

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK
SEPATU OLAHRAGA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam
Membeli Sepatu Olahraga *New Balance* di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Disusun Oleh :

PASKALIS FERDINAN BEREKET KETTO

100904015/KOM

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK
SEPATU OLAHRAGA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam
Membeli Sepatu Olahraga *New Balance* di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

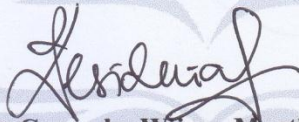
S.I.Kom Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Paskalis Ferdinan Bereket Ketto

100904015 / KOM

Disetujui Oleh :



Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos, M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Sepatu Olahraga (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sepatu Olahraga *New Balance* di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta)

PENYUSUN : Paskalis Ferdinan Bereket Ketto

NIM : 100904015

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Jumat, 22 Agustus 2014

Pukul : 14.00 WIB

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si.

Penguji Utama

Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos, M. A.

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A.

Penguji II

HALAMAN PERNYATAAN

Nama : Paskalis Ferdinan Bereket Ketto
No. Mahasiswa : 100904015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Sepatu Olahraga (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sepatu Olahraga *New Balance* di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir (skripsi) ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Tugas akhir ini, bukan merupakan hasil dari *plagiatisme*, pencurian hasil karya milik orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan yang pada hakekatnya bukan merupakan tugas akhir saya secara orisinal. Adapun data objek yang digunakan dalam tugas akhir ini, penulis dapatkan dari sumber referensi buku dan internet baik dalam bentuk *soft file* maupun *hard file* di mana kajian pustaka yang ada dalam tugas akhir ini dapat dilihat sumbernya pada bagian daftar pustaka.

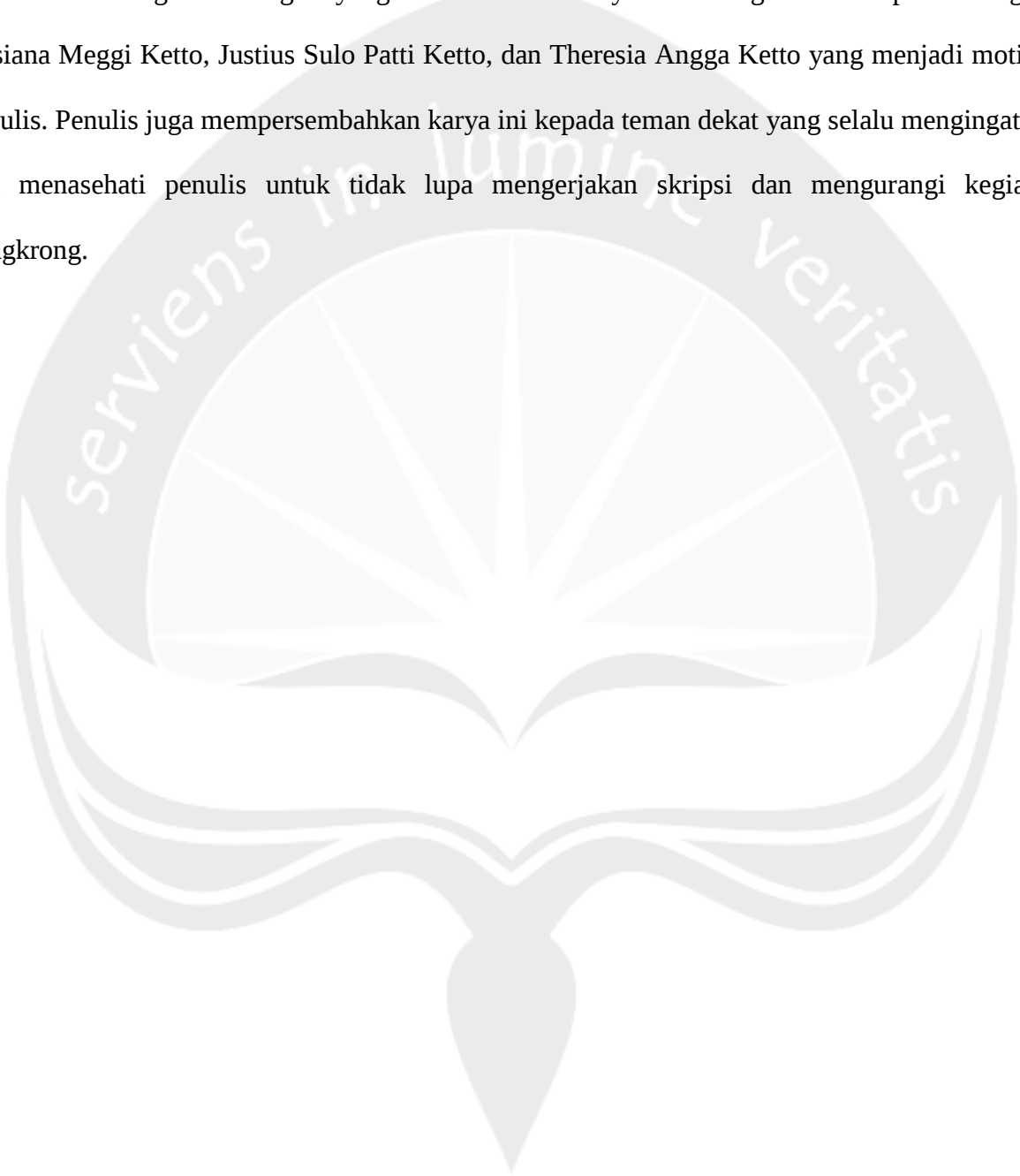
Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 22 Agustus 2014


