

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP
PENGEMBANGAN DESAIN SEPATU**
Studi Kasus: Industri Sepatu Cibaduyut

DS-720 TESIS

Oleh

Noel Febry Ardian
271 98 008



**BIDANG KHUSUS DESAIN
PROGRAM MAGISTER SENI RUPA DAN DESAIN
FAKULTAS PASCA SARJANA
INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG**

2001

DAFTAR ISI

Daftar Isi	i
Daftar Gambar	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
— Pengantar	vii
Bab I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Asumsi Dasar	7
1.7 Metodologi Penelitian	10
1.8 Kerangka Analisis.....	II
1.9 Sistematika Penulisan	12
Bab II PENDEKATAN DALAM STUDI PERILAKU KONSUMEN.....	13
2.1 Prinsip Dasar Dalam Studi Perilaku Konsumen.....	14
2.2 Konsumen Adalah Pengambil Keputusan	16
2.3 Persepsi Konsumen	19
2.3.1 Kriteria Pemilihan	21
2.3.2 Pencarian Informasi	21
2.3.3 Menganalisa Alternatif.....	23
2.4 Perilaku Konsumen bagi Strategi Produk	24
2.4.1 Kebutuhan Konsumen	24
2.4.2 Pengaruh Sikap Kepribadian	27
2.4.3 Pengaruh Individu dan Kelompok	27
2.5 Industri Sepatu Cibaduyut	28

2.5.1	Konsumen Sepatu Cibaduyut	30
2.5.2	Hubungan Pedagang dan Produsen.....	30
2.5.3	Perkembangan Lokasi Cibaduyut.....	31
2.5.4	Pembuatan Sepatu.....	33
2.5.5	Desain Sepatu.....	35
2.5.5.1	Jenis Bahan Kulit	37
Bab III	PERILAKU KONSUMEN PRODUK SEPATU	39
3.1	Kebutuhan konsumen akan sepatu formal	40
3.2	Bagaimana Konsumen Memilih Sepatu	45
3.3	Perilaku Pembeli Sepatu.....	48
3.4	Perilaku Menggunakan Sepatu.....	52
3.5	Perspsi terhadap Lokasi	54
3.6	Kesimpulan	55
3.6.1	Perilaku yang Mempengaruhi Pembeli	56
3.6.2	Perilaku Konsumen	57
3.6.3	Pengaruh dalam Pengambilan Keputusan.....	57
3.6.4	Perilaku Menggunakan Sepatu	58
3.7	Produk Sepatu	59
3.7.1	Desain dan Merek Sepatu.....	60
Bab IV	ANALISA PERILAKU KONSUMEN SEPATU DAN PENGARUHNYA	
	TERHADAP DESAIN	67
4.1	Persepsi Konsumen terhadap Desain Sepatu	67
4.1.1	Pengaruh Aspek Ekonomi terhadap Persepsi	69
4.1.2	Pengaruh Aspek Sosiologi terhadap Persepsi	71
4.1.3	Pengaruh Aspek Budaya terhadap Persepsi	72
4.2	Analisa Perilaku Konsumen	75
4.2.1	Persepsi tentang Problem.....	75
4.2.1.1	Isyarat	77
4.2.1.2	Pengaruh Emosional	78
4.2.1.3	Pembelajaran	78
4.2.1.4	Pengaruh Lain	79
4.2.1.5	Kebutuhan, Motif dan Sifat Kepribadian.....	80

