

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK SEPATU *CONVERSE* IMITASI
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi
Bisnis Prodi Manajemen Bisnis)

Skripsi :

Oleh :

MONA ENJELITA WIJAYA

NPM : 1951040352



Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

**PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445H/2023M**

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK SEPATU *CONVERSE* IMITASI
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi
Bisnis Prodi Manajemen Bisnis)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Oleh :

**Mona Enjelita Wijaya
1951040352**

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing I : H. Supaijo, S.H., M.H

Pembimbing II: Okta Suprianingsih, S.E., M.E.Sy.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444H/2023M**

ABSTRAK

Dengan fenomena beredarnya produk imitasi converse dipasaran membuktikan bahwa masih banyak konsumen yang tertarik membeli produk imitasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya yg disebabkan tidak semua konsumen mampu membeli produk asli dengan harga yang cukup mahal. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah perilaku konsumen dan Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu converse imitasi, Apakah perilaku konsumen dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu converse imitasi ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Universitas Lampung. Sampel dalam penelitian ini 93 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Purposive Sampling* dengan metode analisis data menggunakan SEM (*Struktural Equation Modeling*) dan pengolahan data dilakukandengan menggunakan Soffwer SmartPLS 3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen dan desain produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Converse Imitasi. Uji R^2 menunjukkan bahwa besarnya nilai R^2 Keputusan Pembelian adalah 0,928 yang berarti nilai tersebut menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen dan Desain Produk berkontribusi sebesar 92,8% dan sisanya sebesar 7,2% pada variabel lainnya. Etika bisnis Islam seperti suka sama suka dalam memasarkan barang/jasa. Dengan nilai tersebut dapat diartikan bahwa nilai positif. Variabel etika bisnis Islam memiliki koefisien pada keputusan pembelian sepatu Converse pada mahasiswa bertambah.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, dan Desain Produk, Keputusan Pembelian.

ABTRACT

The phenomenon of the circulation of imitation Converse products on the market proves that there are still many consumers who are interested in buying imitation products to fulfill their needs and desires because not all consumers can afford to buy original products at quite expensive prices. The formulation of the problem in this research is whether consumer behavior and product design influence purchasing decisions on imitation Converse shoe products. Do consumer behavior and product design influence purchasing decisions on imitation Converse shoe products reviewed from the perspective of Islamic business ethics.

This type of research is field research and uses a quantitative approach. This research was conducted on students from the Department of Business Management, University of Lampung. The sample in this study was 93 respondents. Sampling was carried out using Purposive Sampling with a data analysis method using SEM (Structural Equation Modeling) and data processing was carried out using SmartPLS 3 software.

The results of this research indicate that the Consumer Behavior and Product Design variables partially have a positive and significant effect on the decision to purchase imitation Converse products. The R^2 test shows that the R^2 value of Purchase Decisions is 0.928, which means that this value shows that Consumer Behavior and Product Design contribute 92,8% and the remaining 7,2% to other variables. Islamic business ethics are like mutual consent in marketing goods/services. This value can be interpreted as a positive value. The variable Islamic business ethics has an increasing coefficient on the decision to purchase Converse shoes among students.

Keyword : *Consumer Behavior and Product Design, Purchasing Decisions.*



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131. Telp. (0721) 704030

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mona Enjelita Wijaya
NPM : 1951040352
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumen dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Converse Imitasi ” adalah benar-benar hasil karya peneliti sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada peneliti.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 04 September 2023

Penulis



Mona Enjelita Wijaya



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131 - Telp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi

**: PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU
CONVERSE IMITASI DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Mahasiswa
Universitas Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis,
Prodi Manajemen Bisnis)**

Nama

: Mona Enjelita Wijaya

NPM

: 1951040352

Jurusan / Prodi

: Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

H. Supaijo, S.H., M.H.

NIP. 196503121994031003

Pembimbing II

Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.Sy

NIP. 2013010919841028163

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.Sy

NIP. 197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmtn, Bandar Lampung, 35131. Telp: (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul **"PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU CONVERSE IMITASI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis Prodi Manajemen Bisnis)"** disusun oleh **Mona Enjelita Wijaya, NPM: 1951040352**, Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah**, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Selasa, 12 Desember 2023**.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Suhendar, S.E., M.S.AkAkt (.....)

Sekretaris : Heni Verawati, M.A (.....)

Penguji I : Rosydalina Putri, S.E., M.S.AkAkt (.....)

Penguji II : Supaijo, S.H. M.H (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Agus Suratno, S.E., M.M., Akt. CA

NIDN 7009262008011008

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “ *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha penyayang kepadamu*”.¹

(QS. An-Nisa : 29)

¹ Al-Qur'an, Kementerian Agama,
<https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=176>.

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan ilmu, kekuatan, kesehatan, kesabaran, dan keselamatan untuk penulis dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan rasa Syukur dan terima kasih yang teramat mendalam kepada :

1. Kedua orang tua yang amat sangat saya cintai Ayahanda Riduan Wijaya dan Ibunda Susi Natalia sebagai rasa terima kasih dan bakti saya karena selalu menyayangi, mengasihi, mendoakan, berkorban banyak hal, memberikan semangat dan memotivasi dengan oenuh kesabaran. Terima kasih atas rasa cinta dan kasih sayang yang terus mengalir sampai sebesar sekarang, terima kasih atas perjuangan yang tidak mungkin terbalaskan. Mungkin, skripsi ini tidak sebanding dengan perjuangan yang saya terima selama ini, tetapi saya berhadap skripsi ini menjadi salah satu hal yang mampu membuat ayah dan mamah bahagia.
2. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang selalu dibanggakan yang selama ini telah mendidik dan memberikan Pelajaran baik dari segi ilmu pengetahuan maupun agama.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Mona Enjelita Wijaya, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 21 April 2002, anak pertama dari pasangan Bapak Riduan Wijaya dan Ibu Susi Natalia. Berikut riwayat pendidikan yang telah diselesaikan penulis.

1. Sekolah Dasar Dwi Warna Panjang dan mendapatkan ijazah pada tahun 2013.
2. Sekolah Menengah Pertama Taman Siswa Teluk Betung (Tamsis), mendapatkan ijazah pada tahun 2016.
3. Sekolah Menengah Atas Madrasah Aliyah Negeri Bandar Lampung (MAN2), mendapatkan ijazah pada tahun 2019.
4. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dimulai pada tahun 2019.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis hanturkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah, ilmu pengetahuan, kekuatan dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam selalu senantiasa tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, para sahabat, keluarga, pengikut-Nya yang taat pada ajaran agama-Nya, yang telah membawa kita dari jaman kegelapan menuju jaman yang terang benderang pada saat ini.

