveksi Jini Collection)" Kudus: Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Ependi, R., & Subkhan, M. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu

- Futsal Specs (Studi Kasus Pada Produk Sepatu Futsal Specs)” *Doctoral Dissertation*. Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha.
- Fajri, S. S. 2018. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Desain, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Nike (Studi Kasus pada Toko Mukhlis Sport Klaten)” *Doctoral Dissertation*. Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fitria Kalsum Fakaubun, Ummi. 2019. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Adidas Di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo, Malang)” *Jurnal Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Islam Malang*, Vol. 4, No. 2.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusrita, D., & Rahmidani, R. 2019. “Pengaruh Marketing Mix dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita di Kota Padang” *Jurnal Ecogen*, Vol. 1, No. 4.
- Ganesha, T. P., & Rinanda, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Thrift Store di Instagram. *Jurnal Entrepreneur dan bisnis (JEBI)*, 1(2).
- Hadi Fajriyan, Ridhwan. 2021. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Sepak Bola Adidas” *Skripsi*. Jakarta: Universitas Trilogi Jakarta Selatan.
- Hartini, K., & Inggriani, I. (2020). “Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Taqsith” *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1.
- Hutabarat, D. L., & Sukresna, I. M. 2019. “Analisis Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Dan Minat Word Of Mouth (Studi Empiris pada Du Cafe Semarang)” *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, Vol. 16, No. 2.

- Irzad Aditya Imran, Moch. 2018. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar” *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1.
- Jurnaiti, J., & Lubis, A. R. 2017. “Pengaruh Consumer Involvement, Kredibilitas Sumber Informasi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Pada Konsumen Obat Pada Apotek Di Kota Banda Aceh)” *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan*, Vol. 8, No. 3.
- Khumairo, K., Lukiana, N., & Kasim, K. T. 2018. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang” *In Proceedings Progress Conference*, Vol. 1, No. 1.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kusuma, L. A. 2021. “Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Pada Produk Sepatu Futsal Merek Ortuseight Di Daerah Istimewa Yogyakarta” *Doctoral Dissertation*, Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. 2019. “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan” *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 5, No. 1.
- Mahmudi, R., & Sitohang, F. M. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Dan Bola Merek Specs Di Toko Keranjang Bola Sidoarjo” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, Vol. 10, No. 6.
- Maulana, M. A. 2020. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs Di Kota Tegal” *Doctoral Dissertation*. Tegal: Universitas Pancasakti Tegal.
- Mujahiddin, I. 2020. “Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sepatu Sepak Bola Specs Di Surabaya” *Doctoral Dissertation*. Surabaya: STIE Mahardhika.

- Mukhlisin, D. Z. (2017). *Pengaruh harga dan citra merek terhadap loyalitas konsumen produk specs: Studi pada konsumen di toko Barcelona Kosambi Bandung* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Nitriya, J. E. 2016. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan" *Doctoral Dissertation*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Oktaviani, S. (2022). *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica* (Doctoral dissertation, Universitas Buddhi Dharma).
- Pahlevi, M. K. R., Yuliniar, Y., & Simarmata, P. 2020. "Analisis Minat Beli Konsumen Sepatu Reebok" *In Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* Vol. 1.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. 2020. "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang)" *Solusi*, Vol. 18, No. 4.
- Prayogo, R. R., Saragih, L. S., & Pramana, D. 2020. "Explorasi Hubungan Kualitas Produk, Endorser Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs" *Jurnal Bisnis Indonesia*, Vol. 11, No. 01.
- Purnama, A. G. 2019. "Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepatu Converse All Star: Studi pada santri putera Pondok Pesantren Mahasiswa Universal CipadungBandung" *Doctoral Dissertation*. (Bandung: UIN Sunan Gung Djati Bandung).
- Rahman, Abdul. 2019. "Pengaruh Citra Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)" *Skripsi*. Padang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Sepatu Nike Running Di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening" *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 1.
- Ratman, I. I., & Undang Juju, S. E. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Oval Shoes Bandung" *Doctoral Dissertation*. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung.

- Redo, F., & Iskandar, D. A. 2018. "Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sepatu futsal" *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Vol. 1, No. 1.
- Rizki, K. M. 2019. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Harga Terhadap Niat Pembelian yang di Mediasi Kesetiaan Pelanggan pada Produk Sepatu Adidas di Surabaya" *Doctoral Dissertation*. Surabaya: STIE Perbanas Surabaya.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi Di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang)" Semarang: Unisbang.
- Siahaan, I. 2018. "Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan)" Medan: Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Simanjuntak, N. 2021. "Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas HKBP Nommensen" Medan: Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Suarsa, S. H., Sugesti, H., & Sayuliawati, C. N. (2020). Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 No. 1 Februari 2020. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Lampiran 7

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama : Dika Kurnia Anggoro
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 6 Maret 1998
Agama : Islam
Alamat : Desa Podo RT 18 RW 02 Kecamatan Kedungwuni
Kabupaten Pekalongan
Email : angga.dikakurnia06@gmail.com

B. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Kisman
Pekerjaan : Pedagang
Nama Ibu : Kunaeroh
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Desa Podo RT 18 RW 02 Kecamatan Kedungwuni
Kabupaten Pekalongan

C. RIWAYATPENDIDIKAN

1. SD N 01 Podo kedungwuni Lulus Tahun 2011
2. SMP Islam Walisongo Kedungwuni Lulus Tahun 2013
3. SMK Gondang Wonopringgo Lulus Tahun 2015
4. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Lulus Tahun 2023

Demikian penulis buat dengan sebenar-benarnya, semoga bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Pekalongan, 07 Novermber 2023`
Yang bersangkutan,



DIKA KURNIA ANGGORO
NIM. 4117313