4.2.2	Proses Infonnasi	83
4.2.2.1	Menggunakan Informasi.....	83
4.2.2.2	Menganalisa Alternatif.....	85
4.2.2.3	Mengevaluasi Alternatif.....	85
4.2.2.4	Tingkat Evaluasi.....	86
4.2.3	Pola Pertimbangan dan Pengambilan Keputusan.....	86
4.2.3.1	Tingkah Laku Konsumen	87
4.3	Pcngaruh Perilaku terhadap Dcsain Sepatu	87
4.3.1	Dampak Perilaku terhadap Desain	89
4.3.2	Analisa Uampak Perilaku	90
4.3.3	Pengaruh Perilaku terhadap Produsen	90
4.4	Kondisi Sentra Industri Cibaduyut.....	92
4.5	Perubahan Perilaku	93
4.5.1	Perubahan Persepsi terhadap Lokasi.....	94
4.5.2	Persaingan dengan Kompetitor.....	95
4.6	Pengembangan Desain Sepatu.....	96
Bb V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	100
Lampiran I.	Beberapa Bentuk Vamp	
Lampiran 2.	Beberapa Bentuk Desain Quarter	
Lampiran 3.	Desain Scpatu Derby Moccasin	
ampran 4.	Sepatu Fantofel Utuh	
Lampiran 5.	Sepatu Fantofel Potong	
Lampiran 6.	Sepatu Oxford	
Lampiran 7.	Sepatu Derby	
Lampiran 8.	Sepatu Flexibel	
Lampiran 9.	Sepatu Monk	
Lampiran 10.	Sepatu Chukka Boot	
ampiran 11.	Kuesioner Penelitian	
D	AFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.7.1	Skema Metodologi Penelitian	10
Gambar 1.8.1	Kerangka Analisis	11
Gambar 2.2.1	Model Pengambilan Keputusan	18
Gambar 2.5.2.1	Proses Informasi	23
Gambar 2.5.3.1	Hubungan Pedagang dan Produsen	31
Gambar 2.5.4.1	Perkembangan Profesi Pengrajin di Cibaduyut..	32
Gambar 3.7.1.1	Proses Pembuatan Sepatu	34
Gambar 3.7.1.2	Desain dan Merek Sepatu	60
Gambar 3.7.1.3	Desain Sepatu Terbaru	62
Gambar 3.7.1.4	Desain Sepatu impor	65
Gambar 3.7.1.5	Lingkungan Lokasi	66
Gambar 4.1.3.1	Skema Pengambilan Keputusan	74
Gambar 4.2.1.5.1	Bagan Pertimbangan	82
Gambar 4.3.1	Pengaruh Perilaku terhadap Desain Sepatu	88

ABSTRAK

Desain, sebagai salah satu kriteria utama dalam proses pemilihan produk oleh pembeli, merupakan aspek penting dalam pengembangan produk. Desain tidak hanya terbatas pada pengolahan bentuk, dimensi, warna, dan tekstur semata, akan tetapi lebih jauh lagi kegiatan desain dilakukan untuk mempermudah manusia dalam melakukan kegiatan sehari-harinya. Dengan demikian pendekatan desain perlu diawali dengan mengembalikan produk kepada fungsi dasarnya.

Lebih jauh lagi, sepatu yang semula diciptakan sebagai alat pelindung kaki manusia telah berkembang fungsinya. Desain sepatu berkembang pula untuk memenuhi kebutuhan manusia akan kenyamanan. Disamping fungsi dan kenyamanan, faktor psikologis juga mempengaruhi proses pemilihan produk. Proses pemilihan produk ini sendiri sangat dipengaruhi oleh perilaku manusia. Karenanya desain sepatu perlu diarahkan untuk mendekati produk dengan harapan konsumen terhadap produk ini berdasarkan perilakunya.

Pengembangan desain yang didasarkan pada perilaku konsumen ini diharapkan tidak hanya menjadikan hidup menjadi lebih mudah namun juga lebih nyaman dan menyenangkan sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup konsumen.

ABSTRACT

Design, one major factor on the decision process for customer in choosing a product, lays an important role on product development. Design activities are not limited to **shaping**, dimensioning, coloring, and texturing; but beyond of that design activities are performed to make human being can live their life easier. Consequently, design **approach** need to be brought back to basic product functionality.

Furthermore, shoes that initially invented as human foot shield are already developed **further**. Shoe design also develops to fulfill human need for pleasure. Beside **functionality** and pleasure, psychological factors also affects the decision making **process** of choosing a product. These product choosing processes are influenced by **human** behaviors. As a result, shoe design need to be directed to match the product **with** customer expectation toward the product based on their behaviors.

This design development that based on the consumer behavior is expected to not only **make** life easier but also pleasurable and enjoyable that lead to better consumer **quality** of life.

KATA PENGANTAR

Tesis ini merupakan persyaratan kelulusan dalam menyelesaikan jenjang pendidikan bidang khusus desain pada Program Magister Seni Rupa dan Desain Fakultas Pasca Sarjana, Institut Teknologi Bandung. Dalam pelaksanaannya, penulis menghadapi berbagai hambatan, namun berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak, akhirnya karya tulis ini dapat diselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- Drs. Imam Santosa, Msn, selaku ketua implementasi program magister desain ITB,
- Prof. Imam Buchori, selaku pembimbing-1,
- Prof. Yusuf Affendi, selaku pembimbing-2,
- Drs. Yanyan Sunarya, Msn, sebagai reader,
- Drs. Adang Kosasih, Departemen Perindustrian
- Rekan-rekan peserta program magister Seni Rupa dan Desai ITB,
- Berbagai pihak lain yang banyak membantu pelaksanaan dan penyelesaian penelitian ini

Karya tulis ini merupakan basil penelitian yang masih banyak kekurangannya, dimana penulis harapkan nantinya dapat memacu penelitian di bidang keilmuan desain umumnya dan desain produk khususnya uantuk melakukan penelitian lanjutan. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat.

