



**PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU ADIDAS DI  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Di ajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1 Bidang Ilmu Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Widya Kartika

Oleh:  
**Stanley Michael Bryan**  
NRP: 111.19.058

**PEMBIMBING :**  
**Dr. Erna Ferrinadewi, SE., MM.**  
NIP: 1/614/08.10/00.11/011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA  
2023**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat, dan KaruniaNya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul "Perilaku Pembelian Konsumen Sepatu Adidas di Tunjungan Plaza Surabaya" Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Studi-S1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Kartika.

Pada kesempatan kali ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, SE., MM. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika dan selaku Dosen Pembimbing 1 (Satu).
2. Yth. Pak Muis Murtadho SE., MM. Selaku Dosen Wali dan selaku Dosen Pembimbing 2 (Dua)
3. Yth. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika.
4. Yth. Kedua Orang tua saya atas bimbingan, dukungan, dan doa yang selalu di berikan.

Saya menyadari di dalam penelitian skripsi ini masih terdapat kekurangan. Saya mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Surabaya, 26 Agustus 2022



**Stanley Michael Bryan**

## ABSTRAK

Stanley Michael

Skripsi,

Perilaku Pembelian Konsumen Sepatu Adidas di Tunjungan Plaza  
Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana perilaku pembelian konsumen terhadap sepatu Adidas di Adidas Store Tunjungan Plaza Surabaya. Perusahaan sepatu Adidas yang tergolong lama dalam industri sepatu dan pada saat ini tertinggal oleh pesaingnya yaitu Nike. Jumlah narasumber yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 orang narasumber dengan menggunakan metode analisis data kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian membuktikan bahwa sikap dan perilaku konsumen dalam membeli sepatu Adidas di Tunjungan Plaza Surabaya terbentuk oleh faktor sosial, dan juga konsep diri (*self-concept*). Terbentuknya faktor sosial terhadap perilaku mereka didasari oleh saran dan juga informasi yang diberikan oleh teman dan keluarga mereka sehingga pada akhirnya meningkatkan kepercayaan mereka dalam membeli sepatu Adidas. Selain dari faktor sosial, adapun juga konsep diri yang membentuk perilaku mereka. Terbentuknya konsep diri terhadap perilaku mereka didasari oleh adanya motivasi dan emosi yang timbul dikarenakan adanya keinginan mereka untuk menyamakan gaya hidup, merasa tidak ingin ketinggalan dengan lingkup sosial mereka, dan merasa malu/gengsi apabila tidak bisa mengikuti tren yang ada.

**Kata kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*Stanley Michael*

*Thesis*

*Consumer Purchasing Behavior of Adidas Shoes at Tunjungan Plaza  
Surabaya*

*This study aims to study how consumer purchasing behavior towards Adidas shoes at Adidas Store Tunjungan Plaza Surabaya. The shoe company Adidas is relatively long in the shoe industry and is currently lagging behind its competitor, Nike. The number of resource persons used in this study was 10 speakers using descriptive qualitative data analysis methods.*

*The results of the study proved that consumer attitudes and behaviors in buying Adidas shoes at Tunjungan Plaza Surabaya were formed by social factor, and also self-concept. The formation of social factors towards their behavior is based on advice and also information provided by their friends and family so that in the end it increases their confidence in buying Adidas shoes. Apart from social factors, there is also a self-concept that shapes their behavior. The formation of self-concept towards their behavior is based on the presence of motivation and emotions that arise due to their desire to equalize lifestyle, feel unwelcome Falling behind with their social sphere, and feeling ashamed/prestige if they can't keep up with existing trends.*

