

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kecintaan masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Kota Bandung akan olahraga futsal. Dalam bidang olahraga, sepatu berfungsi untuk memaksimalkan performa penggunanya dalam berolahraga. Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana desain produk, harga, dan keputusan pembelian sepatu futsal merek Adidas dan seberapa besar pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal merek Adidas.

Menurut Kotler dan Amstrong (2009:202) terdapat beberapa pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk diantaranya; pilihan produk (desain, kualitas, kemasan), pilihan merek, pilihan penyalur (lokasi yang dekat, harga yang murah), jumlah pembelian, waktu pembelian dan metode pembayaran. Penelitian ini mengulas pengaruh dan signifikansi dari desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek Adidas secara parsial.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna produk sepatu futsal merek Adidas di Kota Bandung dengan sampel yang diambil sebanyak 96 orang responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode studi deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan alat pengumpulan data kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan teknik *convenience sampling*.

Berdasarkan rumusan masalah penilaian konsumen terhadap desain produk sepatu futsal Adidas dinilai baik dengan persentase sebesar 79,83%, terhadap harga sepatu futsal Adidas dinilai baik dengan persentase sebesar 80,75%, terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Adidas dinilai baik dengan persentase sebesar 79,5%. Desain produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Adidas sebesar 30,4% dan pengaruh yang dimiliki harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Adidas sebesar 22,9%.

Kata kunci: desain produk, harga, keputusan pembelian