Skripsi ini merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi Pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). terselesaikannya skripsi ini berkat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak maka dari itu dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.Si. selaku ketua program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak H. Supaijo, S.H., M.H. selaku pembimbing akademik satu, terima kasih atas kesediannya dalam memberikan bimbingan, saran dan kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Okta Supriyaningsih. S.E., M.E.Sy. selaku pembimbing akademik dua yang dengan sabar memberikan bimbingan dan motivasi serta semangatnya memberikan pengarahan yang sangat berarti bagi penulis.
5. Seluruh dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membagi ilmu, membantu serta

memberikan masukan-masukan yang InshaAllah dapat menjadi pedoman dan bekal untuk penulis.

6. Perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak menyediakan materi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Para responden yang telah dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.
8. Ayah, Mamah, adikku M. Riffa Gunawan Wijaya dan M. Rico Ficardo Wijaya serta seluruh keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang tiada henti mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis selama proses perkuliahan berlangsung dari awal hingga saat ini.
9. Sahabat seperjuangan Febri Anda Reksa, Laila Dairina, Amanda Rosmawati, Akbar Fikri Wijaya, Putri Nanda Wulandari, Lutfiana Khoirunnisa, Natia Monica, Putri Aniversari, Ferdinan Ratu Yesa, Novan Pratama, Rafida Zulfa Roesandi, Nurul Arsita, Ferdian Wignyo Santuario. Yang telah menemani hari-hari selama proses perkuliahan juga memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 khususnya kelas MBS E yang terus menerus memberikan support serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Dan juga semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Terima kasih juga untuk saya yang sudah bertahan dan berjuang sejauh ini, terima kasih sudah melakukan yang terbaik, terima kasih untuk tidak menyerah apapun kondisinya, terima kasih dan selamat sudah mewujudkan satu cita-citamu Mona.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat

khususnya bagi penulis dan pembaca umumnya, Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Bandar Lampung, 1 Desember 2023
Penulis

Mona Enjelita Wijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PEGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penulisan	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
H. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	
A. Teori Sikap dan Perilaku (Grand Theory)	15
B. Perilaku Konsumen	16
C. Desain Produk.....	21
D. Keputusan Pembelian.....	24
E. Etika Bisnis Islam.....	28
F. Kerangka Pemikiran	31

G. Pengajuan Hipotesis	33
------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	39
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Definisi Operasional Variabel.....	42
F. Uji Validitas dan Realibilitas Data	45
G. Teknik Analisis Data	46

BAB IV LAPORAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Laporan Data	50
B. Analisis Data	55
C. Pembahasan	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Prasurvey Kepuasan Konsumen	5
Tabel 1.2 Data Jumlah Angkatan	37
Tabel 1.3 Distribusi Sampel.....	40
Tabel 4.1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Face validity</i>	56
Tabel 4.6 <i>Out Loading</i> 72 Responden.....	59
Tabel 4.8 Nilai <i>composite reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .	60
Tabel 4.9 Tabel Total <i>Effects</i>	62
Tabel 4.10 R – <i>Square</i>	63
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir	32
Gambar 1.2 Logo Sepatu Converse	52
Gambar 1.3 Desain Sepatu Converse	52
Gambar 1.4 Heel Patch Sepatu Converse	53
Gambar 1.5 Tampilan <i>Output</i> model pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	58
Gambar 1.6 Tampilan <i>Output Model Structural</i> (<i>inner model</i>)	61

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk dapat memahami dan menghindari salah penafsiran mengenai judul skripsi ini, serta memudahkan pembaca mengkaji isi dan beberapa istilah yang terkandung dalam judul penelitian ini.

Adapun judul proposal skripsi yang dimaksud adalah **Pengaruh Perilaku Konsumen dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Converse Imitasi Dalam Perspektif Etika Islam** (Studi pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis Prodi Manajemen Bisnis)

Adapun istilah yang terdapat dalam judul proposal skripsi ini yang perlu diuraikan adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.²

2. Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memutuskan kebutuhan dan keinginan mereka.³

3. Desain Produk

Desain Produk adalah suatu konsep yang lebih besar daripada model. Model hanya memperlihatkan tampilan produk yang menarik pandangan.⁴

4. Keputusan Pembelian

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008, h. 664.

³ Kottler 2009 h. 166.

⁴ M. Anang Firmansyah, *Manajemen Oprasi* (Jawa Timur: Qiara Media, 2019) h. 14.

Keputusan Pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan.⁵

5. Produk Imitasi

Produk Imitasi adalah produk yang diciptakan dengan mengacu atau meniru desain, membuat produk generik dengan harga yang lebih murah, dan melakukan beberapa penyempurnaan dari produk terdahulu.

6. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikannya harta (barang atau jasa) termasuk pointnya namun dibatasi cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

Berdasarkan dari penjelasan istilah-istilah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dari judul ini adalah sebuah penelitian dengan berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunah, tentang kegiatan ekonomi mengenai pengaruh perilaku konsumen dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk sneakers converse imitasi dalam perspektif etika bisnis Islam.⁶

B. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang pesat, berbagai kebutuhan akan suatu jenis produk semakin banyak dan bervariasi dipasar, konsumen akan menilai setiap produk yang dibutuhkan. Salah satu produk yang sekarang beredar dilingkungan mahasiswa adalah produk imitasi jenis *fashion* sepatu merek *converse*. Salah satu katagori produk yang beredar sekarang ialah produk palsu atau produk KW, dimana hal ini

⁵ Oly Via, *Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sneakers Vans Imitasi*, 2020 h. 18.

⁶ Musthofa Edwin Nasional, *Pengantar Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), h.5.

telah menjadi suatu fenomena di Indonesia. Hal ini didukung produk lokal, Tapi tidak semua konsumen mampu membeli produk luar dengan harga yang cukup mahal.

Perkembangan teknologi juga mendorong semakin pesatnya peredaran produk imitasi, banyaknya e-commerce yang menawarkan produk imitasi. Menurut menteri perdagangan Rachmat Global menyatakan bahwa sekitar 40% produk yang ada dipasar Indonesia diisi oleh produk KW atau imitasi.