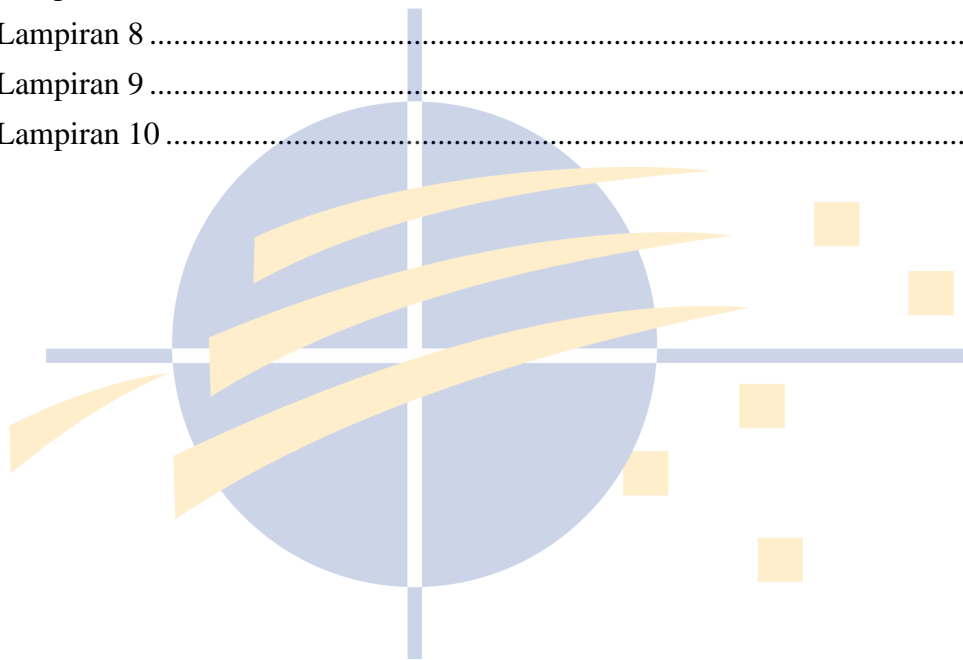
***Keywords: Consumer Behavior, Purchase Decision***

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	I
ABSTRAK .....	II
<i>ABSTRACT</i> .....	III
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR TABEL.....	VII
DAFTAR GAMBAR .....	VIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
Gambar 1.1 Sepatu Olahraga Adidas Ultraboost 1.0 .....	2
Gambar 1.2 Adidas Store Tunjungan Plaza 3 Lt UG, Surabaya.....	3
Gambar 1.3 Data Penjualan Sepatu Adidas di Seluruh Dunia Tahun 2000-2021 ..	4
Gambar 1.4 Data Brand Olahraga Dengan Pendapatan Terbesar Secara Global ...	5
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Lingkup Penelitian .....	8
1.6 Sistematika Skripsi .....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian terdahulu.....	10
2.1.1 Aryo Bagus Wicaksono (2020) .....	10
2.1.2 Raka Dimas Saputra (2020).....	11
2.1.3 Nandini Aisyah Isnan (2020).....	11
2.2 Persamaan & Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	12
2.3 Landasan Teori .....	13
2.3.1 Pemasaran .....	13
<b>2.3.1.1 Konsep Pemasaran.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3.1.2 Tujuan Pemasaran.....</b>	<b>15</b>
<b>2.3.1.3 Fungsi Pemasaran.....</b>	<b>16</b>

2.3.1.4 Strategi Pemasaran.....	16
2.3.1.5 Bauran Pemasaran.....	17
2.3.1.6 Bauran Promosi .....	21
2.3.2 Pengertian Konsumen .....	21
2.3.2.1 Jenis – Jenis Konsumen .....	23
2.3.3 Perilaku Konsumen.....	24
2.3.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	25
2.3.3.2 Model Perilaku Konsumen .....	30
2.3.4 Pengertian Keputusan Pembelian .....	32
2.3.4.1 Proses Keputusan Pembelian .....	32
2.3.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	34
2.4 Pengertian Desain Produk .....	35
2.5 Teori Konsep Diri.....	36
2.5.1 Definisi Konsep Diri .....	36
2.5.2. Dimensi Konsep Diri.....	37
2.5.3. Aspek Konsep Diri .....	38
2.6 Kerangka Penelitian .....	42
Bab III .....	43
METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2 Sumber Penelitian.....	43
3.3 Teknik pengumpulan data .....	44
3.4 Teknik Analisis Data .....	47
BAB IV .....	50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Deskripsi Narasumber .....	50
4.2 Hasil Pembahasan.....	51
4.3 Analisa Wawancara .....	61
4.3.1 Faktor Sosial Yang Membentuk Perilaku Narasumber .....	62
4.3.2 Konsep Diri Yang Membentuk Perilaku Narasumber.....	62
BAB V.....	64
KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran .....	64

DAFTAR PUSTAKA .....	66
Lampiran 1 .....	67
Lampiran 2 .....	69
Lampiran 3 .....	71
Lampiran 4 .....	73
Lampiran 5 .....	75
Lampiran 6 .....	77
Lampiran 7 .....	79
Lampiran 8 .....	81
Lampiran 9 .....	83
Lampiran 10 .....	85



UWIKKA