

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN CONVERSE**

#### **2.1 Sejarah Perusahaan**

Converse adalah perusahaan berasal dari Amerika yang didirikan oleh Marquis Mills. Converse bergerak dibidang produksi sepatu olahraga, sepatu kasual, dan pakaian. Marquis Mills Converse mendirikan perusahaan Converse di tahun 1908 di Malden, Massachusetts, Amerika Serikat dengan nama awal Converse Rubber Shoe Company. Perusahaan Converse Rubber Shoe Company awalnya merupakan perusahaan yang membuat sepatu karet dan sepatu karet kerja lainnya secara musiman. Akhirnya perusahaan memutuskan bahwa lebih efisien untuk mempertahankan pekerja mereka sepanjang tahun, dan mulai membuat sepatu kasual pada tahun 1910 dan pada tahun 1915 perusahaan Converse mulai memproduksi jenis sepatu atletik (olahraga). Sepatu All Star aslinya berasal dari warna coklat alami dengan trim hitam. Tahun 1920-an, Converse All star dibuat menggunakan kanvas berwarna hitam dan versi kulit. Sepatu ini terbuat dari sol karet yang sangat tebal, dan pergelangan kaki yang mempunyai bahan kanvas (atau kadang-kadang kulit) bagian atas.

The All star akan menjadi sepatu basket yang diproduksi massal pertama di Amerika Utara. Penjualan pertama Converse mendapatkan penjualan yang terbilang lambat. Penjualan Converse mulai meningkat pesat pada beberapa tahun kemudian, berkat Charles H. Chuck Taylor. Charles H Taylor adalah pemain bola basket untuk Akron Firestones. Dia menyukai apa yang dia lihat di sepatu All Star dan melihat potensinya untuk olahraga bola basket.

Dia percaya pada sepatu begitu banyak sehingga pada tahun 1921 bergabung dengan tenaga penjualan Converse dan kemudian menjadi pemain/pelatih untuk Converse All Star, liga basket industri perusahaan. Tahun 1930 Chuck Taylor mendesain sepatu model untuk Olimpiade 1936. Tipe yang dikeluarkan adalah tipe tinggi berwarna putih, sepatu dengan patriotik merah, dan sepatu biru. Model baru tersebut menyebabkan semua tim bola basket serta anak laki-laki Amerika mengenakan Converse Chuck Taylor All Star. Tahun 1932, tanda tangan Taylor ditambahkan ke *patch* All Star pada sepatu kets klasik mereka.

AS ketika memasuki Perang Dunia II pada tahun 1941, Converse mengalihkan produksinya ke pembuatan sepatu karet, pakaian luar, dan pakaian pelindung untuk militer. Perusahaan kembali memproduksi sepatu atletik setelah perang berakhir. Tahun 1949 Chuck Taylor All star High top klasik hitam dan putih diperkenalkan, sepatu yang jauh lebih menarik perhatian dibandingkan model monokrom hitam yang diproduksi hingga saat itu. Basket kini menjadi olahraga profesional utama di Amerika, dengan bergabungnya *National Basketball League* dan *Basketball Association of America* menjadi *National*

*Basketball Association* (NBA). Chuck Taylor All Star pada saat itu menjadi sepatu untuk pemain basket profesional, perguruan tinggi, sekolah tinggi, dan semua pemain serius. Sepatu Converse menjadi bagian dari tampilan setiap tim yang bermain di Amerika Serikat.

Converse juga populer selama 1950-an dan 1960-an, Converse mempromosikan gambar Amerika dengan buku tahunan yang dimiliki Converse. Artis Charles Kerins menciptakan seni sampul yang menggambarkan peran Converse dalam kehidupan para atlet sekolah menengah dan perguruan tinggi. Ditahun 1962, nama Converse semakin meningkat ketika mendapat *exposure* dari pemain basket bernama Wilt Chamberlain. Wilt Chamberlain berasal dari Philadelphia Warriors berhasil mencetak 100 *point* di dalam pertandingan NBA ketika mengenakan sepasang sepatu Converse Chuck Taylor, dengan meraih kemenangan 169-177 atas New York Knicks di Hershey, Pennsylvania.

Kemunduran sepatu Converse mulai terlihat ketika Converse kehilangan monopoli mereka dari tahun 1970-an dan seterusnya, dikarenakan pesaing baru mulai bermunculan. Perusahaan pesaing mulai melangkah masuk, dipelopori oleh Nike Corporation, dan mulai mengikis pangsa pasar dan pengaruh Converse. Banyak perubahan mulai terjadi di industri sepatu atletik. Perusahaan-perusahaan saingan ini memperkenalkan model-model baru dengan tampilan berwarna baru, semua bagian atas kulit, dan inovasi teknologi tinggi seperti sepatu Converse. Munculnya perusahaan-perusahaan baru tersebut menyebabkan Converse kehilangan pemegang sepatu resmi dari NBA gelar yang telah mereka pegang selama bertahun-tahun.

Tanda bintang pada Converse adalah logo yang tersisa di sebagian besar sepatu Converse selain All Star yang diciptakan oleh Jim Labadini, seorang karyawan. Sepatu kanvas-karet kembali populer pada 1980-an sebagai sepatu kasual, tetapi Converse akhirnya menjadi terlalu bergantung pada merek All Star, yang pasarnya runtuh pada 1989-1990. Tahun 2000 Converse tergelincir berulang kali ke kurator karena utang menumpuk setiap tahun. Converse mengajukan kebangkrutan pada 22 Januari 2001. Tidak lama kemudian, pada 30 Maret, pabrik manufaktur terakhirnya di AS ditutup, karena produksi sepenuhnya pindah ke luar negeri. Bulan April 2001, Footwear Akuisisi, dipimpin oleh Marsden Cason dan Bill Simon, purc dan pada tahun 2003 merek Converse di akuisisi oleh Nike.