Paskalis Ferdinan Bereket Ketto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada keluarga besar tercinta Yosef Patti Ketto dan Nelsia Sulo dengan dukungan yang tiada henti-hentinya dan ketiga saudara penulis Agnes Rosiana Meggi Ketto, Justius Sulo Patti Ketto, dan Theresia Angga Ketto yang menjadi motivator penulis. Penulis juga mempersembahkan karya ini kepada teman dekat yang selalu mengingatkan dan menasehati penulis untuk tidak lupa mengerjakan skripsi dan mengurangi kegiatan nongkrong.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan perlindungannya penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini selama dari tahap awal penyusunan hingga sampai tahap akhir. Penulis telah menghadapi banyak rintangan dan hambatan selama menyusun skripsi ini, namun karena berkat kerja keras dan penyertaan Tuhan penulis dapat menghadapi semuanya itu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Selama menyusun skripsi ini penulis juga telah mendapatkan banyak dukungan, sehingga penulis memiliki semangat yang tinggi untuk menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terkasih:

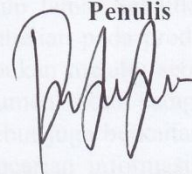
1. Tuhan Yesus Kristus Sang Juruslamat yang selalu menyertai.
2. Kedua orang tua saya yang tidak pernah berhenti mendoakan dan memberikan dukungan dengan sepenuh hati.
3. Ibu Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos, M.A. selaku dosen pembimbing yang tidak pernah lelah untuk membimbing, mengarahkan dan selalu bersabar untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, karena tanpa beliau penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua kakak dan adik yang juga tiada henti memberi semangat, motivasi, dan doa selama ini.
5. Bapak dan ibu TU FISIP yang selama ini telah memberikan banyak bantuan kepada penulis dalam kelancaran selama menjalani proses studi.
6. Rika Cynthia S yang selama ini telah memeberikan semangat, dukungan, doa dan nasehat selama ini.

7. Sahabat-sahabat terbaik dari penulis, Yorgen, Dedi, Bojes, Asyer, Andi, Brian, Doni, Ellen, Gita, Barista Singgah Coffee, Denis, Mario, Neza, Arnol, dan Yola. Terima Kasih semuanya.
8. Sahabat-sahabat KKN 64 kelompok 78 Sarigono, Samigaluh. Terima kasih semuanya sudah mendukung dan mendoakan selama ini.
9. Kedelapan narasumber dalam penelitian ini yang telah mendukung pada saat pengambilan data.
10. Seluruh teman-teman UKM futsal FISIP PS I lov u yang telah memberikan semangat selama ini dan seluruh teman-teman FISIP angkatan 2010 yang juga membantu selama ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan memberikan manfaat tidak hanya kepada penulis saja, tetapi juga kepada teman-teman mahasiswa lain dan orang yang membaca skripsi ini.

Yogyakarta, 22 Agustus 2014

Penulis



Paskalis Ferdinan Bereket Ketto

ABSTRAKSI

PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK SEPATU OLAHRAGA

(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sepatu Olahraga *New Balance* di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta)

New Balance merupakan sebuah merek sepatu yang berasal dari Amerika yang telah populer di dunia sejak tahun 1906. *New Balance* merupakan sebuah perusahaan yang menjadikan perusahaannya sebagai salah satu produsen sepatu olahraga ternama. Perusahaan *New Balance* selalu mempertahankan produknya dengan memaksimalkan desain bentuk, warna, kualitas, dan keunggulan produknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk sepatu *New Balance* diproduksi kedalam empat kategori sepatu yaitu sepatu *walking*, *running*, *sport*, dan *classics*. Produk sepatu *New Balance* menjadi sebuah merek yang fenomenal terutama di Indonesia, sehingga produknya telah banyak digunakan oleh kalangan masyarakat khususnya mahasiswa di Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan memaparkan hasil penelitian yang ditemukan di lapangan menjadi sebuah deskripsi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara mendalam, sehingga mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam membeli produk sepatu *New Balance*.