Bandung, Oktober 2001,

Bab I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan basil sumber daya alam dan memiliki keahlian dalam hal membuat produk kerajinan tradisional. Kemampuan dalam membuat produk kerajinan, telah berlangsung sejak lama dan turun temurun hingga sekarang. Kondisi ini dimanfaatkan pemerintah dengan menjadikan sektor ini sebagai penghasil devisa. Pelaksanaan program pengembangan sektor ini ternyata tidak diimbangi dengan perencanaan yang berorientasi jangka panjang ke depan dan pengelolaan secara profesional. Pengelolaan sektor industri yang tidak konsisten dari hulu ke hilir, menyebabkan besarnya ketergantungan industri terhadap bahan baku impor.

Saat ini pengembangan sektor industri kecil kembali dibicarakan, dalam upaya membangun perekonomian. Usaha tersebut dijakukan mengingat industri kecil memiliki potensi berupa fleksibilitas dan kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, serta potensi-potensi berupa: potensi budaya, potensi sumber daya manusia, dan potensi teknologi yang menjanjikan untuk dikembangkan guna menghasilkan produk yang diminati masyarakat, baik dalam negeri maupun luar negeri.

Berbagai macam upaya dilakukan untuk mengangkat sektor ini keluar dari segala permasalahannya. Permasalahan tersebut antara lain adalah:

1. Produk hanya dibuat berdasarkan pertimbangan materi, sehingga desain dibentuk atas dasar peniruan dari produk-produk sejenis yang laku di pasaran.
2. Begitu banyaknya peniruan, menyebabkan munculnya produk-produk yang identik sehingga dapat mengakibatkan terjadinya keseragaman produk.
3. Kelernahan industri dalam mengelola produksi secara massal.

Permasal ahan tersebut pada akhirnya menyebabkan tidak terjadi suatu perkembangan dan pertumbuhan industri kecil seperti yang diharapkan. Mengingat pentingnya

pengembangan terhadap industri kecil, maka dilakukanlah program-program pengembangan baik oleh pemerintah, institusi pendidikan, maupun lembaga swadaya masyarakat.

Desain sebagai wujud akhir dari suatu produk merupakan aspek penting yang menjadi penentu diterima atau tidaknya produk di pasaran'. Sumbangan desain bagi pengembangan industri kecil adalah sangat menentukan, karena itu perlu terns dikembangkan suatu pendekatan pemberdayaan industri kecil yang mencakup pemberdayaan mereka terhadap desain. Dalam proyek ini saya mengambil studi kasus sentra industri sepatu kulit Cibaduyut.

Segegap permasalahan industri kecil sebagaimana telah disebut di atas, dialami pula oleh industri sepatu termasuk sentra industri sepatu Cibaduyut. Industri sepatu menjamur di Cibaduyut dan mencapai masa kejayaannya menjadi salah satu kekayaan daerah yang sudah menjadi ciri khas dan objek wisata bagi para turis, baik turis domestik, maupun manca negara. Seiring dengan krisis ekonomi yang melanda masyarakat, khususnya kelas menengah ke bawah yang merupakan segmen pasar bagi sepatu Cibaduyut, maka berdampak pada terjadinya penurunan penjualan. Penurunan ini begitu drastis menyebabkan banyak pengusaha sepatu gulung tikar. Begitu banyak pengusaha yang mengalami kebangkrutan, bukan hanya disebabkan karena daya beli masyarakat yang begitu menurun, namun juga disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku produksi. Produsen tidak hanya kehilangan konsumen, tetapi juga tidak mampu untuk memproduksi. Secara singkat, permasalahan penting yang menyebabkan terjadinya kondisi tersebut adalah:

1. Rendahnya daya beli masyarakat atau konsumen untuk segmen pasar produk sepatu Cibaduyut.
2. Balian baku import yang harganya cenderung meningkat, menyulitkan pengrajin dalam menekan harga jual.
3. Kualitas produk yang rendah, sehingga menimbulkan perbandingan tidak sepadan antara kualitas produk dengan harga jual yang cukup tinggi.