## **2.2 Visi dan Misi Perusahaan**

### **1. Visi Converse**

Menurut Wibisono (2006:43), visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan citra-citra atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Pentingnya visi bagi perusahaan adalah untuk memberikan pedoman pada masa depan perusahaan, menjamin kesinambungan kepemimpinan organisasi, dan memberikan komitmen tinggi dari seluruh jajaran lingkungan perusahaan. Visi Converse INC adalah:

*To give people the opportunity to express themselves through their Converse shoe.*

## 2. Misi Perusahaan

Menurut Wibisono (2006:46-47) misi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa. Pentingnya misi bagi perusahaan adalah sebagai arah usaha dalam mencapai visi, memfokuskan langkah-langkah yang akan diambil, dan membantu mencegah karyawan agar tidak salah melangkah. Misi Converse INC adalah:

*Build a movement, a community for sneakersheads who want to pursue life.*

### 2.3 Logo Perusahaan

Menurut Surlarko (2008: 6-7) logo merupakan sebuah tanda yang memberi suatu identitas yang pada akhirnya dapat dijadikan sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitor. Logo dapat dijadikan sebagai daya tarik tersendiri bagi para konsumennya dan sebagai sarana pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan. Logo Converse adalah salah satu logo yang paling populer di dunia. Versi terbaru dari logo Converse adalah sebuah bintang atau disebut pentagram yang dimasukkan ke dalam sebuah lingkaran yang memiliki arti koneksi ke lima elemen bumi, bintang tersebut diberi nama “*The Chevron and Star Insignia*”.

**Gambar 2. 1**  
**Logo Converse INC**



Sumber: [www.Converse.com](http://www.Converse.com), 2019

Mengenai pemilihan warna, putih di logo Converse mewakili kesucian, pesona, dan kecanggihan. Warna hitam, melambangkan keunggulan, prestise, dan keanggunan merek. Sementara itu, huruf yang digunakan dalam logo ini adalah modifikasi huruf dari jenis sans-serif.

**Gambar 2. 2**  
**Logo Converse Chuck Taylor**



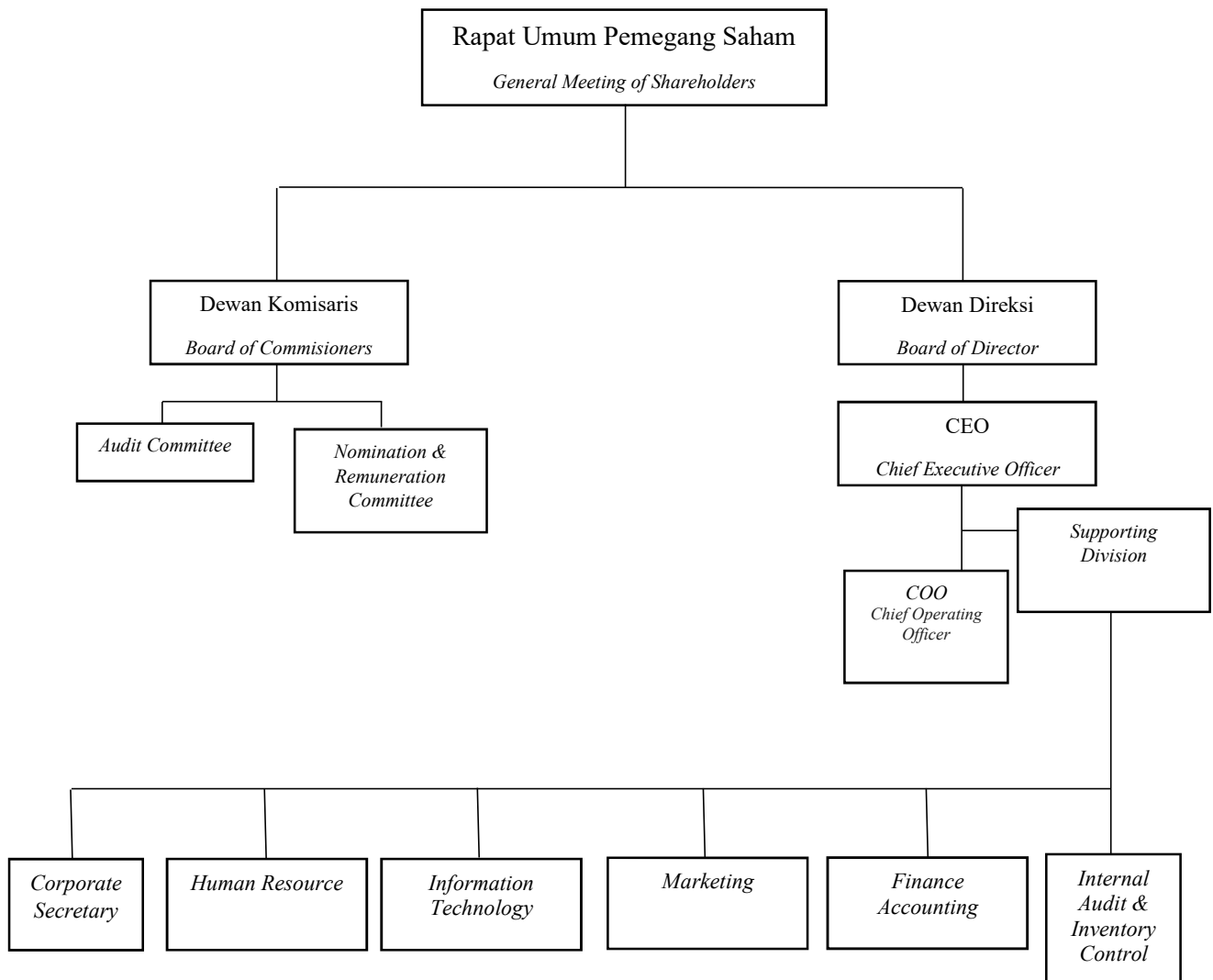
Sumber: [www.Converse.com](http://www.Converse.com), 2019

Ada beberapa variasi logo untuk berbagai departemen perusahaan, logo terpopuler adalah logo bintang diposisikan dalam lingkaran dengan tulisan “*Converse All star*” berhuruf kapital dengan sebuah tokoh ikonik Converse yang berprofesi sebagai pemain basket NBA dimasanya yaitu Chuck Taylor.

