

ANALISIS KOMPARASI KUALITAS PRODUK SEPATU CONVERSE DAN

SEPATU VANS

(Studi Kasus Masyarakat Kota Surabaya)

SKRIPSI



Oleh:

ARSYAD DHEA ERLANGGA

NPM. 17042010020

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS KOMPARASI KUALITAS PRODUK SEPATU CONVERSE DAN
SEPATU VANS**

(Studi Kasus Masyarakat Kota Surabaya)

Disusun Oleh :

ARSYAD DHEA ERLANGGA

NPM. 17042010020

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING**



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si

NIP. 196805011994032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA

NIP. 195807011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KOMPARASI KUALITAS PRODUK SEPATU CONVERSE
DAN SEPATU VANS (STUDI KASUS MASYARAKAT SURABAYA)**

Disusun Oleh:
ARSYAD DHEA ERLANGGA
NPM. 17042010020

Telah Diuji kebenarannya oleh tim verifikasi dan penguji serta dipublikasikan
pada Jurnal Ilmu Komputer Dan bisnis (Sinta 6) Vol XII No 1 Edisi Mei 2021

Pada Tanggal 30 April 2021

Menyetujui,

Pembimbing



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

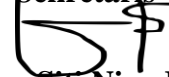
Tim Penguji

1. Ketua



Dra. Jojok D. Sos. M.Si
NPT. 370119500421

2. Sekretaris



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406211990032001

3. Anggota



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP 196805011994032001

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno. MS. CHRA
NIP. 19580701198731001

ABSTRAKSI

ARSYAD DHEA ERLANGGA, 17042010020, ANALISIS KOMPARASI KUALITAS PRODUK SEPATU CONVERSE DAN VANS (Studi Kasus Masyarakat Kota Surabaya)

Fashion menjadi salah satu bidang yang digemari oleh masyarakat. Hal ini ditunjang oleh data dari Ditjen Aptika yang menunjukkan jumlah pembelian produk fashion menempati presentase tertinggi, yakni sebesar 37.6%. Sepatu sneakers menjadi salah satu produk fashion yang digemari oleh kalangan remaja. Berdasarkan pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diketahui Converse dan Vans merupakan merek yang paling banyak digemari oleh masyarakat kota Surabaya. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat perbedaan kualitas produk antara sepatu merek Converse dan Vans. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif komparatif yang dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang dipilih oleh peneliti adalah masyarakat kota Surabaya dengan sampel pengguna sepatu merek Converse dan Vans yang berusia 17 tahun keatas. Teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 100 orang.

Berdasarkan hasil uji komparasi yang dilakukan melalui uji Wilcoxon, maka dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas produk sepatu Converse dan Vans melalui dimensi Kinerja, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Daya Tahan, Kemampuan Pelayanan, Estetika, dan Persepsi Kualitas.

Kata Kunci : Analisis Komparasi, Sepatu, Kualitas Produk.

ABSTRACT

The Directorate General of Aptika stated that fashion is one of the fields with the highest percentage of purchases, which is 37.6%. Sneakers are one of the fashion products favored by teenagers. Based on pre-research conducted by researchers, it is known that Converse and Vans are the most popular brands in the city of Surabaya. Through this research, the researcher wanted to find out whether there was a difference in product quality between Converse and Vans brand shoes. This type of research is a comparative descriptive study conducted using quantitative methods. The population chosen is the people of Surabaya with a sample of Converse and Vans shoe users aged 17 years and over. The sampling technique used purposive sampling with a total of 100 people. Based on the results of the comparative test conducted through the Wilcoxon test, it can be seen that there is a significant difference between the quality of Converse and Vans shoe products through the dimensions of Performance, Conformity with Specifications, Durability, Service Capability, Aesthetics, and Perceptions of Quality.

Keywords : *Comparative Analysis, Shoes, Product Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Komparasi Kualitas Produk Sepatu Converse dan Sepatu Vans (Studi Kasus Masyarakat Kota Surabaya)”**.

Selama penulisan skripsi ini, penulis mengalami berbagai kendala dan kesulitan, namun penulis bersyukur karena dapat menyelesaikannya tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si selaku dosen pembimbing, dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Saya mengucapkan terimakasih.

Pada kesempatan kali ini, penulis juga menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak DR. DRS.EC. Gendut S., MS, CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini.
5. Sahabat dan teman-teman Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2017 yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan laporan ini.

Surabaya, 09 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSATAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Pemasaran	10
2.2.2 Manajemen Pemasaran	11
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.2.4 Klasifikasi Produk.....	13
2.2.5 Kualitas Produk.....	15
2.3 Kerangka Berpikir.....	21
2.4 Hipotesis	25
BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.2.1 Definisi Operasional	27
3.2.2 Pengukuran Variable.....	29
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	30

3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	30
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Jenis Data	32
3.4.2 Sumber Data.....	33
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Teknik Uji Instrumen dan Teknik Analisis Data	34
3.5.1 Teknik Uji Instrumen	34
3.5.1.1 Uji Validitas	34
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	35
3.5.2 Teknik Analisa Data	36
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	36
3.5.2.2 Uji Beda T-test.....	37
3.6 Waktu Penelitian.....	41
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Sejarah Perusahaan Converse	42
4.1.2 Sejarah Perusahaan Vans	45
4.2 Penyajian Data	49
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.2.2 Analisis Data.....	52
4.2.2.1 Uji Validitas	52
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.2.2.3 Uji Normalitas.....	55
4.3 Uji Hipotesis	56

4.3.1 Perbedaan Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Kinerja.....	56
4.3.2 Perbedaan Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Kesesuaian Dengan Spesifikasi.....	58
4.3.3 Perbedaan Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Daya Tahan	62
4.3.4 Perbedaan Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Kemampuan Pelayanan	64
4.3.6 Perbedaan Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Persepsi Kualitas	70
4.4 Pembahasan.....	73
4.4.1 Analisis Deskriptif Responden.....	73
BAB V	78
KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Klasifikasi produk yang dibeli secara online

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Uji Validitas

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas

Tabel 4.6 Uji Normalitas

Tabel 4.7 Hasil Uji Wilcoxon terhadap Kinerja

Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Wilcoxon Kualitas produk terhadap Kinerja

Tabel 4.9 Hasil Uji Wilcoxon Ranks Kualitas Produk terhadap Kesesuaian dengan Spesifikasi

Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Wilcoxon Kualitas produk terhadap Kesesuaian Dengan Spesifikasi

Tabel 4.11 Hasil Uji Wilcoxon Ranks Kualitas Produk terhadap Daya Tahan

Tabel 4.12 Uji Statistik Wilcoxon Kualitas Produk terhadap Daya Tahan

Tabel 4.13 Hasil Uji Wilcoxon Ranks Kualitas Produk Terhadap Kemampuan Pelayanan

Tabel 4.14 Uji Statistik Wilcoxon Kualitas Produk terhadap Kemampuan Pelayanan

Tabel 4.15 Hasil Uji Wilcoxon Ranks Kualitas Produk Terhadap Estetika

Tabel 4.16 Uji Statistik Wilcoxon Kualitas Produk terhadap Estetika

Tabel 4.17 Hasil Uji Wilcoxon Kualitas Produk terhadap Perspsi Kualitas

Tabel 4.18 Uji Statistik Wilcoxon Kualitas Produk terhadap Persepsi Kualitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Converse

Gambar 1.2 Converse Chuck Taylor All Star '70 dan Converse Chuck Taylor All Star

II

Gambar 1.3 Sepatu Vans Authentic

Gambar 1.4 Sepatu Vans Old Skool

Gambar 1.5 Logo Vans