Permasalahan ini harus diatasi, karena:

- Industri kecil merupakan suatu bidang yang sangat potensial untuk diberdayakan karena sifatnya sangat fleksibel dan mampu bertahan disaat krisis.
- Pengaruhnya sangat luas dan dekat sekali dengan kesejahteraan masyarakat.

Cibaduyut merupakan sentra yang telah lama berdiri dan telah membentuk sistem jaringan yang dapat dianggap merupakan suatu potensi. Lokasi Cibaduyut juga telah menjadi salah satu objek wisata kota Bandung. Potensi-potensi ini bisa dimanfaatkan dan dikembangkan. Pengembangan yang terarah dan dilakukan secara terencana adalah tindakan yang diperlukan, dalam mengembangkan potensi wilayah. Pengembangan dilakukan dengan terlebih dahulu merinci permasalahan yang menjadi faktor penghambat kemajuan, yaitu:

1. Kebiasaan untuk meniru yang tidak produktif pada kemampuan untuk memberikan keunikan pada produk.
2. Kecenderungan meniru telah menjadi perilaku para produsen sepatu yang hanya mengutamakan keuntungan materi, padahal dengan motivasi tersebut justru akan mengakibatkan kerugian bagi mereka di kemudian hari.
3. Kualitas produk
4. Kemampuan untuk mengantisipasi kebutuhan pasar
5. Pengelolaan yang masih tradisional, sehingga tidak ada strategi jangka panjang yang jelas untuk mengembangkan diri.
6. Permasalahan modal

Peran desain dalam pengembangan industri kecil mencakup pemberdayaan yang bertujuan untuk mengatasi masalah peniruan dan pemalsuan produk. Masalah peniruan atau pemalsuan ini harus secara serius ditanggulangi, mengingat hal ini adalah pelanggaran hal cipta. Industri harus dipersiapkan untuk dapat bersaing tanpa menadatkan strategi peniruan produk, untuk menjawab tantangan globalisasi dan persaingan pasar bebas yang akan datang.

Desain yang baik adalah desain yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumennya. Sentra industri Cibaduyut adalah sentra industri pembuat sepatu untuk segmen pasar menengah ke bawah. Kelompok pengusaha industri kecil sendiri berasal dari segmen kelas menengah ke bawah. Mereka sebenarnya dapat melakukan prediksi mengenai kebutuhan konsumennya. Karena itu salah satu cara yang dapat dilakukan desain dalam rangka pengembangan industri kecil adalah dengan mengetahui perilaku konsumen. Hal ini dilakukan karena tujuan dari studi tentang perilaku konsumen adalah untuk mengetahui aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli'. Dengan mengetahui perilaku konsumen, maka produsen dapat menyesuaikan perkiraan keputusan konsumen dengan produk yang akan diproduksi.

Membuat suatu arahan desain yang dapat diterapkan oleh perajin adalah sumbangan desain dalam upaya mengembangkan kemampuan industri kecil. Pengarahan yang diperlukan harus disertai dengan pendekatan yang tepat, sehingga dapat diterima dengan baik oleh para perajin. Pendekatan perilaku lebih dapat dimengerti oleh produsen karena mereka berada dalam segmen kelas yang sama dengan konsumennya. Karena itulah dalam tesis ini, penulis mengangkat permasalahan perilaku konsumen terhadap desain sepatu dengan studi kasus sentra industri sepatu Cibaduyut.

1.2 Rumusan Masalah

Konsumen memilih produk berdasarkan keunikan tertentu yang tidak dimiliki produk lain, atau memiliki keunggulan teknologi yang menjadikannya lebih unggul dibanding kompetitornya. Konsumen melakukan pembelian terhadap produk pilihannya, apabila harga produk sesuai dengan kemampuan keuangannya. Produk dapat dengan cepat diserap pasar bila memiliki keunikan produk, keunggulan teknologi, dan kesesuaian antara harga jual dengan kemampuan ekonomi dari konsumen yang dituju.

¹Williams, G Terrel, *Consumer Behavior*, West Publishing Co, 1982; hal 25.