## 2.4 Struktur Perusahaan

Struktur organisasi yang digunakan oleh Converse Inc adalah struktur organisasi fungsional, yaitu pembagian tugas yang dibagi kedalam kelompok fungsional yang terpisah. Berikut ini adalah struktur organisasi Converse Inc:

**Gambar 2.3**  
**Struktur Organisasi Converse Indonesia**



Sumber: *Annual Report Converse Indonesia 2018*

## **2.5 Deskripsi Pekerjaan**

### **2.5.1 Rapat Umum Pemegang Saham**

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan organ perusahaan yang memiliki wewenang yang tidak diberikan kepada Direksi atau Dewan Komisaris dalam batas yang ditentukan dalam undang-undang atau anggaran dasar. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa RUPS merupakan organ tertinggi dalam sebuah Perusahaan. RUPS memiliki agenda rapat sebagai berikut:

1. Perubahan susunan anggota Direksi dan Dewan Komisaris.
2. Memberikan kuasa kepada Direksi Perusahaan dengan hak substitusi, untuk menyatakan kembali keputusan yang telah diambil dalam acara rapat ini dalam suatu akta Notaris dan selanjutnya memberitahukan kepada Menteri Hukum dan Hak Manusia Republik Indonesia dan mendaftarkan pada Daftar Perusahaan.

### **2.5.2 Dewan Komisaris**

Salah satu Organ Perusahaan, Dewan Komisaris memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melakukan pengawasan terhadap pengelolaan Perusahaan. Dewan Komisaris juga memberikan panduan dan nasihat kepada Direksi terkait dengan pengelolaan GCG Perusahaan. Tugas dan tanggung jawab dewan komisaris sebagai berikut:

1. Melakukan pengawasan atas kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan pada umumnya, baik mengenai Perusahaan maupun usaha Perusahaan, dan memberi nasihat kepada Direksi.



2. Direksi dan setiap anggota Direksi wajib untuk memberikan penjelasan tentang segala hal yang ditanyakan oleh Dewan Komisaris.
3. Rapat Dewan Komisaris setiap waktu berhak memberhentikan untuk sementara waktu seorang atau lebih anggota Direksi dari jabatannya apabila anggota Direksi tersebut bertindak bertentangan dengan Anggaran Dasar ini dan peraturan perundang-undangan yang berlaku atau melalaikan kewajibannya atau terdapat alasan yang mendesak bagi Perusahaan.
4. Pemberhentian sementara itu harus diberitahukan secara tertulis kepada yang bersangkutan dengan disertai alasan dari tindakan tersebut.
5. Jangka waktu paling lambat 90 (sembilan puluh) hari sesudah pemberhentian sementara itu, Dewan Komisaris wajib menyelenggarakan RUPS untuk mencabut atau menguatkan keputusan pemberhentian sementara, sedangkan kepada anggota Direksi yang diberhentikan sementara itu diberi kesempatan untuk hadir guna membela diri. RUPS tersebut apabila tidak diadakan dalam waktu 90 (sembilan puluh) hari setelah pemberhentian sementara itu atau RUPS tidak dapat mengambil keputusan, maka pemberhentian sementara tersebut menjadi batal demi hukum dan yang bersangkutan menduduki kembali jabatannya.
6. Seluruh anggota Direksi apabila diberhentikan sementara oleh Dewan Komisaris dan Perusahaan tidak mempunyai seorangpun anggota Direksi maka untuk sementara Dewan Komisaris diwajibkan untuk mengurus Perusahaan. Dewan Komisaris berhak untuk memberikan kekuasaan sementara kepada

seorang atau lebih diantara anggota Dewan Komisaris atas tanggungan Dewan Komisaris.

### **2.5.3 Dewan Direksi**

Direksi adalah organ Perusahaan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengelolaan Perusahaan sehari-hari untuk kepentingan dan dalam rangka mencapai tujuan Perusahaan. Direksi memiliki hak untuk mewakili Perusahaan baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar Perusahaan. Direksi melaksanakan pembagian tugas dan wewenang antar anggota Direksi guna memastikan pelaksanaan tugas dan tanggung jawab serta penggunaan wewenangnya berjalan optimal. Perusahaan memiliki lima anggota Direksi yang bertanggung jawab terhadap:

1. Mengelola kegiatan Perusahaan, baik kepengurusan maupun kepemilikan.
2. Melakukan transaksi material di bidang pasar modal.
3. Mengelola kegiatan Perusahaan berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan.
4. Dua orang anggota Direksi secara bersama-sama berhak dan berwenang bertindak untuk dan atas nama Direksi serta mewakili Perusahaan.

### **2.5.4 Komite Audit**

Perusahaan telah membentuk Komite Audit sesuai dengan Peraturan OJK No. 55/POJK.04/2015 tanggal 23 Desember 2015 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit. Perusahaan telah membentuk Komite Audit berdasarkan Surat Keputusan No. 03/SK-DK/MAA/IV/2018 tertanggal 13 April 2018 tentang Pengangkatan Komite Audit Perusahaan. Perusahaan juga telah

menyusun suatu Piagam Komite Audit yang telah disetujui oleh Dewan Komisaris Perusahaan pada tanggal 13 April 2018. Berdasarkan Piagam Komite Audit, Komite Audit memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain meliputi:

1. Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang akan dikeluarkan Perusahaan, seperti laporan keuangan, proyeksi, dan informasi keuangan lainnya.
2. Melakukan penelaahan atas ketaatan Perusahaan terhadap hukum dan peraturan perundang-undangan di bidang Pasar Modal dan perundang-undangan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan usaha Perusahaan.
3. Memberikan pendapat independen dalam hal terjadi perbedaan pendapat antara manajemen dan Akuntan atas jasa yang diberikannya.
4. Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut oleh Direksi atas temuan auditor internal.
5. Menelaah independensi dan objektivitas akuntan publik Perusahaan.
6. Melaporkan kepada Dewan Komisaris sehubungan dengan berbagai risiko yang dihadapi Perusahaan dan pelaksanaan manajemen risiko oleh Dewan Direksi.
7. Melakukan penelaahan dan melaporkan kepada Dewan Komisaris atas pengaduan yang berkaitan dengan Perusahaan termasuk tetapi tidak terbatas pada pengaduan yang berkaitan dengan proses akuntansi dan pelaporan keuangan Perusahaan.

8. Menjaga kerahasiaan dokumen, data, dan informasi Perusahaan
9. Melakukan pemeriksaan terhadap dugaan adanya kesalahan dalam keputusan rapat Direksi atau penyimpangan dalam pelaksanaan hasil keputusan rapat direksi yang dapat dilakukan oleh Komite Audit atau pihak independen yang ditunjuk oleh Komite Audit atas biaya Perusahaan
10. Menelaah dan memberikan saran kepada Dewan Komisaris terkait dengan adanya potensi benturan kepentingan Emiten atau Perusahaan Publik.