Banyaknya produk imitasi yang beredar dipasaran membuktikan bahwa masih banyak konsumen yang tertarik membeli produk imitasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu penelitian tertarik mengangkat variabel keputusan pembelian konsumen sebagai variabel dependen dalam penelitian ini. Selain itu perilaku konsumen merupakan suatu pembahasan yang unik dan menarik, sebab bahasan ini menyangkut pada berbagai faktor dimensi kehidupan manusia yang berbeda-beda. Selama ini manusia melakukan kegiatan perekonomian dalam kehidupan, maka selama itu kita akan mendapatkan fenomena yang cukup menarik perhatian peneliti yaitu beredar produk imitasi, sebelum membeli produk imitasi konsumen melalui tahapan salah satunya ialah pengenalan masalah dimana konsumen ingin membeli produk merek luar namun tidak memiliki kemampuan untuk mendapatkannya.⁷

Kebutuhan manusia saat ini semakin komplek untuk dipenuhi kebutuhan yang ada di dalam kehidupan manusia salah satu kebutuhan yang harus selalu terpenuhi yaitu kebutuhan primer. Sepatu merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus di penuhi manusia. Pentingnya sepatu bagi laki-laki dan perempuan, selain untuk menambah percaya diri juga bisa

⁷ Oly Via, “ Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sneakers Vans Imitasi “Skripsi (Pekan Baru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2020).

meningkatkan derajat seseorang untuk digunakan dikantor, di kampus ataupun acara – acara tertentu.⁸

Merek *Converse All Star* selalu menjadi sepatu yang terlaris dan masuk *Top Brand Award*, dikarenakan merek *Converse All Star* memiliki citra merek yang kuat dan mengikuti perkembangan zaman. Citra merek yang sudah terkenal di kalangan masyarakat dan ditambah dengan segi kualitas produk sepatu yang tahan lama, tahan terhadap air terpecah dan baik di mata konsumen dan mampu bertahan di urutan atas, itulah kenapa sepatu *Converse* selalu menjadi *Top Brand* ia memiliki citra merek yang baik dan berkualitas dan tidak mengecewakan konsumen untuk membelinya. *Converse* mencitrakan dirinya sebagai sepatu yang berkualitas dan terpelajar sehingga cocok untuk kalangan mahasiswa.⁹

Converse merupakan merek sepatu yang banyak diminati dan disukai konsumen. Minat dan keinginan konsumen membentuk perilaku, dan membangun ketertarikan serta keyakinan konsumen terhadap suatu produk. Perilaku Konsumen mempelajari bagaimana kebiasaan seseorang membeli produk dengan merek tertentu. Melihat kiprah *Converse All Star* yang telah berpengalaman dari beberapa tahun melayani kebutuhan konsumen maka yang timbul sudah sangatlah kuat. Hampir di setiap Mall dan toko sepatu di Bandar Lampung pasti memiliki koleksi sepatu bermerek *Converse All Star* dan Mahasiswa serta pekerjaan Masyarakat sebagian besar sebagai guru, staf membuat sepatu *Converse All Star* banyak diminati oleh Masyarakat di Bandar Lampung,¹⁰ begitu pun produk *converse* imitasi, sebagaimana hasil prasurvev berikut :

⁸ Yadibarus, Sejarah Sepatu Converse, <http://www.Kompasiana.com>. / Artikel.html.

⁹ Etta Mamang Sangadji. *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Penerbit Prendamedia Group, 2000) h. 327.

¹⁰ Nanda Saputra Khoirullah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star Pada Masyarakat Pekanbaru Kecamatan Tampan" Skripsi (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru).

Tabel 1.1
Data Prasurvey Kepuasan Konsumen

No.	Pertanyaan	Jawaban/Alasan
1.	Apakah anda menggunakan sepatu Converse imitasi?	➤ Iya, saya menggunakan sepatu converse imitasi
2.	Menurut anda apa yang membedakan antara converse imitasi dengan yang original?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bedanya hanya logo yang saya tau ➤ Ya jelas beda sebab yang original pastinya lebih awet daripada yang imitasi, dilihat dari sisi bahannya ➤ Bedanya
3.	Apa alasan anda memilih untuk menggunakan produk converse imitasi dibandingkan yang original?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ya, yang jelas lebih murah daripada yang original ➤ Harganya lebih miring menyesuaikan dengan kantong mahasiswa ➤ Tidak jauh beda kemiripannya produknya dan juga lebih murah ➤ Saya memakai sepatu converse imitasi karena melihat trend teman-teman khususnya mahasiswa Unila.
4.	Apakah anda merasa percaya diri dengan menggunakan produk converse imitasi tersebut?	➤ Percaya diri, karena terlihat lebih keren menggunakan produk converse walaupun yang imitasi tapi tidak semua orang mengetahui mana yang imitasi dan yang original serta bisa didapat dengan harga

		<p>yang lebih murah.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Iya dong percaya diri ➤ Sebenarnya karen tau bedanya yang original dengan yang imitasi, sedikit tidak percaya diri, namun dengan menyesuaikan kemampuan saya untuk memebeli produk converse jadi beli yang imitasi sudah cukup. ➤ Percaya diri, karena lagi trend di kalangan mahasiswa terutama, jadi percaya diri saja menggunakan produk converse imitasi ➤ Percaya diri saja, karena ga cuma saya saja yang pakai converse imitasi, teman-teman juga banyak.
--	--	--

Berdasarkan hasil prasurvey yang telah dilakukan oleh penulis tersebut, maka didapati hasil bahwa mahasiswa sebagian besar merasa puas menggunakan sepatu *Converse* imitasi dengan berbagai alasan, seperti karena mengikuti trend dikalangan Mahasiswa Unila, harga yang cukup terjangkau, dan adanya produk *converse* imitasi yang hampir mirip dengan produk *converse* original. Sehingga hal ini memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk merk *Converse* imitasi dari perilaku konsumen dan desain produk khususnya dalam penelitian ini adalah pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen yang banyak untuk tertarik dan menggunakan produk imitasi tersebut yang kemudian dianalisa dari sisi etika bisnis Islam.

Dengan demikian penjelasan dari latar belakang di atas, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada

pelanggan yang memakai Sepatu *Converse* dengan mengambil judul **“Pengaruh Perilaku Konsumen dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Converse* Imitasi dalam Persepektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis Prodi Manajemen Bisnis)”** .

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, bahwa indentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh perilaku konsumen dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu *Converse* imitasi dalam perspektif etika bisnis Islam, sehingga pada kesimpulan akhir diharapkan akan memberikan jawaban yang jelas bagi konsumen dalam membuat keputusan. Dengan fokus penelitian pada konsumen yang memakai sepatu *Converse* imitasi pada Mahasiswa Lampung.

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas dan untuk menghindari permasalahan-permasalahan yang timbul dalam penelitian ini peneliti membatasi masalahnya yaitu Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang memakai sapatu *Converse* imitasi pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis Prodi Manajemen Bisnis angkatan 2019-2020.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka diperoleh rumusan masalah yang akan diteliti yaitu :

1. Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu converse imitasi ?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu converse imitasi ?
3. Bagaimana perilaku konsumen dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk

sepatu converse imitasi ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam ?

E. Tujuan Penelitian

Pada umumnya suatu penelitian bertujuan untuk menguji, menemukan, dan mengembangkan suatu pengetahuan. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu converse imitasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu converse imitasi.
3. Untuk mengetahui perilaku konsumen dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu converse imitasi dalam perspektif etika bisnis islam.