Faktor penghambat kemajuan industri kecil seperti yang telah dijabarkan dalam latar belakang, dapat menimbulkan ancaman serius di kemudian hari seiring dengan semakin ketatnya persaingan pasar. Ancaman tersebut adalah:

- Kebiasaan meniru, menjadikan produsen tidak sanggup memberikan keunikan produk.
- Permasalahan dalam menjaga dan meningkatkan kualitas, menyebabkan produsen tidak dapat memberikan keunggulan produk.
- Pengelolaan yang tradisional, menyebabkan industri tidak mampu membuat perencanaan yang jelas dan berproduksi secara sistematis, sehingga mengakibatkan industri tidak mampu meningkatkan kapasitas produksi dan penghasilan perusahaan.
- Permasalahan modal, menyebabkan industri tidak leluasa dalam melakukan pengembangan.

Peran desain dalam pengembangan industri kecil adalah mencakup pemberdayaan yang bertujuan untuk mengatasi masalah peniruan dan pemalsuan produk. Masalah peniruan atau pemalsuan ini harus secara serius ditanggulangi, mengingat hal ini adalah pelanggaran hak cipta. Industri harus dipersiapkan untuk dapat bersaing tanpa mengandalkan strategi peniruan produk, untuk menjawab tantangan globalisasi dan persaingan pasar bebas yang akan datang.

Pendekatan tersebut bertujuan memberikan pengertian pada para pengusaha mengenai pentingnya desain, dan banyak alternatif bentuk baru yang bisa diterapkan untuk memberikan keunikan produk, selain dengan cara meniru produk orang lain. Tindakan ini harus diambil karena di samping hal tersebut melanggar hukum, juga untuk menghindari terjadinya kelesuan pasar di kemudian hari. Kondisi yang terjadi saat ini adalah gejala bagi kegagalan yang akan di alami di masa datang khususnya dalam menghadapi persaingan pasar bebas.

Salah satu cara pendekatan pembinaan industri kecil adalah dengan melakukan kegiatan desain dengan latar belakang perilaku konsumen agar didapat suatu pengembangan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Permasalahan yang harus ditanggulangi adalah bagaimana perilaku dapat mempengaruhi desain dan dapat dijadikan suatu alat dalam mencari pendekatan bentuk baru, dalam upaya

4. Mendapatkan suatu rumusan mengenai pendekatan yang efektif dalam rangka pemberdayaan desain, dengan tujuan mempercepat proses pengembangan industri.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pendekatan desain dalam usaha pemberdayaan industri kecil.

Manfaat bagi disiplin ilmu desain produk, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai permasalahan perilaku konsumen terhadap produk.

1.6 Asumsi Dasar

Pada saat ini kecenderungan meniru bentuk produk tertentu, merupakan suatu strategi yang diadopsi oleh industri kecil untuk memenangkan persaingan pasar. Peniruan ini menjadi alasan bentuk akhir dari produk adalah aspek utama yang dilihat oleh pembeli yang menentukan pilihannya terhadap produk. Peniruan dilakukan terhadap produk yang laku di pasaran, dengan asumsi bahwa produk tiruan tersebut dapat diserap pasar dan produsen mendapatkan keuntungan. Motif inilah yang mendorong terjadinya peniruan yang begitu pesat, dan terjadilah keseragaman produk di pasaran.

Dalam era globalisasi sekarang ini, peniruan merupakan hal yang melanggar undang-undang, sementara di lain pihak merupakan sumber penghasilan bagi banyak penduduk. Penyadaran tentang pentingnya mengembangkan desain mempunyai bobot yang sama pentingnya dengan pelaksanaan undang-undang hak cipta secara tegas.

Desain memiliki peran penting bagi produk agar disukai pasar, karena itu peran desain sangat penting bagi pemberdayaan industri kecil. Banyak cara untuk mendapatkan keunikan bentuk. Desain bukan hanya masalah bentuk tetapi juga masalah fungsi. Desain diciptakan untuk fungsi tertentu dengan tujuan mempermudah manusia. Salah satu cara pengembangan desain yang dapat diterapkan adalah pendekatan perilaku konsumen.

Pendekatan ini dianggap cocok karena kondisi sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen dapat dilihat bahkan dialami dalam kehidupan sehari-hari.
2. Merupakan faktor yang membedakan konsumen di suatu daerah dengan daerah lainnya.