#### **2.5.5 Komite Nominasi dan Remunerasi**

Perusahaan telah membentuk Komite Nominasi dan Remunerasi berdasarkan Peraturan OJK No. 34/ POJK.04/2014 tanggal 8 Desember 2014 tentang Komite Nominasi dan Remunerasi Emiten atau Perusahaan Publik. Perusahaan telah membentuk Komite Nominasi dan Remunerasi berdasarkan Surat Keputusan Dewan Komisaris Perusahaan No. 04/SK-DK/MAA/ IV/2018. Perusahaan juga telah menyusun suatu Piagam Komite Nominasi dan Remunerasi yang telah disetujui oleh Dewan Komisaris Perusahaan pada tanggal 13 April 2018. Berdasarkan Piagam Komite Nominasi dan Remunerasi, Komite Nominasi dan Remunerasi memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain meliputi:

1. Membantu Dewan Komisaris melakukan penilaian kinerja dengan kesesuaian remunerasi yang diterima masing-masing anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris.

2. Memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris mengenai program pengembangan kemampuan anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris
3. Memberikan usulan calon yang memenuhi syarat sebagai anggota Direksi dan/atau anggota Dewan Komisaris kepada Dewan Komisaris untuk disampaikan kepada RUPS.

#### **2.5.6 Chief Executive Officer (CEO)**

CEO dalam perusahaan bertugas sebagai seorang komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola (manajer), dan eksekutor. *Chief executive officer* (CEO) memiliki tugas dan tanggung jawab meliputi:

1. Merencanakan, mengelola, dan menganalisis segala aktivitas fungsional.
2. Merencanakan dan mengelola proses penganggaran, mengamati, dan menganalisis apabila ada kejanggalan dalam prakteknya.
3. Merencanakan dan mengelola kinerja pada Sumber daya manusia.
4. Merencanakan, mengelola, dan mengeksekusi perencanaan strategi bisnis atau korporat baik untuk jangka waktu menengah maupun panjang dengan mengacu pada visi dan misi perusahaan.
5. Mengidentifikasi dan meningkatkan performa operasional perusahaan dengan cara memotivasi berbagai divisi di perusahaan.
6. Menjaga keberlangsungan keunggulan kompetitif perusahaan dan meningkatkan kompetensi utama perusahaan dan mengimplementasikannya.

7. Menganalisis dan mengambil langkah paling prioritas bagi alokasi sumber daya dan penganggaran perusahaan.

### **2.5.7 Chief Operation Officer (COO)**

COO atau *Chief Operation Officer*, mengawasi operasi bisnis perusahaan dan melapor kepada CEO. COO ada untuk mengawasi proses operasional perusahaan, dan untuk memastikan pengalaman konsumen. COO akan mengoptimalkan kemampuan operasi perusahaan, menerapkan strategi untuk memaksimalkan kepuasan konsumen dan mengelola inisiatif pemasaran. COO akan membantu dalam menyusun anggaran perusahaan, dan menerapkan strategi untuk melindungi aset dan stok. Tugas dan tanggung jawab COO meliputi:

1. Mengukur efektivitas dan efisiensi proses operasional baik secara internal maupun eksternal dan menemukan cara untuk meningkatkan proses operasional
2. Memberikan pendampingan kepada karyawan, termasuk manajemen
3. Mengarahkan akuisisi dan penjualan aset untuk memenuhi tujuan organisasi
4. Mengawasi operasi harian dan melakukan penyesuaian terkait dengan produk
5. Mengevaluasi rencana penjualan yang baru diterapkan

### **2.5.8 Supporting Division**

*Supporting division* adalah divisi yang membantu berjalannya perusahaan yang terbagi menjadi enam divisi yang terdiri dari *Internal Audit & Inventory Control*, *Finance Accounting*, *Marketing*, *IT*, *Human Resource*, dan *Corporate Secretary*.

### 1. *Internal Audit & Inventory Control*

Unit Audit Internal dibentuk berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.56/POJK.04/2015 tentang Pembentukan dan Pedoman Penyusunan Piagam Audit Internal. Kegiatan audit internal meliputi tinjauan dari gerai-gerai dan gudang Perusahaan terkait: *Inventory/Merchandise*, Perhitungan Kas (*Petty Cash* dan *Cash Register*), Aset Tetap, *Gift Voucher* (untuk gerai-gerai yang menjual *Gift Voucher*) dan *General Store Operations* seperti kondisi gerai, penampilan staf di gerai dan juga kegiatan administrasi di gerai-gerai. Secara keseluruhan, rata-rata melakukan dua sampai tiga kali audit internal untuk gerai-gerai, dan satu kali untuk gudang di 2017. Tugas dan tanggung jawab *internal audit & inventory control* secara keseluruhan meliputi:

- a. Menyusun dan melaksanakan Rencana Audit Internal Tahunan
- b. Menguji dan mengevaluasi pelaksanaan pengendalian internal dan sistem manajemen risiko sesuai dengan kebijakan perusahaan;
- c. Melakukan pemeriksaan dan penilaian atas efisiensi dan efektivitas di bidang keuangan, akuntansi, operasional, sumber daya manusia, pemasaran, teknologi informasi, dan kegiatan lainnya
- d. Memberikan saran perbaikan dan informasi yang objektif tentang kegiatan yang diperiksa pada semua tingkatan Manajemen
- e. Membuat laporan hasil audit dan menyampaikan laporan tersebut kepada Direksi dan Dewan Komisaris; memantau, menganalisis, dan melaporkan pelaksanaan tindak lanjut perbaikan yang telah disarankan
- f. Bekerja sama dengan Komite Audit

- g. Menyusun program untuk mengevaluasi mutu kegiatan audit internal yang dilakukannya.

## 2. Sekretaris Perusahaan (*Corporate Secretary*)

Sekretaris perusahaan (*corporate Secretary*) adalah orang perseorangan atau penanggung jawab dari unit kerja yang menjalankan fungsi sekretaris perusahaan. Tugas dan tanggung jawab Sekretaris Perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Mengikuti perkembangan pasar modal khususnya peraturan-peraturan yang berlaku di bidang pasar modal.
- b. Memberikan masukan kepada Direksi dan Dewan Komisaris Perusahaan untuk mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.
- c. Membantu Direksi dan Dewan Komisaris dalam pelaksanaan tata kelola perusahaan.
- d. Penghubung atau contact person antara Perusahaan dengan pemegang saham Perusahaan, OJK, dan pemangku kepentingan lainnya.