F. Manfaat Penelitian

Merujuk pada tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian diharapkan dapat memberikan dua kegunaan sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai keputusan pembelian terhadap produk imitasi. Memberikan suatu pemikiran dan pengetahuan dalam khasanah ekonomi islam khususnya mengenai hal tersebut. Bagi lingkungan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

2. Secara praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa lainnya ataupun seluruh kalangan yang membutuhkan referensi pada bidang ini, dan menjadi *alternative* untuk penelitian lainnya terutama dibidang ekonomi dan bisnis yang khususnya berkaitan dengan

perilaku konsumen dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang perilaku konsumen dan desain terhadap keputusan pembelian pada produk sneakers imitasi dengan studi yang dekat dengan masyarakat.

c. Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bacaan yang menambah wawasan dan informasi untuk suatu penelitian selanjutnya serta menambah koleksi dokumentasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Setelah melakukan penelusuran terhadap beberapa literatur karya ilmiah baik itu berupa skripsi maupun jurnal, beberapa yang dimiliki kolerasi tema yang membahas mengenai perilaku konsumen, desain produk dan keputusan pembelian. Untuk mendukung penelitian beberapa diantaranya sebagai berikut :

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam mengumpulkan data dan metode analisis yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan “Pengaruh Perilaku Konsumen dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Converse Imitasi Dalam Perspektif Etika Islam”. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nuki Dian Marchiani, Wahyu Hidayat, Reni Shinta Dewi, 2020, dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse”. Jenis Penelitian ini adalah

Metode explanatory research yaitu suatu cara yang dapat menjelaskan hasil penelitian yang ada dengan menggunakan persamaan rumus matematis, dan menghubungkannya dengan teori yang ada, kemudian ditarik kesimpulan. Hasil pengujian secara simultan (Uji f) ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen (gaya hidup, citra merek dan kualitas produk) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) produk sepatu sneakers merek converse sebesar 56,5%, namun pengaruh terbesar ditunjukkan oleh variabel kualitas produk. Persamaan penelitian ini adalah variabel Y keputusan pembelian. Perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel X yaitu pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk.¹¹

2. Penelitian ini dilakukan oleh Slamet Safaim, 2019, dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Converse”. Dalam penelitian ini menggunakan metode accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Dan Hasil dari penelitian ini variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepatu converse, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan menjadi yang paling dominan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan dalam penelitian ini adalah variabel X nya yaitu citra merek, kepercayaan dan harga.¹²
3. Penelitian ini dilakukan oleh Niken Aprilia, Tukidi, 2019 dalam penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk,

¹¹Nuki Dian Marchiani, Wahyu Hidayat, Reni Shinta Dewi ,’ Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse”, Jurnal *Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro*.

¹² Slamet Safaim, ‘’ Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Converse’’. 2019.

Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Senayan City”. Penelitian ini menggunakan Metode yang digunakan adalah Nonprobability Sampling dan teknik accidental sampling. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal yaitu penelitian untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independent variabel) terhadap variabel terikat. Dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa, citra merek X3 sepatu converse di Senayan City berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.¹³

4. Penelitian ini dilakukan oleh Ardelia, Christy, 2019 dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumen dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Miniso Sun Plaza Medan)”. Penelitian ini menggunakan Metode analisis yang digunakan adalah kuantitatif yang meliputi uji validasi, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi. Dan Hal ini terlihat dari hasil hitung lebih besar dari tabel, dari hasil yang simpulkan bahwa variabel perilaku konsumen dan desain produk terhadap pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.¹⁴
5. Penelitian ini dilakukan oleh Ismi Rahmania, S, 2019, dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Fashion Imitasi dengan Sikap Sebagai Variabel Interviewing” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, serta sikap mampu memediasi harga terhadap minat beli. Selanjutnya citra

¹³ Niken Aprilia, Tukidi.’’ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City’’. Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia - Vol 6 No 1 - Agustus 2019.

¹⁴ Ardelia, Christy, “Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian”, 2019.

merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, citra merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli, serta sikap tidak mampu memediasi citra merek terhadap minat beli. Selain itu, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.¹⁵

6. Penelitian ini dilakukan oleh Meri Anggraini, 2020, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sepatu Bata MTC. Giant Panam Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”. Berdasarkan hasil penelitian diketahui t hitung 5,103 dengan signifikansi 0,000 dengan demikian t hitung (5,103) dari t tabel (1,661) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini H_a diterima dan H_o ditolak, dan diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepatu Bata MTC. Giant Panam Pekanbaru. Hubungan antara kualitas produk secara bersama-sama dengan keputusan pembelian adalah sebesar 0,458 yaitu sedang dan koefisien determinasi 0,210 artinya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 21,0%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 3,8% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Dan tinjauan ekonomi syariah produk Bata sudah memiliki kualitas dari sisi keawetan bahannya dan tahan lama, sehingga konsumen dalam melakukan pembelian bukan bertujuan untuk bermewah-mewahan, pemborosan melainkan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk dan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.¹⁶

¹⁵ Ismi Rahmania, S, “Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Fashion Imitasi dengan Sikap Sebagai Variabel Interviewing” dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Fashion Imitasi dengan Sikap Sebagai Variabel Interviewing”, Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, 2019.

¹⁶ Meri Anggraini, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sepatu Bata MTC. Giant Panam Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”,

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah beberapa variable X nya. Kemudian ditambahkan dengan perspektif bisnis islam didalamnya yang membedakan penelitian ini dan penelitian sebelumnya.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah urutan dalam menyelesaikan sebuah penelitian agar penelitian karya tulis yang di buat dapat tersusun secara runtun dan rapi. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian, indentifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat masalah, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Dalam bab ini berisi tinjauan Pustaka yang menjelaskan tentang landasan teori yang menjadi dasar dan bahan acuan dalam penelitian ini, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang perkembangan metodologi yang terdiri dari tempat penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, definisi oprasional variabel, instrument penelitian dan Teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang deskripsi data penelitian, pembahasan hasil penelitian dan analisis.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini terakhir ini berisi tentang kesimpulan, Saran-saran atau Rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Saran-saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai Langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yaitu penentuan metode penelitian, penentuan jenis data yang dikumpulkan, sumber data yang diperoleh, teknik pengumpulan data yang akan digunakan, cara pengolahan dan analisis data yang akan ditempuh dan direncanakan sistematis penulisan skripsi masing-masing bab.¹⁷

1. Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama peneliti mengambil mata kuliah skripsi sampai dengan selesai. Penyebaran kuesioner akan dilaksanakan dalam sekali waktu, proses pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner mencukupi data yang dibutuhkan.

b. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian akan dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah dan memperjelas tempat yang akan menjadi sasaran dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis pada seluruh Prodi Manajemen Bisnis angkatan 2019-2020 S1 yang memakai sepatu *Converse* Imitasi sehingga mendapatkan hasil maksimal. Data demografi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019-2020 yaitu sebagai berikut:

¹⁷ Husnul Qodim and Ilim Abdul Halim, *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Usuluddin* (Fakultas Usuluddin UIN Gunung Djati Bandung, 2018)

Tabel 1.2
Data Jumlah Anggaran

Jurusan	Tahun Anggaran		Jumlah
	2019	2020	
Manajemen Bisnis	123	137	260

2. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengambilan data, penafsiran terhadap data tersebut, juga penampilan dari hasilnya. Dan pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik jika disertai dengan gambar, table, grafik, dan pendukung lainnya.¹⁸

Adapun sifat dari penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono, penelitian ini bertujuan untuk menanyakan atau mengetahui hubungan anantara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu anantara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).¹⁹

b. Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang berusaha untuk mendapatkan sebuah

¹⁸ Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. Ayup, 1sted. (Yogyakarta: LiterasiMediaPublishing, 2015), <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.