Proses pengambilan keputusan mahasiswa atau konsumen dalam membeli produk sepatu *New Balance* telah dipengaruhi oleh sumber informasi, pesan visual warna, bentuk, dan logo yang disampaikan dan ditampilkan pada produk sepatu *New Balance*, yang membuat mahasiswa tertarik akan pesan yang disampaikan dan membawa mahasiswa berada pada dua jalur yang berbeda yaitu jalur *central* dan jalur *peripheral* yang ada dalam teori komunikasi *Elaboration Likelihood Model (ELM)*. Konsumen berada pada jalur *central* ketika konsumen mampu memproses dan mengevaluasi pesan atau informasi yang diterima, sehingga konsumen berada pada tahap pembelian produk dalam jangka waktu yang cukup lama. Sebaliknya konsumen berada pada jalur *peripheral* ketika konsumen melakukan pembelian pada produk sepatu *New Balance* hanya terpengaruh dari sisi visual warna dan bentuk bukan melalui sebuah pesan atau informasi yang disampaikan, sehingga pada jalur ini konsumen akan sampai pada tahap pembelian dalam jangka waktu yang singkat. Kedua jalur tersebut juga berkaitan dengan tahap proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, mengevaluasi informasi, pembelian produk dan evaluasi produk. Pada tahap evaluasi produk, mahasiswa telah merasakan kepuasan dari segi kualitas sehingga mahasiswa melakukan pembelian ulang. Pada tahap pembelian pertama mahasiswa berada pada bentuk proses pengambilan keputusan luas dan pada tahap pembelian ulang mahasiswa berada pada bentuk proses pengambilan keputusan terbatas.

Kata Kunci: Sepatu *New Balance*, pesan atau informasi, visual, elaboration likelihood model, keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6

D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori	7
1. Teori Komunikasi	8
2. <i>Elaboration Likelihood Model</i>	11
3. Daya Tarik Visual	18
4. <i>Brand</i>	25
5. Perilaku Konsumen	27
6. Proses Pengambilan Keputusan	31
F. Kerangka Konsep	32
G. Metodologi Penelitian.....	45
1. Jenis Penelitian.....	46
2. Tipe Penelitian.....	47
3. Lokasi Penelitian.....	47
4. Subjek Penelitian.....	47
5. Teknik Pengumpulan Data.....	48
6. Teknik Analisis Data.....	49

BAB II : DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN

A. Profil Lengkap Perusahaan	52
B. Sejarah Perusahaan.....	53
C. Logo Perusahaan.....	55
D. Visi dan Misi Perusahaan.....	55
E. Produk Sepatu <i>New Balance</i>	56
F. Target Market Perusahaan.....	71

G. Aktivitas dan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	71
---	----

BAB III : DESKRIPSI DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Hasil Wawancara.....	76
B. Temuan Hasil Penelitian.....	105
1. Media <i>Twitter</i> dan <i>Facebook</i> Sebagai Media Penyampai Pesan.....	120
2. Daya Tarik Visual Ditampilkan Pada Produk Sepatu <i>New Balance</i>	127
3. Jalur <i>Elaboration Likelihood Model</i> Yang dilalui Mahasiswa.....	142
4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	151
5. Kualitas Yang Diberikan Pada Produk Sepatu <i>New Balance</i>	160
6. Proses Pengambilan Keputusan Terbatas Saat Pembelian Ulang Produk....	171