## 3. *Finance & Accounting*

*Finance & accounting* merupakan manajemen efisien dan produktif terhadap aset dan kewajiban berdasarkan informasi yang ada dan pencatatan transaksi yang terjadi. Tugas dan tanggung jawab *Finance & accounting* perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Merencanakan dan mengoordinasikan pelaksanaan kegiatan bidang keuangan dan akuntansi perusahaan



- b. Mengelola dan melaksanakan kegiatan pencatatan, pengertian, dan klarifikasi pos-pos penjualan, biaya investasi, eksploitasi dan biaya rutin sesuai kebutuhan perusahaan
- c. Memastikan proses penjournalan rugi dan laba sesuai dengan kaidah akuntansi perusahaan
- d. Mengelola dan merawat sistem informasi akuntansi perusahaan
- e. Membuat sinkronisasi dan laporan rencana pendapatan biaya dan realisasi anggaran perusahaan
- f. Melaksanakan dan mengordinasikan penyusunan anggaran perusahaan
- g. Mengelola rencana dan realisasi penggunaan anggaran biaya perusahaan
- h. Menyusun dan mengonsolidasikan usuran rencana anggaran perusahaan dari masing-masing divisi dan unit kerja di lingkungan perusahaan
- i. Membuat laporan pajak bulanan dan tahunan baik pajak badan perusahaan maupun pajak penghasilan dari usaha dan dari pekerja perusahaan
- j. Mengelola dan mengoordinasikan kewajiban kena pajak kepada pekerja perusahaan
- k. Memastikan rencana anggaran biaya yang *benefit* dan tindakan rutin sesuai dengan rencana anggaran dan alokasinya
- l. Menyimpan segala dokumen anggaran perusahaan

#### 4. *Human Resource*

*Human resource* adalah divisi yang bekerja secara penuh dalam sumber daya manusia suatu perusahaan mulai dari persiapan perekrutan pegawai baru

hingga mengurus kontrak kerjanya. Tugas dan tanggung jawab divisi *human resource* perusahaan adalah:

- a. Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia, termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan Sumber daya manusia dan pengembangan kualitas sumber daya manusia
- b. Membuat system HR yang efektif dan efisien termasuk membuat SOP, struktur organisasi, *job description*, *training*, dan *development system*.
- c. Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen karyawan, mulai dari mencari calon karyawan, wawancara, hingga seleksi
- d. Melakukan seleksi, promosi, *transferring* dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu
- e. Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan, dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan
- f. Bertanggung jawab pada hal yang berhubungan dengan absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan
- g. Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbarui masa berlakunya kontrak kerja
- h. Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar peraturan atau kebijakan perusahaan

##### 5. *Information Technology* (IT)

Divisi *information technology* adalah divisi yang bekerja menggunakan dan mengelolah teknologi apa pun yang membantu manusia dalam membuat,

mengubah, menyimpan, mengomunikasikan, dan/atau menyebarkan informasi.

Tugas dan tanggung jawab divisi *information technology* (IT) antara lain:

- a. Menerima, memprioritaskan, dan menyelesaikan permintaan bantuan IT
- b. Instalasi, perawatan, dan penyediaan dukungan harian baik untuk *hardware & Software*
- c. Melaksanakan komunikasi dan analisis *system networking*
- d. Mendesain perencanaan untuk integrasi
- e. Pengembangan dan integrasi *website*
- f. Mengembangkan secara aktif kemampuan dalam pengembangan *website*
- g. Menerima permintaan *user* untuk masalah masalah terkait dengan *website*
- h. Merencanakan, membuat kode program dan menguji program untuk mendukung perencanaan perkembangan *website*
- i. Mengembangkan rancangan inovatif aplikasi *web-base* beserta isi dari *web* tersebut
- j. Mengumpulkan informasi untuk penganalisisan dan evaluasi sistem yang sudah ada maupun untuk rancangan suatu sistem
- k. Bertanggung jawab untuk administrasi dan pemeliharaan teknis yang menyangkut perusahaan dalam pembagian sistem *data base*

## 6. *Marketing*

Divisi *marketing* adalah divisi yang memasarkan hasil produksi perusahaan melalui berbagai cara, agar produk tersebut dapat dikenal dan diminati oleh masyarakat secara luas. Kegiatan pemasaran saat ini memfokuskan pada konsumen. Pelayanan terhadap konsumen harus ditingkatkan, hal ini

merupakan tugas marketing. Tugas dan tanggung jawab divisi *marketing* antara lain:

- a. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan tren pasar dan sumber daya perusahaan.
- b. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar.
- c. Melakukan perencanaan tindakan antisipasi dalam menghadapi penurunan pesanan.
- d. Menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran
- e. Mengkontrol di setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan agar sesuai dengan perencanaan yang telah disusun dan tercapainya tujuan.
- f. Menjamin perencanaan strategi pemasaran yang telah disusun dilaksanakan secara efektif dan efisien.

## **2.6 Desain dan Jenis Produk**

Sepatu Converse mempunyai jenis, desain bentuk, dan bahan yang beragam tergantung tipenya. Tipe-tipe yang ditawarkan yaitu *High Cut*, *Low Cut*, *Chuck Taylor All star*, *One Star*, *Jack Purcell*, dan *Special Editon*. Bahan yang ditawarkan meliputi bahan suede, vinil, denim, dll serta bentuk yang ditawarkan diantaranya seperti *Low top* atau *Oxford* (dibawah mata kaki) dan *Knee high* (ukuran hingga setinggi lutut).

## 1. *High Cut*

**Gambar 2. 4**  
**Desain Sepatu *High Cut***



Sumber: <https://www.Converse.com/us> 2019

Converse tipe *high cut* awalnya dikenalkan sebagai sepatu olahraga khususnya sepatu basket di tahun 90-an. Desain yang memiliki bagian yang tinggi hingga menutupi mata kaki bertujuan untuk melindungi mata kaki agar tidak mengalami cedera. Bagian *outsoules* dilengkapi *heel counter* sehingga saat berjalan, lari ataupun melompat akan tetap nyaman. Perkembangan budaya sepatu *sneaker casual* yang didukung oleh naiknya budaya *hip hop* sepatu jenis *high cut* ini beralih fungsi untuk sepatu sehari-hari. Perubahan itu dikarenakan tujuan sepatu ini berubah dan tidak mengembangkan teknologi untuk mengikuti perbasketan modern. Sepatu ini memiliki desain sporty yang sangat cocok untuk orang yang ingin berpenampilan ala penyanyi *hip hop*. Sepatu jenis *high cut* di Indonesia dihargai kisaran Rp 1.499.000 keatas.