¹⁹ Ibid., 65.

solusi dari permasalahan yang ada berdasarkan data yang di dapat dari studi di lapangan. Alasan memilih metode ini dikarenakan dalam penelitian deskriptif ini juga tidak hanya terbatas pada pengumpulan data atau informasi dari berbagai sumber saja, akan tetapi data yang didapatkan juga dapat dianalisis dengan pembahasan masalah dan analisis data akan menjadi mudah untuk dipahami. dengan penelitian explanatory research. Penelitian explanatory research merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel X dan Y. Menurut Sugiono, explanatory research merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya.²⁰ Alasan utama peneliti ini menggunakan metode penelitian explanatory research ialah menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis.

c. Sumber Data

Sumber data ialah dari mana sebuah data tersebut diperoleh. Jika peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan kuesioner, maka sumber data disebut responden. Jadi , yang dimaksud dengan sumber data adalah subjek atau objek penelitian dari mana akan diperoleh data. Dan yang menjadi sumber utama untuk penelitian kuantitatif berupa angka-angka pasti, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang dapat diperoleh langsung dari sumber aslinya berupa wawancara, hasil observasi maupun kuesioner.

²⁰ Moh Tuhardin, dkk, “Dampak Pembangunan Kawasan Industri Terhadap Usaha Masyarakat Pesisir Kabupaten Brebes. “ (Jawa Tengah : Lakeisha, 2019), h. 53.

3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

a. Populasi

Sugiono mengatakan bahwa populasi merupakan suatu wilayah yang digeneralisasi dan terdiri dari objek yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan apa yang ditetapkan peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya.²¹ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Lampung pada Fakultas Manajemen sesuai dengan data akademik fakultas ekonomi.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Kalimat ini memiliki dua makna, pertama, semua unit populasi harus memiliki peluang untuk terambil sebagai unit sampel. Dan kedua, sampel dipandang sebagai penduga populasinya atau sebagai populasi dalam bentuk kecil (miniature populasi). Artinya besar sampel harus mencukupi untuk menggambarkan populasinya.²² Penelitian ini menggunakan purposive sampling yaitu pengambilan sampel yang bersifat tidak acak yakni sampel diambil berdasarkan pertimbangan tertentu yang termasuk teknik penetapan sampel dengan cara memilih sampel sesuai dengan pengetahuan peneliti terhadap penelitian. Dan kriteria sampel pada penelitian ini yaitu Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Lampung, yaitu angkatan 2019 dan 2020 dan yang menggunakan sepatu *Converse* imitasi.

Berdasarkan jumlah sampel keseluruhan yaitu 72 Mahasiswa, maka akan dibagi dalam dua angkatan seperti pada table dibawah ini :

Tabel 1.3
Distribusi Sampel

²¹ Nasional, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 146.

²² *Ibid*, h.11

Angkatan	Jumlah
2019	36
2020	36
Total	72

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 3.2 diatas terlihat bahwa responden dengan angkatan 2019 berjumlah 36 responden atau sebanyak 50% dan responden dengan angkatan 2020 berjumlah 36 responden dengan frekuensi 50%.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah Teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam.²³ Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang ditujukan memiliki arti yang sangat penting dalam penelitian, karena secara jelas dokumentasi memberikan gambaran mengenai peristiwa atau kejadian yang terdapat pada subyek dan obyek penelitian pada saat tertentu. Sehingga peneliti mampu memberikan gambaran maupun penafsiran sesuai dengan informasi dan pesan yang terdapat dalam dokumentasi tersebut. Dengan kata lain, dokumentasi adalah cara untuk memperoleh data dengan jelas, mengadakan pencatatan terhadap dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian ini, antara lain:

- 1) Untuk melengkapi data tidak diperoleh dari metode lain.
- 2) Dengan metode ini penulis dapat mengambil data meskipun peristiwanya sudah berlalu.
- 3) Untuk dijadikan bahan perbandingan dari data yang telah diperoleh dengan metode lain.

²³ Fadhlah, "Wawancara" (Jakarta Timur: UNJ Press,2021) h. 1.

b. Angket (Kuisisioner)

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa angket atau kuisisioner, yang merupakan pengumpulan data yang diberikan kepada narasumber berupa pertanyaan-pertanyaan untuk di jawab dalam bentuk angka atau nilai, dan dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup, jadi narasumber hanya memilih jawaban yang sudah disediakan. Angka atau nilai yang dimaksud adalah skor pada skala yang telah ditentukan, pada setiap pertanyaan mempunyai skor angka atau nilai seperti berikut ini :²⁴

- Sangat Setuju (skor 5)
- Setuju (skor 4)
- Cukup Setuju (skor 3)
- Kurang Setuju (skor 2)
- Tidak Setuju (skor 1)

5. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah karakteristik dari subjek penelitian yang diukur. Variabel memiliki definisi konsep dan definisi oprasional. Definisi konsep variabel menjelaskan Batasan atau pengertian tentang variabel tersebut secara teori, sedangkan definisi oprasional menjelaskan tentang cara mengukur dan hasil ukur variabel tersebut. Oleh karena itu peneliti harus mampu merumuskan definisi konsep dan operasional variabel penelitiannya dengan jelas dan tegas.²⁵ Ada 2 variabel yang terdapat dalam penelitian ini meliputi :

a. Variabel Independent (Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat.

²⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008.

²⁵ Ibid. hlm 2-3.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen (X1) dan desain produk (X2).

b. Variabel Dependent (Terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Perilaku Konsumen (X_1)	Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya.	<ul style="list-style-type: none"> - Budaya - Sosial - Pribadi -Psikologi²⁶ 	Skala Likert
2.	Desain Produk (X_2)	Penampilan produk yang mempunyai manfaat dan totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> - Ciri-ciri - Mutu kesesuaian - Daya uji - Model (style)²⁷ 	Skala Likert
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.	<ul style="list-style-type: none"> -Pilihan produk -Pilihan merek - Pilihan saluran pembelian 	Skala Likert

²⁶ Vina Desi Wulandari, *Analisis Variabel yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Food Court Matahari Department Store Jember*, 2007.

²⁷ Ibid., h. 23.

			-Waktu pembelian -Jumlah pembelian ²⁸	
--	--	--	---	--

6. Uji Validitas dan Realibilitas Data

a. Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu item yang ada pada kuisisioner.

1) Validitas tampak (*face validity*)

Validitas tampak adalah bentuk validitas sederhana atau validitas wajah yang tujuan utamanya untuk mengetahui item-item dari setiap indicator yang dapat dijadikan tolak ukur dari penelitian yang dilakukan. Dan digunakan untuk mengoreksi item kuesioner yang kurang dapat dimengerti oleh responden, serta menggabungkan item-item yang memiliki makna sama menjadi satu item dan lain sebagainya.²⁹

2) Validitas konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas convergen merupakan ukuran reflektif yang digunakan sebagai indikator yang mengacu pada korelasi antara nilai item atau component score dengan construct score yang ingin diukur, maka dilakukan uji validitas pada butir instrument untuk mengetahui apakah indicator tersebut valid atau tidak, dapat dilihat melalui nilai loading dari masing-masing instrumen dengan square root of Average Variance Extracted (AVE). Validitas konvergen diukur

²⁸ Ibid., h. 39.

²⁹ Laila Ifti Faiyah, "Pengaruh Flow Experience Terhadap Impulse Buying Dengan Promosi Sebagai Moderasi Dalam Bisnis Islam," *Skripsi* (UIN Raden Intan Lampung, 2022), <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/17521>.

dengan melihat outer loading item indicator dengan nilai > 0.70 dan nilai AVE harus > 0.50 .³⁰

b. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistensian data. Perhitungan reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur atau instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep. Konsep reliabilitas sejalan dengan validitas kuantitatif. Alpha Cronbach adalah salah satu teknik yang dapat digunakan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,5$ dapat disimpulkan instrument tersebut reliable.
- b. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,5$ dapat disimpulkan instrument tersebut tidak reliable.³¹

7. Teknik Analisis Data

Model persamaan structural atau Structural Equation Modeling (SEM) merupakan metode analisis statistik multivariate pengembangan dari analisis jalur dan regresi. Di dalam SEM terdapat tiga kegiatan secara bersamaan yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (confirmatory factor), pengujian hubungan model antara variabel (path analysis) dan mendapatkan model yang cocok untuk prediksi (analisis model struktural dan analisis regresi). Serta Partial Least Squares (PLS) merupakan analisis yang powerfull dan sering disebut sebagai soft modeling karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (Ordinary Least Squares) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara multivariate dan tidak adanya problem

³⁰ Imam Ghozali dan Hengky Latan, *PARTIAL LEAST SQUARES Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*, 2nd ed. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2020). H. 37-40.

³¹ Ibid. h.41.

multikolonieritas antar variabel. Pada dasarnya Wold di tahun 1982 mengembangkan PLS untuk menguji teori yang lemah dan data yang lemah seperti jumlah sampel yang kecil atau adanya masalah normalitas data. PLS digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten dan dapat juga digunakan untuk mengkonfirmasi teori. PLS menghindarkan dua masalah serius yang ditimbulkan oleh SEM berbasis covariance yaitu improper solutions dan factor indeterminacy. Sebagai teknik prediksi, PLS mengasumsikan bahwa semua ukuran varian adalah varian yang berguna untuk dijelaskan sehingga pendekatan estimasi variabel laten dianggap sebagai kombinasi linier dari indicator dan menghindarkan masalah factor indeterminacy. Sederhananya, Analisis PLS-SEM yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan software SmartPLS SEM (Partial Least Square-Structural Equation Modeling). PLS dapat menjelaskan hubungan antar variabel dan melakukan analisis dalam pengajuan. Tujuan dari PLS adalah untuk membantu peneliti mengkonfirmasi teori dan menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. Penulis menggunakan metode PLS karena penelitian ini merupakan variabel laten yang dapat diukur dengan indeks dan dapat dianalisis oleh penulis dengan perhitungan yang jelas dan detail.³²

a. Kelebihan menggunakan Software SmartPLS

- 1) SmartPLS merupakan software statistik yang sama tujuannya dengan Lisrel dan AMOS, yaitu untuk menguji hubungan antar variabel.
- 2) Pendekatan SmartPLS dianggap powerfull karena tidak mendasarkan pada berbagai asumsi.
- 3) Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam analisis relatif kecil. Dianjurkan menggunakan SmartPLS ketika memiliki keterbatasan jumlah sampel sementara model

³² Ibid. h.3-7.

yang dibangun kompleks, hal ini tidak dapat dilakukan ketika menggunakan software Lisrel dan AMOS yang membutuhkan kecukupan sampel.

- 4) Data dalam analisis SmartPLS tidak harus memiliki distribusi normal karena SmartPLS menggunakan model bootstrapping atau penggandaan secara beracak. Oleh sebab itu asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah bagi PLS. Selain terkait dengan normalitas data, dengan dilakukannya bootstrapping maka PLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel.
 - 5) SmartPLS mampu menguji model SEM formatif dan refleksif dengan skala pengukuran indikator berbeda dalam satu model. Apapun bentuk skalanya (rasio kategori, Likert, dan lain-lain) dapat diuji dalam satu model.³³
- b. Kelemahan menggunakan Software SmartPLS³⁴
- 1) SmartPLS hanya dapat membaca data excel dalam bentuk Comma Delimitide (CSV)
- c. Langkah-langkah menggunakan program PLS pada Software SmartPLS 3.0
- 1) Membuka program PLS dengan SmartLS 3.0
 - 2) Membuat projek baru pada SmartPLS dengan cara klik "***New Project***" kemudian akan muncul kotak dialog ***create project***. Isi dengan nama projek yang akan dikerjakan, lalu klik **Ok**.
 - 3) Setelah klik Ok, maka akan muncul projek baru yang akan dikerjakan. *Double* klik untuk menginput data hasil kuesioner yang telah diolah ke dalam bentuk excel.
 - 4) Kemudian akan muncul kotak dialog "***Please choose a file***", pilih file yang akan dianalisis (harus dalam format csv).
 - 5) Kemudian klik pada nama projek yang telah dibuat sebelumnya lalu *double* klik.

³³ Ibid.

³⁴ Ibid. h. 43.

- 6) Kemudian membuat gambar model dengan cara klik **Variabel Laten**, lalu buat sesuai dengan jumlah variabel penelitian yang digunakan. Lalu untuk menghubungkan variabel independen ke variabel dependen maka klik **menghubungkan**. Setelah itu masukkan indikator yang ada disebelah kiri ke dalam gambar model yang ada di kolom sebelah kanan berdasarkan variabelnya masing-masing. Kemudian ganti nama bundaran biru sesuai dengan nama variabel dalam teori dengan cara klik **kanan** pada gambar kemudian pilih **rename**.
- 7) Kemudian menambahkan gambar model **moderasi** (jika ada variabel moderasinya) dengan cara klik **kanan pada gambar variabel dependen** lalu pilih **tambahkan efek moderasi**, isi pada **algoritma PLS** sesuai dengan kedudukan setiap variabel lalu klik **Ok**.
- 8) Kemudian untuk menguji validitas, maka klik **menghitung** → **algoritma PLS** → **mulai perhitungan**.
- 9) Setelah itu klik **outer loading**. Outer loading adalah table yang berisi loading factor untuk menunjukkan besar korelasi antara indikator dengan variabel laten. Nilai factor loading minimal sebesar 0,6 untuk dapat dikatakan valid. Jika nilainya berada di bawah 0,6 maka item tersebut harus dihapus.
- 10) Setelah menguji validitas, selanjutnya menguji reliabilitas dengan cara klik **Validitas dan Reliabilitas Konstruk**. Pengujian reliabilitas dengan melihat internal konsistensi dengan melihat *Cronbach's Alpha* minimal 0,6 maka dapat dikatakan *reliable*.
- 11) Selanjutnya yaitu menguji hipotesis untuk melihat apakah hipotesis ditolak atau diterima dengan melihat nilai sampel asli dan *p-values*

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan yang telah dilakukan maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa/i Universitas Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Bisnis. Dimana perilaku konsumen memiliki pengaruh terhadap struktur keputusan pembelian. Hal ini dapat digunakan untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat ataupun untuk meningkatkan pembelian terhadap produk yang dimiliki Perusahaan, sehingga Perusahaan memiliki keuntungan meningkat.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa/i Universitas Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Bisnis. Dimana desain produk memiliki pengaruh terhadap produk yang dilihat oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian, semakin menarik sebuah desain produk maka semakin tertarik konsumen pada produk tersebut. Yang pada akhirnya berpengaruh kepada keputusan pembelian mahasiswa/i Manajemen Bisnis Universitas Lampung.
3. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian etika bisnis Islam yaitu faktor yang mempengaruhi (kejujuran, tanggung jawab) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Converse Imitasi. Dengan nilai tersebut dapat diartikan bahwa keputusan pembelian sepatu Converse imitasi pada mahasiswa mengalami kenaikan. Akan tetapi dari sisi perspektif islam bahwa membeli barang imitasi merupakan sesuatu yang diharamkan karena substansinya terdapat subjek yang dirugikan.

B. Saran

Berdasarkan atas keseluruhan data yang berhasil dikumpulkan oleh penulis dan segenap kemampuan yang dimiliki oleh penulis, maka beberapa hal yang bisa penulis berikan sebagai pemikiran atas pengaruh perilaku konsumen dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu Converse imitasi adalah sebagai berikut :

1. Dengan mengetahui hasil perilaku konsumen dan desain produk maka demikian pihak Perusahaan sebaiknya lebih dapat meningkatkan perilaku konsumen dari factor budaya dengan memperhatikan keinginan. Faktor sosial dengan memperhatikan penghasilan suatu golongan (golongan atas, menengah dan bawah). Faktor pribadi yang meliputi gaya hidup, keadaan ekonomi agar Perusahaan memahami produk yang akan dijual dan dibutuhkan dipasaran agar dapat meningkatkan keputusan pembelian barang imitasi yang dijual oleh Perusahaan.
2. Bagi penelitian, hasil penelitian ini bisa digunakan referensi dan bahan perbandingan serta untuk bahan pertimbangan penelitian sejenisnya. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan studi yang berbeda dan sampel yang lebih banyak dari jumlah dalam penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, Fitri. “Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”. *Jurnal Al-Iqtishad*. Vol. IV, No. 1, Januari 2014.
- Anggraini, Meri. “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sepatu Bata MTC. Giant Panam Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”, Prodi Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah dan Hukum, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- Ardelia, Christy. “Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian”, Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2019.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Chifman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Dahaya. “Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Akrilik Pada Ukm Tekat Tiga Dara Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam”. Skripsi, 2020.
- Damiati, dkk. *Perilaku Konsumen*. Depok: PT Raja Gravindo Persada, 2017.
- Dawati, Faini. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslim Di Pasar Aceh“. Skripsi. UIN Ar-Raniry, 2020.

- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008. Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013).
- Edwin, Musthofa. *Pengantar Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Fadhallah. *Wawancara*. Jakarta Timur: UNJ Press, 2021.
- Faiyah, Laila Ifti. “Pengaruh Flow Experience Terhadap Impulse Buying Dengan Promosi Sebagai Moderasi Dalam Bisnis Islam,” Skripsi. UIN Raden Intan Lampung, 2022.
- Firmansyah, M. Anang. *Manajemen Operasi*. Jawa Timur: Qiara Media, 2019.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*, 2nd ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2020.
- Husnul Qodim and Ilim Abdul Halim, *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Usuluddin* (Fakultas Usuluddin UIN Gunung Djati Bandung, 2018)
- Janadari, ChuahChin Wei M.P.N., Sri Ramalu Subramaniam. “Evaluation Of Measurment And Structural Model Of The Reflective Model Constructs In Pls – Sem,” 2016.
- Jogiyanto, Hartono dan Willy Abdillah. *Konsep Dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UGM, 2009.
- Khoirullah, Nanda Saputra. “Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star Pada Masyarakat Pekanbaru Kecamatan Tampan”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2020.

- Kotler, Philip, dan A.B Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi 1, Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Marchiani, Nuki Dian. Wahyu Hidayat, dan Reni Shinta Dewi. “Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse”, *Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro*, Vol. 4, No. 3, 2015
- Nasional. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Nugraha, Adytia Satria. “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse”. Skripsi, Universitas Brawijaya, 2020.
- Nugraha, Jefri Putri, dkk. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021.
- R, Bayu Januar dan Suryono Budi S. “Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Citra Merek”. Vol. 4, No. 10, 2015.
- Rugaya, Siti. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo di Kota Makassar” *Jurnal Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNM*, 2015.
- S, Ismi Rahmaniah. “Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Fashion Imitasi dengan Sikap Sebagai Variabel Interviewing” dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Fashion Imitasi dengan Sikap Sebagai Variabel

Interviewing” , Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, 2019.

Safaim, Slamet. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Converse”. 2019.

Sasnita, Afriyani, Siti Musyahidah, dan Nursyamsu. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu”. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 1, No. 2 Tahun 2019.

Siyoto, Sandu, dan Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. Ayup, 1st ed. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015, <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.

Subianto, Totok. “Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 3, No. 3. Oktober 2007.

Sugiono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI, 2014.

Tuharudin, Moh, dkk. *Dampak Pembangunan Kawasan Industri Terhadap Usaha Masyarakat Pesisir Kabupaten Brebes*. Jawa Tengah: Lakeisha, 2019.

- Tukidi, Niken Aprilia. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Senayan City”. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*. Vol. 6, No 1, Agustus 2019.
- Via, Oly. *Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sneakers Vans Imitasi*, 2020.
- Wahyuni, Yanni Tri. “Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Produk Sepati pada Usaha Menengah BSM SOGA Kota Bandung)”. Universitas Pasundan, 2017.
- Wulandari, Vina Desi. *Analisis Variabel yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Food Court Matahari Department Store Jember*, 2007.
- Yadibarus. Sejarah Sepatu Converse, <http://www.Kompasiana.com>. / Artikel.html.
- ZamZam, Fakhry dan Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

LAMPIRAN

Lampiran I

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU CONVERSE IMITASI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

**(studi kasus pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Bisnis)**

Saya Mona Enjelita Wijaya, Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi. Untuk mengetahui penelitian mengenai Keputusan Pembelian Pada Sepatu Converse Imitasi.

Sasaran penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Bisnis.

Pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini hanya untuk data penelitian dalam rangka menyusun skripsi. Oleh karena itu saya mengharapkan rekan Mahasiswa/I agar mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Keberhasilan dalam melakukan penelitian ini tidak lepas dari partisipasi Mahasiswa/I semua. Jawaban yang Mahasiswa/I berikan akan saya jamin kerahasiaannya, karena semata-mata hanya untuk kepentingan akademik.

Dalam penelitian ini ada beberapa kriteria yang dibutuhkan yaitu :

1. Responden merupakan Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Bisnis 2019 dan 2020.
2. Responden merupakan Mahasiswa yang sedang atau telah menempuh mata kuliah Manajemen Bisnis.

Jika “ya” anda dapat meneruskan ke pertanyaan selanjutnya. Jika “tidak” cukup sampai disini, terimakasih sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Angkatan :

Petunjuk Pengisian

1. Isilah data diri anda sebelum melakukan pengisian kuesioner
2. Beri tanda ceklis pada salah satu pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda
3. Pilih hanya satu jawaban untuk setiap pertanyaan

Keterangan

Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

1. Keputusan Pembelian

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Budaya	Memakai sepatu converse imitasi membuat penampilan saya lebih menarik						
2.	Sosial	Membeli sepatu converse imitasi karena melihat beberapa teman saya memakai						

		sepatu yang sama						
3.	Pribadi	Saya membeli produk sepatu converse imitasi karena kualitasnya hampir sama dengan produk original						
4.	Psikologi	Membeli produk sepatu converse imitasi karena sepatu converse imitasi tidak terlalu mahal dibandingkan original nya						

2. Desain Produk

No	Indikator	Pernyataan	S	S	N	TS	ST	Total
			S	S	N	TS	ST	S
1.	Ciri-ciri	Sepatu converse imitasi memiliki desain yang hampir sama dengan produk original						
2.	Mutu kesesuaian	Menggunakan sepatu converse imitasi karena modelnya yang keren dan tidak kalah dengan produk originalnya						
3.	Daya uji	Sepatu converse imitasi sesuai						

		dengan desain modern pada perkembangan zaman dan nyaman dipakai						
4.	Model style	Desain converse imitasi membuat saya makin percaya diri untuk memenuhi kebutuhan style						

3. Keputusan Pembelian

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Pilihan Produk	Saya lebih tertarik membeli sepatu converse imitasi dibandingkan produk original karena kualitasnya yang hampir sama dan harga sesuai kantong mahasiswa						
2.	Pilihan merek	Saya lebih tertarik dengan sepatu converse dibandingkan sepatu lain karena sepatu converse lebih menarik penampilan						
3.	Pilihan saluran	Saya melihat di sosial media						

		instagram yang menjual produk sepatu converse imitasi						
4.	Waktu pembelian	Saya membeli produk sepatu imitasi karena pendapat dari teman teman						

Lampiran II

Tabulasi Jawaban Responden

NO	Variabel																				
	Perilaku Konsumen (X1)							Desain Produk (X2)							Keputusan Pembelian (Y)						
	P K 1	P K 2	P K 3	P K 4	P K 5	P K 5	P K 7	D P 1	D P 2	D P 3	D P 4	D P 5	D P 6	D P 7	K P 1	K P 2	K P 3	K P 4	K P 5	K P 5	K P 7
1.	4	4	5	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4
3.	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4.	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5.	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
6.	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
7.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2
8.	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4
9.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
10.	4	4	3	3	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
11.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4
12.	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
13.	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14.	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
15.	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4
16.	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
17.	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
18.	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
19.	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
20.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
21.	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
22.	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23.	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
24.	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
25.	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4

26.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
27.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
29.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
30.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
31.	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32.	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
33.	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1
34.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36.	4	5	4	2	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
37.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
38.	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
39.	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
40.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41.	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
42.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
43.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
45.	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
46.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47.	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
48.	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1
49.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50.	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
52.	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1
53.	4	4	3	3	4	4	2	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
54.	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
55.	4	5	3	2	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
56.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
57.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58.	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59.	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4

60.	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
61.	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
63.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
65.	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67.	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68.	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
69.	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
71.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72.	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1

Lampiran III

Uji Realibility dan Validitas

MONA3.txt *MONA33.splsm PLS Algorithm (Run No. 3)

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)			
Desain Produk (X2)	0.964	0.971	0.971	0.826			
Keputusan Pembelian (Y)	0.937	0.942	0.949	0.729			
Perilaku Konsumen (X1)	0.943	0.946	0.953	0.745			

Lampiran V

R-Square

MONA3.txt *MONA33.splsm PLS Algorithm (Run No. 3)

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	R Square	R Square Adjus...			
Keputusan Pembelian (Y)	0.928	0.926			

Lampiran VI

Uji Hipotesis

MONA3.txt *MONA33.splsm PLS Algorithm (Run No. 3) Bootstrapping (Run No. 2)

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	
Perilaku Konsumen (X1) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.296	0.289	0.147	2.013	0.045	
Desain Produk (X2) -> Keputusan Pembelian (Y)	0.675	0.667	0.127	5.300	0.000	

Dokumentasi







Lampiran Keterangan Turnitin

2816



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp. (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B- / Un.16/ P1/ KT/ XI/ 2023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU CONVERSE IMITASI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis Prodi Manajemen Bisnis)

KARYA :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
MONA ENJELITA WIJAYA	1951040352	FEBI/ MBS

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 13 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 14 November 2023
Kepala Pusat Perpustakaan



Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
NIP. 197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

TURNITIN_MONA ENJELITA W.

by turnitin .com

Submission date: 12-Nov-2023 09:36PM (UTC-0600)

Submission ID: 2159021124

File name: TURNITIN_MONA_ENJELITA_W..docx (266.7K)

Word count: 5032

Character count: 30753

TURNITIN_MONA ENJELITA W.

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	7%
2	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	3%
3	cdn.repository.uisi.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%
5	www.researchgate.net Internet Source	<1%
6	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1%
7	repository.stimykpn.ac.id Internet Source	<1%
8	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1%
9	www.scribd.com Internet Source	<1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 5 words

TURNITIN_MONA ENJELITA W.

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29

PAGE 30