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan	178
B. Saran	181

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Karakteristik Warna.....	22
Tabel 2.1	: Triangulasi Pencarian Informasi.....	79
Tabel 3.1	: Triangulasi Isi Pesan atau Informasi Dalam Media.....	83
Tabel 4.1	: Triangulasi Pemahaman Pesan Kepada Penerima.....	92
Tabel 5.1	: Triangulasi Efek Pesan.....	93
Tabel 6.1	: Triangulasi Logo Produk Sepatu <i>New Balance</i>	95
Tabel 7.1	: Triangulasi Kemasan Produk <i>New Balance</i>	96
Tabel 8.1	: Triangulasi Warna Pada Produk Sepatu <i>New Balance</i>	98
Tabel 8.2	: Triangulasi Pemilihan Warna Sepatu <i>New Balance</i>	99
Tabel 9.1	: Triangulasi Kualitas Brand (<i>Performance</i>).....	100
Tabel 9.2	: Triangulasi Kualitas Brand (<i>Serviceability</i>).....	102
Tabel 9.3	: Triangulasi Kualitas Brand (<i>Durability</i>).....	103
Tabel 9.4	: Triangulasi Kualitas Brand (<i>Reliability</i>).....	104
Tabel 9.5	: Triangulasi Kualitas Brand (<i>Features</i>).....	105
Tabel 9.6	: Triangulasi Kualitas Brand (<i>Conformance to Specification</i>).....	106
Tabel 9.7	: Triangulasi Kualitas Brand (<i>Fit and Fitness</i>).....	107
Tabel 10.1	: Triangulasi Pengenalan Kebutuhan.....	109
Tabel 10.2	: Triangulasi Pencarian Informasi.....	110
Tabel 10.3	: Triangulasi Evaluasi Alternatif.....	112
Tabel 10.4	: Triangulasi Keputusan Pembelian.....	114
Tabel 10.5	: Triangulasi Pascaakuisisi Produk.....	115
Tabel 10.6	: Triangulasi Tipe Sepatu yang Dibeli dan Digunakan.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Kenaikan Jumlah Produksi.....	3
Gambar 2	: Unsur-Unsur Komunikasi.....	8
Gambar 3	: <i>Elaboration Likelihood Model</i>	12
Gambar 4	: Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	27
Gambar 5	: Produk Sepatu Pertama <i>Trackster</i>	54
Gambar 6	: Logo Perusahaan <i>New Balance</i>	55
Gambar 7	: Sepatu <i>Fresh Foam 980</i>	57
Gambar 8	: Sepatu <i>Minimus Zero Trail V2</i>	58
Gambar 9	: Sepatu <i>New Balance 1080V4</i>	59
Gambar 10	: Sepatu <i>New Balance Limited Edition Boston 990V3</i>	60
Gambar 11	: Sepatu <i>New Balance 847</i>	61
Gambar 12	: Sepatu <i>New Balance 928</i>	62
Gambar 13	: Sepatu <i>New Balance Everlight 565</i>	63
Gambar 14	: Sepatu <i>New Balance 756V2</i>	64
Gambar 15	: Sepatu <i>New Balance Hologram 574</i>	65
Gambar 16	: Sepatu <i>New Balance HKNB 420</i>	66
Gambar 17	: Sepatu <i>New Balance 574</i>	66
Gambar 18	: Sepatu <i>New Balance 501</i>	67
Gambar 19	: Sepatu <i>New Balance 1296</i>	68
Gambar 20	: Sepatu <i>New Balance GOLF 2001</i>	69
Gambar 21	: Sepatu <i>New Balance 806</i>	70
Gambar 22	: <i>Website Resmi New Balance</i>	72
Gambar 23	: Informasi Produk <i>New Balance</i>	72
Gambar 24	: Transaksi Pembelian Produk <i>New Balance</i>	74

Gambar 25	: Akun <i>Facebook New Balance</i> Indonesia.....	81
Gambar 26	: Akun <i>Twitter New Balance</i>	82
Gambar 27	: Informasi Dalam Akun <i>Facebook</i>	85
Gambar 28	: Informasi Dalam Akun <i>Facebook</i>	86
Gambar 29	: Informasi Dalam Akun <i>Facebook</i>	87
Gambar 30	: Informasi Dalam Akun <i>Twitter</i>	88
Gambar 31	: Informasi Dalam Akun <i>Twitter</i>	89
Gambar 32	: Informasi Dalam Akun <i>Twitter</i>	90
Gambar 33	: Informasi Dalam Katalog <i>New Balance</i>	91
Gambar 34	: Forum Gambar <i>New Balance 574</i> Dalam Akun <i>Facebook</i>	118
Gambar 35	: Forum Gambar <i>New Balance 574</i> Dalam Akun <i>Twitter</i>	119

DAFTAR BAGAN

Bagan 1	: Kerangka Konsep Penelitian.....	45
Bagan 2	: Triangulasi Data.....	50
Bagan 3	: <i>Elaboration Likelihood Model</i>	143



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Matrix Penelitian.....	189
Lampiran 2 : Interview Guide.....	191