Pendekatan bentuk bisa diperoleh dengan mengembalikan produk kepada fungsinya. Bagaimana produk dapat memenuhi fungsi seperti yang diharapkan pemakainya. Pendekatan ini diperoleh dengan menyederhanakan pengertian desain itu sendiri pada sesuatu yang paling inti dan sederhana. Desain bukanlah semata-mata bertujuan mengolah bentuk, dimensi, warna dan tekstur, agar produk terlihat lebih baik dan menarik, meskipun bentuk yang baik adalah sesuatu yang harus dicapai dalam desain. Pada dasarnya tujuan desain adalah mencapai perbaikan terhadap kualitas hidup manusia⁴. Kegiatan desain dilakukan untuk mempermudah kehidupan manusia. Berbagai alat diciptakan untuk meringankan atau mempermudah manusia dalam melakukan kegiatannya. Setelah memenuhi fungsi, maka fungsi desain diarahkan untuk memenuhi kebutuhan yang sifatnya psikologis. Produk kemudian dikembangkan untuk memberikan kepuasan psikologis pemakai melalui pengolahan bentuk. Pengembangan ini tidak hanya menjadikan kehidupan lebih mudah namun juga lebih nyaman dan menyenangkan.

Produk sepatu diciptakan sebagai alat pelindung kaki saat berjalan. Produk ini kemudian dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pemakai berdasarkan tempat di mana produk digunakan. Berbagai jenis sepatu diciptakan berdasarkan fungsinya seperti : sepatu olah raga, sepatu santai, sepatu untuk pendaki gunung, dan sebagainya.

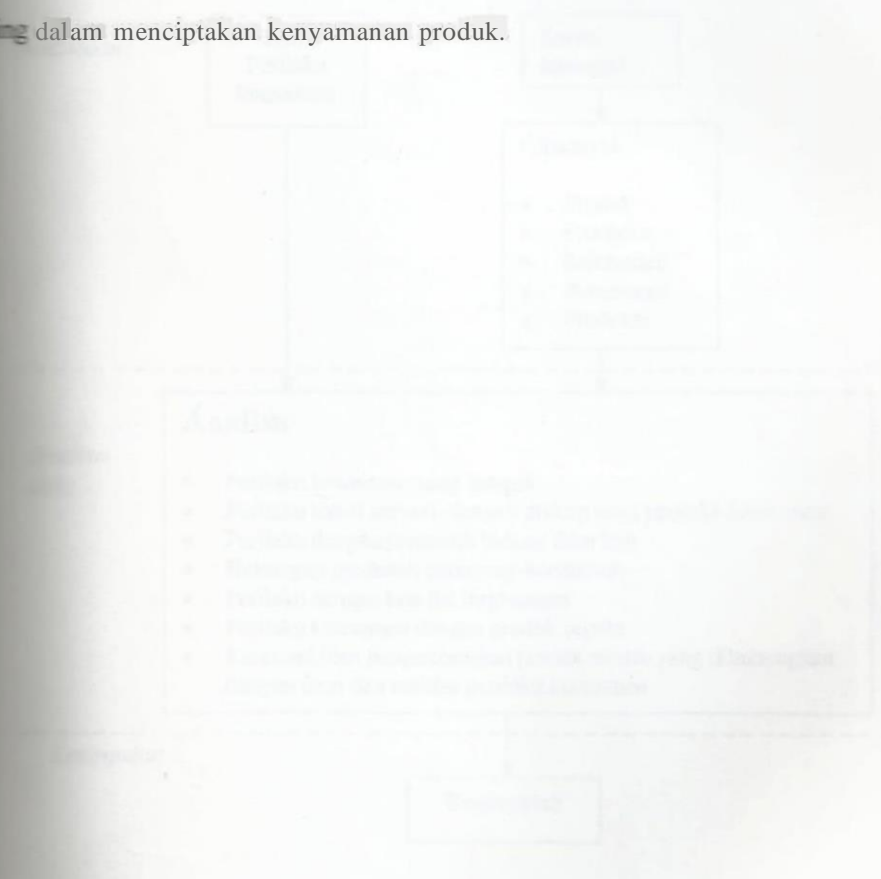
Pengembangan desain sepatu selanjutnya ditekankan pada kenyamanan, berupa kenyamanan saat dipakai dan kemudahan untuk dilepas. Pemikiran dan pertimbangan mengenai kenyamanan inilah yang akan saya jadikan pendekatan dalam pengembangan produk sepatu basil industri kecil.

Uraian kenyamanan menyangkut bagaimana sesuatu seharusnya dilakukan dan bagaimana seseorang melakukan sesuatu. Kedua hal ini sebenarnya bermula pada

⁴Victor dan Buchanan Richard, *The Idea of Design*. The MIT Press, London, 1996; hal 118.