## 2. *Low Cut*

**Gambar 2. 5**  
**Desain Low Cut**



Sumber: <https://www.Converse.com/us> 2019

Sepatu Converse *low cut* bergaya klasik dengan nuansa 90-an dikenal sangat nyaman digunakan untuk sehari-hari atau berpergian. Sepatu ini memberikan kesan yang *easy going* karena mempunyai bentuk yang ramping dan simpel. Sepatu ini memiliki keunggulan dimana saat memakai sepatu ini tidak repot dan nyaman saat digunakan dikarenakan desain *low cut* (tidak menutupi mata kaki) yang dimilikinya. Sepatu ini memiliki desain yang simpel sepatu ini masuk keberbagai macam gaya berpakaian. Sepatu ini juga terkenal dengan keawetanya, dan tidak membutuhkan perawatan yang khusus untuk menjaga sepatu ini, bahkan ketika basah seperti terkena hujan sepatu ini akan cepat kering. Sepatu jenis *Low Cut* di Indonesia dihargai dengan harga Rp 759.000 keatas.

### 3. Chuck Taylor All star

**Gambar 2. 6**  
**Desain Chuck Taylor All Star**



Sumber: <https://www.Converse.com/us> 2019

Chuck Taylor All star merupakan sepatu yang paling dikenal dari seluruh desain Converse yang ada. Awal mulanya sepatu ini hanya bernama Converse All star dan digunakan untuk sepatu basket. Penjualannya semakin meningkat dan mendominasi pasar sepatu basket saat dikenakan oleh pebasket Chuck Taylor. Sepatu Chuck Taylor All Star memiliki desain yang tinggi dimana tujuan awalnya untuk melindungi mata kaki saat bermain basket. Berjalannya waktu sepatu jenis Chuck Taylor All star juga beralih fungsi menjadi sepatu kasual yang dipakai sehari-hari. Tampilan yang simpel dan kokoh memberikan kesan yang energik.

Sepatu jenis Chuck Taylor *Allstar* memiliki empat kualitas utama yang dijual yaitu *toe cap*, *toe bumper*, *eye stay*, dan *rubber sidewall*. *Toe cap* atau pelindung jari kaki yang berbahan karet tebal didesain sesuai dengan ukuran batas

rata-rata jari kaki agar mudah dalam penggerakan lekukan jari kaki. *Toe bumper* dibuat dengan ukuran panjang yang disesuaikan dengan batas ibu jari dimaksudkan untuk memudahkan dalam lekukan kaki tepatnya pada batas ibu jari dan jari kelingking serta *toe bumper* berfungsi untuk melindungi kaki bagian depan. *Eye stay* atau alas tempat untuk lubang tali sepatu didalamnya terdapat lapisan karet yang berfungsi melindungi kaki apabila tertimpa suatu benda agar tidak terluka. *Rubber Sidewall* atau karet dinding bagian luar menggunakan karet tebal yang kuat dan dapat bertahan lama yang berfungsi melindungi apabila kaki mengalami goresan terhadap benda kasar. Sepatu jenis Chuck Taylor All star di Indonesia dijual dengan kisaran harga Rp 535.000 keatas.

#### 4. *One Star*

**Gambar 2. 7**  
**Desain One Star**



Sumber: <https://www.Converse.com/us> 2019

Converse *One Star* muncul sebagai pembeda dikala Converse Chuck Taylor All star sedang memiliki penjualan yang tinggi di tahun 1970. Sepatu ini tidak terlalu menonjolkan logo Converse, tetapi hanya berupa satu bintang tengah sepatu, dari desain tersebut nama *One Star* terbentuk. Converse One Star juga diawali sebagai sepatu yang bertujuan menjadi sepatu basket, lalu pada tahun



1990 berubah menjadi sepatu skate. Tahun 2015 Converse One Star muncul lagi sebagai sepatu kasual dengan tema *pop culture*.

One star memiliki kesan premium dengan bahan *suede* yang dimilikinya dibagian *upper* sepatu. Premium *suede* memiliki tekstur yang berbulu dan lembut sehingga tidak mengganggu kenyamanan. Ditambah dengan bagian *insole* yang terbuat dari bahan *Ortholite* yang empuk. Sepatu ini memberikan kenyamanan dan keindahan. Sepatu ini menjadi alternatif bagi pembeli untuk mencari nuansa yang berbeda. Sepatu Converse *one star* di Indonesia di harga Rp 899.000 keatas.

#### 5. Jack Purcell

**Gambar 2. 8**  
**Desain Jack Purcell**



Sumber: <https://www.Converse.com/us> 2019

Converse Jack Purcell awalnya merupakan sepatu untuk olahraga badminton, tetapi kini lebih dikenal dengan sepatu kasual bergaya *vintage*. Ciri khas khususnya yakni satu garis di ujung sepatu. Garis itu seolah-olah sepatu ini sedang tersenyum jika dilihat dari depan. Desain senyuman yang dimiliki Converse Jack Purcell menjadi daya tarik bagi pembeli. *Insole* dari sepatu ini sudah menggunakan *Ortholite* yang memberikan kenyamanan yang tidak kalah

dari jenis lainnya. Sepatu ini di Indonesia di hargai dengan harga Rp 759.000 keatas.

#### 6. *Special Edition*

**Gambar 2. 9**  
**Desain *Special Editon***



Sumber: <https://www.Converse.com/us> 2019

Converse *special editon* merupakan sepatu hasil kolaborasi Converse dengan merek ternama. Sudah banyak merek yang berkolaborasi dengan Converse seperti Jw Anderson, JohnVarvatos, Comme des Garcon hingga DC Comics. Baru-baru ini Converse berkolaborasi dengan merek *high fashion* yaitu *off-white*. Sepatu *special editon* merupakan produk yang terbatas, sepatu ini sering dijadikan sebagai barang koleksi bagi *sneakers head* dan karena hal tersebut pula sepatu ini memiliki harga jauh lebih tinggi dibandingkan Converse tipe lainnya. Sepatu *special editon* menimbulkan *high demand-low supply* sehingga sepatu ini memiliki harga *resell* yang melebihi harga *retail*. Contohnya sepatu Converse x *offwhite* memiliki harga *retail* Rp 2700.000 namun memiliki harga *resell* diatar Rp 5.000.000.

## 2.7 Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pembeli sepatu Converse yang merupakan mahasiswa Universitas Diponegoro dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dengan kriteria yang telah ditentukan dan memiliki heterogenitas karakter yang memberikan persepsi yang berbeda mengenai variabel penelitian.

Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh kondisi responden berdasarkan jenis kelamin dan umur, asal fakultas, jumlah uang saku perbulan, berapa lama menggunakan sepatu, jumlah pembelian sepatu, pernah atau tidaknya mendapat masalah saat pembelian dan saat menggunakan sepatu, sepatu yang dibeli selain Converse, lokasi kota *outlet* pembelian, dan alasan membeli Converse.

### 2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur Responden

Umur responden merupakan suatu hal yang berpengaruh dalam tingkat kematangan seorang dan mencerminkan masa produktif responden dan umur responden akan memengaruhi jawaban di dalam sebuah penelitian. Berikut ini adalah tabel penyajian data responden berdasarkan umur responden.

**Tabel 2.1**  
**Klasifikasi Identitas Responden berdasarkan Umur Responden**

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	17	2	2
2	18	12	12
3	19	27	27
4	20	21	21
5	21	20	20
7	22	18	18
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Tabel 2.1 tersebut juga menghasilkan data bahwa mayoritas responden berumur 19 tahun sebesar 27%, diikuti dengan kelompok umur 20 tahun sebesar 21% dan pada umur 17 tahun memiliki jumlah yang paling sedikit yaitu 2%. Dapat dikatakan bahwa umur responden pada penelitian ini masuk kedalam kelompok umur milenial.

### 2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang menjawab pertanyaan penelitian.

**Tabel 2. 2**  
**Klasifikasi Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	58	58
2	Perempuan	42	42
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.2 diketahui bahwa perbandingan antara responden berjenis kelamin laki-laki lebih besar daripada perempuan dengan persentase jenis kelamin laki-laki sebesar 58% sedangkan persentase jenis kelamin perempuan sebesar 42%. Berdasarkan tabel tersebut komposisi responden laki-laki mendominasi penggunaan sepatu Converse dibandingkan perempuan.

### 2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan klasifikasi fakultas, maka diperoleh komposisi responden, seperti pada tabel berikut:

**Tabel 2.3**  
**Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan Fakultas**

No	Fakultas	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	FEB	9	9
2	FH	6	6
3	FIB	6	6
4	FISIP	7	7
5	FK	6	6
6	FKM	4	4
7	FPIK	8	8
8	FPP	6	6
9	Fpsi	2	2
10	FSM	9	9
11	FT	18	18
12	SV	19	19
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.3 dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 11 fakultas dan satu sekolah vokasi yang berada di Universitas Diponegoro. Fakultas responden terdiri dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Fakultas Hukum, Fakultas Ilmu Budaya, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Fakultas Kedokteran, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Fakultas Sains dan Matematika, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Fakultas Perternakan dan Pertanian, Fakultas Psikologi, Fakultas Teknik dan Sekolah Vokasi. Responden terbesar pada penelitian ini adalah dari sekolah vokasi (SV) dengan jumlah 19 responden diikuti dengan Fakultas Teknik (FT) dengan jumlah 18 responden.

#### 2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku Perbulan

Jumlah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah uang saku yang diterima responden setiap bulannya. Berikut ini adalah data mengenai jumlah uang saku responden

**Tabel 2. 4**  
**Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan**

No	Uang Saku Perbulan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	$\leq$ Rp 1.000.000	6	6
2	> Rp 1.000.000-Rp 1.500.000	29	29
3	> Rp 1.500.000-Rp 2.000.000	37	37
4	> Rp 2.000.000	28	28
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.4 diatas dapat diketahui bahwa jumlah uang saku berkisar dari >Rp1.500.000–Rp2.000.000 merupakan responden terbanyak dengan persentase 37%, diikuti responden dengan uang saku berkisar dari > Rp 1.000.000–Rp 1.500.000 yang berada di urutan kedua dengan 29%, kemudian responden dengan uang saku dibawah > Rp 2.000.000 sebesar 28% dan yang paling sedikit adalah 6% untuk responden dengan uang saku  $\leq$  Rp 1.000.000.

#### 2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Converse

Pengumpulan data responden berdasarkan berapa lama menggunakan sepatu Converse, hal ini bertujuan untuk mengetahui sudah berapa lama responden menggunakan sepatu Converse. Berdasarkan hal tersebut didapatkan data sebagai berikut.

**Tabel 2. 5**  
**Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Sepatu Converse**

No	Lama Menggunakan Sepatu Converse	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1-2 Tahun	22	22
2	3-4 Tahun	29	29
3	5-6 Tahun	29	29
4	>6 Tahun	20	20
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.5 di atas dapat diketahui mayoritas responden sudah menggunakan Converse selama 3-4 dan 5-6 tahun terakhir dengan persentase masing-masing sebesar 29%. Responden dengan jumlah waktu terlama yaitu lebih dari 6 tahun memiliki responden sebanyak 20% dan untuk jumlah responden yang paling sedikit adalah responden yang menggunakan sepatu Converse selama 1-2 tahun dengan persentase 22%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sudah menggunakan sepatu Converse dalam waktu yang cukup lama.

#### **2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian**

Pengumpulan data responden mengenai jumlah pembelian untuk mengetahui seberapa banyak responden melakukan pembelian sepatu Converse. Berdasarkan hal tersebut didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 2. 6**  
**Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian**

No	Jumlah Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	2-4	75	75
2	5-6	14	14
3	7-9	9	9
4	10-11	2	2
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.6 mayoritas responden melakukan pembelian sepatu Converse sebanyak 2-4 kali dengan jumlah responden sebesar 75%. Responden dengan jumlah melakukan pembelian terbanyak adalah 10-11 kali, namun persentase responden terkecil yaitu 2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sudah mempunyai sepatu Converse minimal 2 sepatu dan maksimal mempunyai sepatu Converse sebanyak 11 sepatu, dan paling banyak responden memiliki sepatu berjumlah 2-4.

### **2.7.7 Identitas Responden Berdasarkan yang Pernah Mendapat Permasalahan Saat Pembelian Sepatu**

Pengumpulan data responden berdasarkan yang pernah mendapat permasalahan saat pembelian bertujuan untuk mengetahui apa saja permasalahan yang terjadi dan seberapa banyak orang yang pernah mendapatkan permasalahan saat membeli sepatu Converse. Permasalahan yang dihadapi saat pembelian meliputi sepatu yang di inginkan saat membeli tidak ada ukuran yang di inginkan, dan ketersediaan varian produk di beberapa *outlet* Converse tidak lengkap. Berdasarkan hal tersebut didapatkan data sebagai berikut.



**Tabel 2. 7**  
**Klasifikasi Identitas Responden yang Mendapat Permasalahan Saat Pembelian Sepatu**

No	Pengalaman Responden Mendapat Permasalahan saat Pembelian Sepatu	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Ya	29	29
2	Tidak	71	71
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.7 mayoritas responden tidak mengalami permasalahan pembelian dengan jumlah persentase sebesar 71%. Responden yang mengalami permasalahan pembelian berjumlah 29%.

#### **2.7.8 Identitas Responden Berdasarkan yang Pernah Mendapat Permasalahan Saat Penggunaan Sepatu**

Pengumpulan data responden berdasarkan data yang pernah mendapat permasalahan saat penggunaan sepatu Converse bertujuan untuk mengetahui apa saja permasalahan yang terjadi dan seberapa banyak orang yang pernah mendapatkan permasalahan saat menggunakan Converse. Permasalahan yang dihadapi saat penggunaan meliputi warna sepatu yang cepat pudar, bagian sepatu yang cepat terlepas/cepat rusak, dan sepatu yang licin menyebabkan pengguna terjatuh. Berdasarkan hal tersebut didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 2. 8**  
**Klasifikasi Identitas Responden yang Mendapat Permasalahan Saat Penggunaan Sepatu**

No	Pengalaman Mendapatkan Permasalahan Saat Penggunaan Sepatu	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Ya	41	41
2	Tidak	59	59
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.8 mayoritas responden tidak mengalami permasalahan penggunaan sepatu Converse dengan jumlah persentase sebesar 59%. Responden yang mengalami permasalahan saat penggunaan sebanyak 41%.

### 2.7.9 Identitas Responden Berdasarkan Sepatu yang Dibeli Selain Merek Converse

Pengumpulan data responden berdasarkan data sepatu yang dibeli selain merek Converse bertujuan untuk mengetahui sepatu apa saja yang dibeli oleh responden selain merek Converse. Berdasarkan hal tersebut didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 2. 9**  
**Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan Merek Sepatu yang Dibeli Selain Merek Converse**

No	Merek Sepatu	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Vans	35	35
2	Nike	20	20
3	NB	2	2
4	Reebok	2	2
5	Adidas	19	19
6	Airwalk	3	3
7	Wakai	1	1
8	Hush Puppies	1	1
9	Superga	9	9
10	Rubi	1	1
11	Puma	2	2
12	Keds	2	2
13	Pull and Bear	2	2
14	DC	1	1
Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.9 di atas dapat diketahui urutan 3 besar sepatu yang digunakan selain Converse antara lain Vans sebesar 35%, Nike sebesar 20%, dan Adidas sebesar 19%. Sepatu yang paling jarang digunakan responden selain

Converse seperti Wakai, Hush Puppies, Rubi, dan DC yang masing-masing sebesar 1%.

### 2.7.10 Identitas Responden Berdasarkan Lokasi Kota *Outlet* Pembelian

Pengumpulan data responden berdasarkan lokasi kota *outlet* pembelian bertujuan untuk mengetahui kota dimana responden kebanyakan membeli sepatu Converse mereka. Berdasarkan hal tersebut didapatkan data sebagai berikut.

**Tabel 2. 10**  
**Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan Lokasi Kota Outlet Pembelian**

No	Kota Outlet	Jumlah	Persentase (%)
1	Jakarta	42	42
2	Bandung	5	5
3	Batam	1	1
4	Bekasi	8	8
5	Bogor	2	2
6	Depok	1	1
7	Lampung	3	3
8	Manado	1	1
9	Medan	3	3
10	Samarinda	1	1
11	Semarang	18	18
12	Solo	4	4
13	Surabaya	5	5
14	Tangerang	3	3
15	Yogyakarta	3	3
Jumlah Total		100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.10 di atas dapat diketahui *outlet* kota Jakarta menjadi tempat mayoritas pembelian sepatu Converse dengan jumlah responden sebesar 42%, urutan kedua merupakan *outlet* kota Semarang sebesar 18%, dan paling

sedikit berada di *outlet* kota Batam, Depok, Manado dan Samarinda dengan masing-masing sebesar 1%.

### 2.7.11 Identitas Responden Berdasarkan Alasan Membeli Sepatu Merek Converse

Pengumpulan data responden berdasarkan alasan membeli sepatu merek Converse bertujuan untuk mengetahui apa saja alasan responden untuk membeli sepatu merek Converse. Berdasarkan hal tersebut didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 2. 11**  
**Klasifikasi Identitas Responden Berdasarkan Alasan Membeli Sepatu Merek Converse**

No	Alasan Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Nyaman saat dipakai	24	24
2	Harga terjangkau	5	5
3	Kualitas sepatu kuat dan tahan lama	15	15
4	Suka dengan desain dan modelnya	45	45
5	Mengikuti tren	5	5
6	Sesuai dengan kebutuhan yang dicari	4	4
7	Dipakai artis terkenal	1	1
8	Untuk koleksi sepatu	1	1
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel 2.11 di atas dapat diketahui terdapat 8 varian alasan mengapa responden memilih sepatu Converse. Alasan yang paling banyak digunakan oleh responden yaitu responden menyukai desain dan model yang ditawarkan Converse sebanyak 45%, kenyamanan saat digunakan 24% dan kualitas serta ketahanan sepatu 15%. Terdapat dua alasan untuk menggunakan Converse paling sedikit yang diisi oleh responden yaitu karena dipakai oleh artis terkenal, dan untuk koleksi yang masing-masing sebesar 1%.