⁵Dwi Arsono, *Metoda Pembuatan Pola Sepatu*, Departemen Perindustrian, Yogyakarta, 1986; hal. 2.

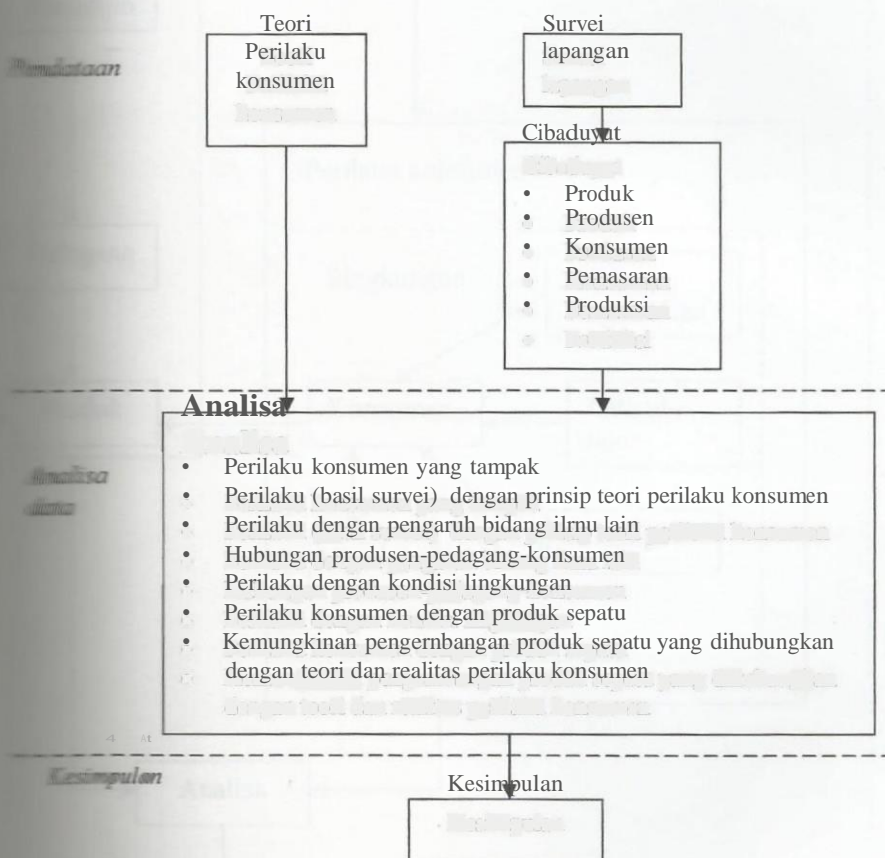
satu tujuan yaitu: bagaimana agar sesuatu dilakukan dengan lebih mudah sehingga memberikan suatu kenyamanan. Desain membuat suatu pendekatan agar produk mudah untuk dioperasikan, yaitu dengan: menyesuaikan dengan kebiasaan pemakai, atau pemakai diarahkan untuk melakukan tindakan tertentu terhadap produk. Kedua pendekatan tersebut dapat dilakukan dengan terlebih dahulu mengetahui kebiasaan pemakai. Jadi kenyamanan itu dicapai dengan menyesuaikan produk dengan kebiasaan pemakainya. Pengaruh perilaku konsumen merupakan aspek penting dalam menciptakan kenyamanan produk.



Gambar 1.1.1. Proses Menjalani Perilaku

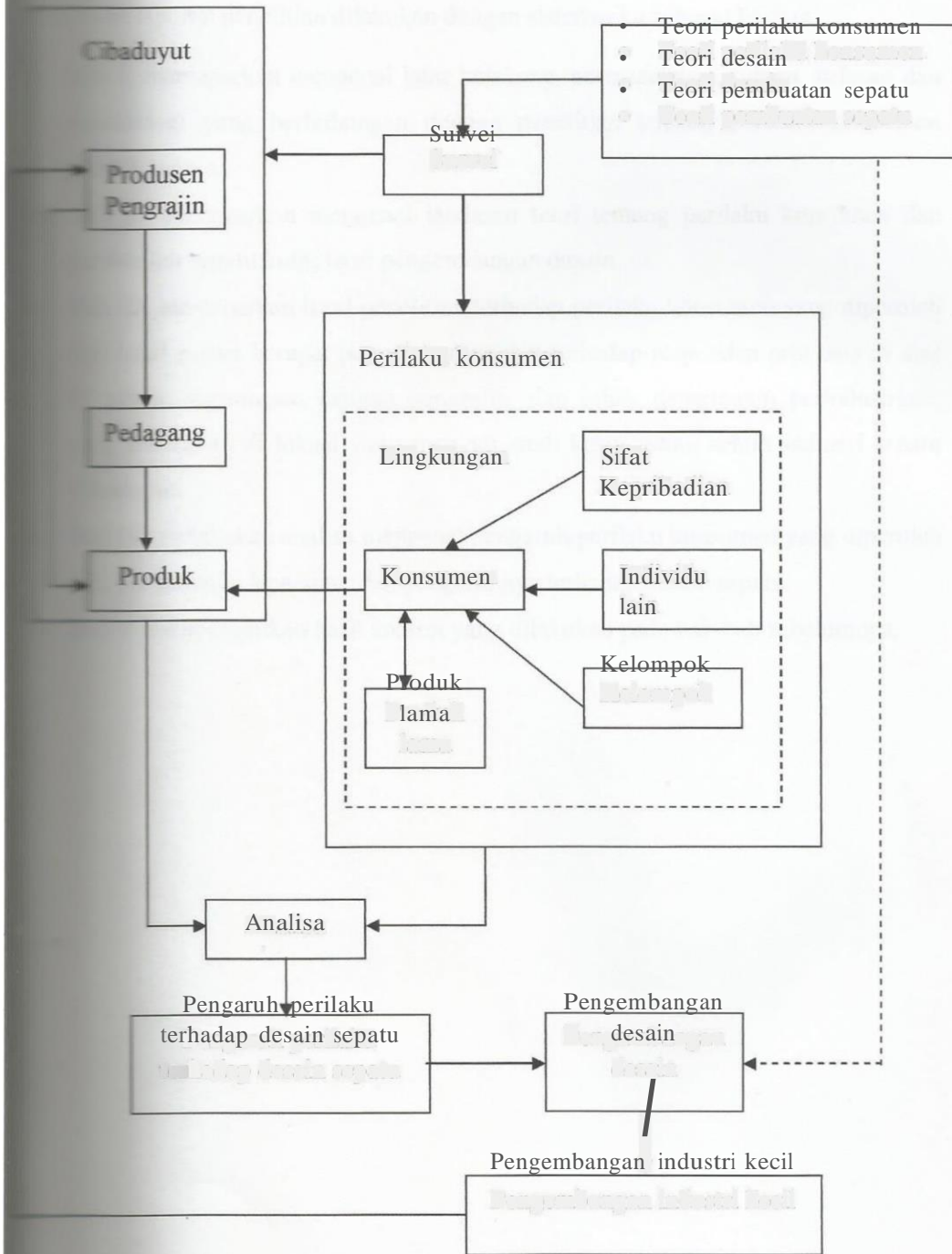
Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan adalah yang dipergunakan untuk mendapatkan data. Mengungkap permasalahan dalam penelitian ini, adalah komparatif, deskriptif, dan data yang diperoleh melalui: kuesioner, wawancara, dan studi pustaka.



Gambar 1.7.1 Skema Metodologi Penelitian

Kerangka Analisis



Menjelaskan adanya pertimbangan
 Hubungan timbal balik

1.9 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian dilakukan dengan sistematika sebagai berikut :

- Bab I, memaparkan mengenai latar belakang, permasalahan, tujuan, batasan dan metodologi yang berhubungan dengan penelitian tentang perilaku konsumen produk sepatu.
- Bab II, memaparkan mengenai landasan teori tentang perilaku konsumen dan pembuatan sepatu kulit, teori pengembangan desain.
- Bab III, memaparkan hasil penelitian terhadap perilaku konsumen yang diperoleh dari hasil survei berupa: penyebaran angket terhadap responden pria usia di atas 17 tahun, wawancara dengan pengrajin, dan pihak departemen perindustrian, yang dilakukan di lokasi yang menjadi studi kasus, yaitu sentra industri sepatu Cibaduyut.
- Bab IV, melakukan analisa mengenai pengaruh perilaku konsumen yang diperoleh dari pengamatan lapangan, dan pengaruhnya terhadap desain sepatu.
- Bab V, menyimpulkan hasil analisa yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya.