

DESAIN KAOS ANIME DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Veren Florensia

21110012@student.unika.ac.id

Universitas Khatolik Soegijapranata
Jl. Pawiyatan Luhur Sel. IV No.1, Bendan Duwur, Kec. Gajahmungkur, Kota
Semarang, Jawa Tengah 50234

Abstrak

Desain kaos anime menjadi populer di kalangan penggemar anime, terutama pada tren kaos Anime sebagai tren fashion. Setiap kaos anime memiliki desain yang berbeda dan setiap konsumen memiliki preferensinya masing-masing terhadap desain dan warna yang membuatnya menarik untuk membeli produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana desain dan warna pada kaos anime memengaruhi preferensi konsumen saat berbelanja. Penelitian ini berfokus pada elemen-elemen desain seperti warna, ilustrasi karakter, dan gaya yang sering digunakan dalam kaos anime. Melalui metode survei yang dilakukan terhadap konsumen kaos anime, penelitian ini menemukan bahwa konsumen lebih berminat dengan desain kaos anime yang minimalis dan penggunaan warna yang netral. Selain itu, kualitas dan selera pribadi konsumen juga berperan penting dalam memperkuat ikatan emosional dengan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap desain anime sangat dipengaruhi oleh keselarasan antara elemen desain dan karakteristik atau minat pribadi konsumen terhadap anime tersebut. Penelitian ini merekomendasikan agar produsen kaos anime memperhatikan tren desain dan preferensi visual penggemar untuk meningkatkan daya tarik produk dan mendorong keputusan pembelian.

Kata Kunci: desain kaos anime, preferensi konsumen, keputusan pembelian, warna, ilustrasi

Abstract

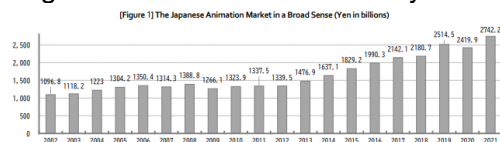
The design of anime t-shirts is becoming increasingly popular among anime fans, but the influence of this design on consumer purchasing decisions remains an intriguing research topic. This study aims to identify how anime t-shirt designs affect consumer preferences while shopping. The main focus of this research is on design elements such as color, character illustrations, and styles commonly used in anime t-shirts. Through a survey conducted with anime t-shirt consumers, this study found that designs featuring illustrations of popular anime characters, as well as the use of bright and attractive colors, can enhance consumer purchase interest. Additionally, designs that align with consumers' identities and personal tastes also play a significant role in strengthening emotional connections with the product. The results indicate that consumer preferences for anime t-shirt designs are heavily influenced by the alignment between design elements and the characteristics or personal interests of consumers regarding the anime. This study recommends that anime t-shirt manufacturers pay attention to design trends

and visual preferences of fans to enhance product appeal and encourage purchasing decisions.

Keywords : anime t-shirt design, consumer preferences, purchasing decisions, color, illustration.

PENDAHULUAN

Anime awalnya hanya dianggap sebagai hiburan yang diikuti oleh penggemar setia. Namun, seiring berjalannya waktu, anime berhasil menyebar dan menjadi bagian dari budaya pop global. Menurut dari Association of Japanese Animations, Industri anime Jepang pada tahun 2021 menunjukkan perkembangan yang signifikan dengan pertumbuhan nilai pasar yang didorong oleh meningkatnya permintaan di dalam negeri maupun internasional. Aksesibilitas anime semakin tinggi berkat banyaknya platform streaming yang menjadikannya lebih populer di berbagai belahan dunia. Pada tahun 2022, Industri Anime memecahkan Rekor dengan Mencapai 2,9 Triliun Yen, 106,8% dari Tahun Sebelumnya, Setelah Pulih dari Pandemi covid-19; Pasarnya meningkat dan mencapai mendekati 3 Triliun Yen. Hal ini menunjukkan bahwa Anime sangat terkenal oleh masyarakat.



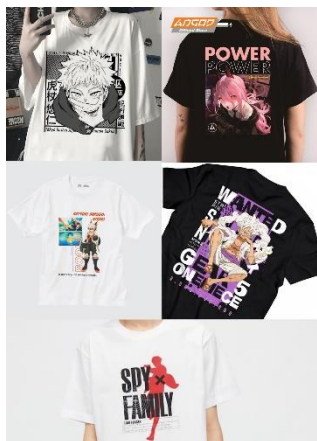
Gambar 1. Perkembangan Industri anime Jepang oleh Association of Japanese Animations (AJA) 2021

Banyak elemen dari anime yang diadopsi dan diadaptasi oleh industri lain, menjadikannya bagian integral dari tren budaya saat ini. Anime juga menjadi pusat tren dalam berbagai aspek kehidupan, seperti fashion, gaya hidup, dan perilaku. Menurut Nor Afian Yusof (2023), Banyak produsen pakaian yang menciptakan desain yang terinspirasi oleh anime. Tren kaos dalam dunia anime telah menjadi fenomena global

yang menarik perhatian banyak penggemar. Hal ini didukung oleh banyaknya konsumen yang mengenakan pakaian dengan model tersebut, seringkali memadukan unsur-unsur dari anime dalam desain kaos. Desain kaos anime seringkali menampilkan karakter-karakter ikonik dari serial-serial populer.

Desain yang menarik dan penggunaan warna yang tepat dapat menciptakan daya tarik visual yang kuat, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi minat dan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana desain dan warna pada kaos anime berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Dengan memahami faktor-faktor ini, produsen dan pemasar dapat lebih efektif dalam merancang produk yang sesuai dengan preferensi dan harapan konsumen.

Melalui pendekatan yang sistematis, penelitian ini akan menganalisis elemen-elemen desain dan warna yang dianggap paling menarik oleh konsumen serta bagaimana elemen-elemen tersebut berkontribusi terhadap keputusan pembelian. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi industri fashion anime dan membantu dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.



Gambar 2. Kaos Anime

KAJIAN TEORI

Anime sudah tidak asing lagi dan sangat dikenal oleh banyak masyarakat bahkan populasi penggemar anime juga berkembang pesat. Anime juga menjadi pusat tren dalam berbagai aspek kehidupan terutama dalam fashion. Produsen pakaian yang menciptakan desain terinspirasi oleh anime. Tren kaos dalam dunia anime telah menjadi fenomena global yang menarik perhatian banyak penggemar.

Dalam Mendesign kaos sendiri, sangat diperhatikan elemen-elemen visual sebelum kaos tersebut siap diproduksi dan dipasarkan. Menurut Samara (2007), elemen-elemen visual terdiri dari lima komponen, yaitu Bentuk dan Ruang, Warna, Gambar (Ilustrasi), Tipografi, dan Tata Letak. Warna merupakan kesan visual yang dapat membedakan dua objek atau bentuk yang serupa, berdasarkan ukuran dan nilai terang gelapnya. Warna memiliki hubungan yang erat dengan perasaan dan emosi, sehingga menjadi elemen penting dalam ekspresi seni rupa dan desain. Warna memiliki nilai estetika yang signifikan, karena melalui warna kita dapat dengan jelas membedakan keindahan suatu objek. Warna dapat didefinisikan secara subjektif/psikologis, berdasarkan pengalaman langsung dari

indera penglihatan kita, serta secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan. Menurut Rustan (2019:16-18) fungsi warna secara umum, adalah untuk mengenali objek, sebagai identitas/tanda pengenal/pembeda, untuk mengkomunikasikan pesan/informasi tertentu, untuk membangkitkan perasaan/mood/emosi tertentu. Hal ini dapat dikaitkan bahwa Warna dalam kaos anime sangat penting karena warna sendiri dapat membuat Daya Tarik Visual yang membuat Preferensi Konsumen dalam membeli Kaos. Ilustrasi adalah perpaduan antara ekspresi pribadi dan representasi visual yang digunakan untuk menyampaikan suatu ide atau konsep. Ilustrasi berfungsi sebagai gambar yang dibuat untuk memperjelas informasi dengan memberikan representasi visual. Inti dari ilustrasi adalah pemikiran: ide dan konsep yang mendasari apa yang ingin disampaikan oleh gambar tersebut. Menurut Joneta (2012) ,ilustrasi memiliki peran yang dapat menarik perhatian audiens lebih cepat dan dalam konteks pemasaran, ilustrasi yang menonjol dapat menjadi alat yang efektif untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan daya tarik visual produk.

Menurut Abdurrahman & Yasar (2015), Preferensi konsumen adalah pilihan atau kecenderungan suatu individu atau kelompok terhadap suatu produk atau layanan dibandingkan dengan pilihan yang lain yang mencerminkan tingkat keinginan atau kesukaan terhadap produk tertentu dari produk atau layanan, seperti kualitas, harga, merek, atau fitur lainnya. Preferensi konsumen dapat dipahami sebagai hasil dari evaluasi dan penilaian yang dilakukan oleh konsumen terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli kaos anime adalah Faktor Psikologis. Menurut Hawkins Mothersbaugh, Hawkins

(2020) Faktor Psikologis adalah aspek psikologis individu, seperti persepsi dan preferensi pribadi, turut berperan dalam pembentukan preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa setiap individu dalam membuat keputusan sebelum membeli kaos anime adalah mereka melihat dari preferensi pribadi mereka dari anime yang mereka sukai, warna yang mereka sukai, tata letak desain, dan preferensi pribadi lainnya.

Preferensi Konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam membuat keputusan terhadap konsumen sebelum membeli produknya terutama pada kaos anime. Kaos anime sendiri memiliki desain dan warna yang berbagai macam untuk dipilih oleh konsumen yang minat membeli kaos tersebut. Setiap konsumen memiliki preferensi yang berbeda dalam membeli produk kaos anime tersebut terutama pada Desain dan Warna. Dengan ini, akan dilakukan penelitian seberapa pengaruh Desain dan warna pada Kaos Anime terhadap preferensi konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli produknya.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dan Kuantitatif. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai fenomena yang diteliti, dalam hal ini adalah pengaruh desain dan warna pada kaos anime terhadap keputusan masyarakat dalam membeli kaos tersebut. Menurut Moleong (2013) penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan

berbagai metode ilmiah. Menurut Priyono (2008), penelitian kuantitatif adalah studi ilmiah yang menyeluruh tentang komponen dan fenomena serta hubungan antar komponen tersebut. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengumpulkan data numerik yang relevan dan menganalisisnya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai preferensi konsumen.

Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang dirancang dalam bentuk Google Form. Kuesioner ini akan berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan:

1. **Desain Kaos:** Pertanyaan mengenai preferensi desain, elemen desain yang disukai, dan pengaruh desain terhadap keputusan pembelian.
2. **Warna Kaos:** Pertanyaan mengenai warna yang paling menarik bagi responden, serta bagaimana warna mempengaruhi persepsi mereka terhadap produk.
3. **Faktor Lain:** Pertanyaan mengenai faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, kualitas bahan, dan merek.

Analisis Data

Setelah data terkumpul melalui kuesioner yang telah disebar, akan dilakukan analisis data untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh desain dan warna pada kaos anime terhadap keputusan pembelian masyarakat. Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik, seperti SPSS. Analisis yang dilakukan meliputi: Analisis data

akan dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Pengolahan Data Kuisioner

Data yang diperoleh dari kuisioner akan dikategorikan berdasarkan jenis pertanyaan, yaitu pertanyaan dengan skala Likert (1-5) dan pertanyaan terbuka. Pengolahan data ini bertujuan untuk memudahkan analisis lebih lanjut.

Pertanyaan Skala Likert (1-5): Responden akan diminta untuk memberikan penilaian terhadap pernyataan tertentu mengenai faktor desain dan warna yang mempengaruhi keputusan pembelian. Skala ini akan memiliki arti sebagai berikut:

| | |
|---|---------------------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | Tidak Setuju |
| 3 | Netral |
| 4 | Setuju |
| 5 | Sangat Setuju |

Pertanyaan Terbuka: Responden akan diminta untuk memberikan pendapat atau alasan mereka secara bebas mengenai pengaruh desain dan warna adapun faktor lainnya terhadap keputusan pembelian. Data dari pertanyaan terbuka ini akan dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi tema atau pola yang muncul

2. Statistik Deskriptif

Data ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik responden seperti usia,

jenis kelamin, dan frekuensi pembelian kaos anime. Statistik Deskriptif juga bertujuan untuk menganalisis rata-rata untuk hasil penilaian skala Likert pada setiap pertanyaan terkait dengan pengaruh desain dan warna terhadap kaos anime dan hasil pertanyaan terbuka terhadap responden tentang faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen sebelum membuat keputusan konsumen.

3. Interpretasi hasil

Setelah analisis data dilakukan, peneliti akan menginterpretasikan hasilnya untuk menentukan seberapa besar pengaruh desain dan warna terhadap keputusan masyarakat dalam membeli kaos anime. Hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik untuk memudahkan pemahaman. Selain itu, peneliti juga akan membahas faktor-faktor lain yang mempengaruhi preferensi konsumen berdasarkan data yang diperoleh dari Kuisioner pertanyaan terbuka.

4. Kesimpulan Hasil

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti akan menyusun kesimpulan mengenai pengaruh desain dan warna pada keputusan pembelian kaos anime. Dengan pendekatan analisis data ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan yang berguna mengenai preferensi konsumen dan membantu produsen dalam mengembangkan produk yang lebih menarik dan sesuai dengan keinginan pasar.

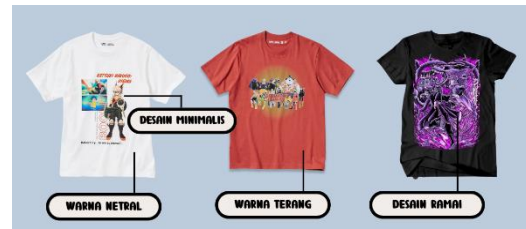
PEMBAHASAN HASIL

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menganalisis hasil adalah kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mengenai pengaruh desain dan warna kaos anime terhadap perilaku konsumen melalui kuisioner yang terdiri dari 5 Bagian yaitu **Bagian 1: informasi umum,**

Bagian 2: Persepsi terhadap kaos anime, Bagian 3: Pengaruh desain terhadap keputusan membeli, Bagian 4: Faktor lain dalam keputusan membeli, dan Bagian 5: Pendapat dan saran. Jumlah total responden dalam penelitian ini adalah 52 orang.

Pada pertanyaan kuesioner **Bagian 2: Persepsi terhadap kaos anime**, Analisis data dilakukan dengan metode kuantitatif. Analisis ini menggunakan perangkat lunak SPSS untuk mengolah data numerik yang diperoleh dari kuesioner. Temuan analisis bertujuan untuk menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara desain kaos anime dan perilaku konsumen, dengan nilai p kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa desain yang menarik secara visual dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli. Selain itu, analisis juga menunjukkan bahwa warna pada kaos anime penting dalam menarik perhatian konsumen. Pada bagian **Bagian 3: Pengaruh desain terhadap keputusan membeli** dan **Bagian 4: Faktor lain dalam keputusan membeli**, analisis akan dilakukan dengan metode kualitatif, dengan menggunakan diagram untuk mengetahui respon dari beberapa responden melalui pertanyaan terbuka. Berdasarkan analisis ini, dapat teridentifikasi hasil seperti seperti preferensi desain yang unik dan warna.

Dengan menggabungkan hasil analisis kuantitatif dan kualitatif, dapat menyimpulkan bahwa desain dan warna kaos anime memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Penelitian ini memberikan informasi penting bagi produsen anime dan konsumen untuk meningkatkan elemen desain dan warna dalam strategi pemasaran mereka dan meningkatkan penjualan produk di pasar.



Gambar 3. Contoh Desain Kaos Anime

1. Kuesioner Bagian I

Pada kuesioner **Bagian 1: informasi umum**, pertanyaan yang berisikan tentang informasi responden dari jenis kelamin, umur, apakah responden merupakan penggemar anime, dan apakah responden sering membeli kaos anime. Dari 52 responden, berikut adalah hasil dalam bentuk diagram :

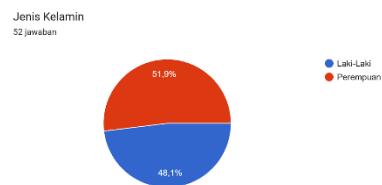


Diagram 1. Diagram Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, 51,9% responden berjenis kelamin perempuan dan 48,1% responden berjenis kelamin.

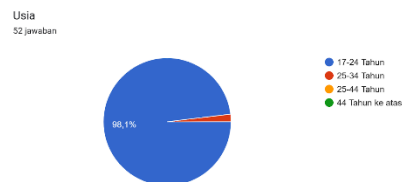


Diagram 2. Diagram Usia

Berdasarkan usia, 98,1% responden berumur 17-24 Tahun dan 1,9% responden berumur 25-34 Tahun.

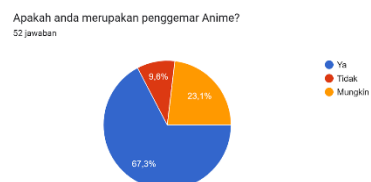


Diagram 3. Diagram minat responden terhadap Anime

Berdasarkan minat responden terhadap

anime, 67,3% responden merupakan penggemar anime, 9,6% responden bukan merupakan penggemar anime dan 23,1% responden masih ragu apakah mereka merupakan penggemar anime atau bukan.

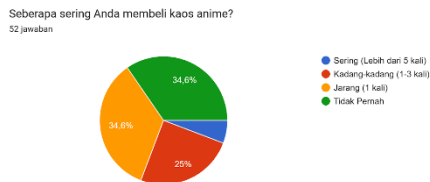


Diagram 4. Diagram responden dalam membeli kaos Anime

Berdasarkan seberapa seringnya responden sering membeli kaos Anime, 5,8% responden sering membeli kaos anime (lebih dari 5 kali), 25% responden kadang-kadang membeli kaos anime (lebih dari 1-3 kali), 34,6% responden jarang membeli kaos anime (1 kali) dan 34,6% responden tidak pernah membeli kaos anime.

Hasil survei kuesioner, rata-rata responden yang mengisi kuesioner adalah perempuan berusia 17-24 Tahun yang merupakan fans anime tetapi mereka tidak pernah membeli kaos Anime.

2. Kuisisioner Bagian II

Pada kuisisioner **Bagian 2: Persepsi terhadap kaos anime**, pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan Skala Likert (1-5) tentang persepsi konsumen terhadap kaos anime dengan keterangan:

1 Sangat Tidak Setuju

2 Tidak Setuju

3 Netral

4 Setuju

5 Sangat Setuju

Dari 52 responden, berikut adalah hasil kuisisioner pada **Bagian 2: Persepsi terhadap kaos anime** dalam bentuk diagram :

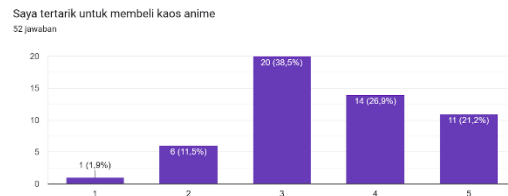


Diagram 5. Diagram ketertarikan responden terhadap kaos anime



Diagram 6. Diagram desain mempengaruhi keputusan membeli



Diagram 7. Diagram desain dan warna yang menarik mempengaruhi keputusan membeli

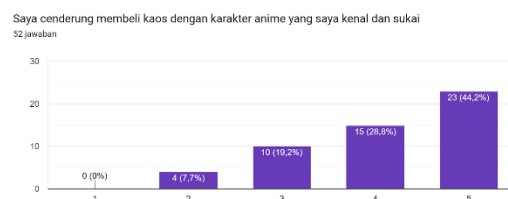


Diagram 8. Diagram responden cenderung membeli kaos jika ada karakter kesukaannya

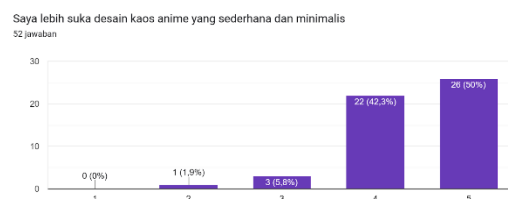


Diagram 9. Diagram minat responden terhadap kaos dengan desain yang sederhana yang minimalis



Diagram 10. Diagram minat responden terhadap kaos dengan desain yang ramai dan penuh gambar

Setelah mengumpulkan data, akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menjamin data yang diperoleh akurat dan relevan, dan memberikan kepercayaan pada hasil analisis statistik. Berikut adalah hasil uji Validitas dan uji Reliabilitas menggunakan perangkat lunak SPSS

| No | Rxy | Rtabel | Keterangan |
|----|-------|--------|------------|
| 1 | 0,754 | 0.273 | Valid |
| 2 | 0,809 | 0.273 | Valid |
| 3 | 0,782 | 0.273 | Valid |
| 4 | 0,780 | 0.273 | Valid |
| 5 | 0,528 | 0.273 | Valid |
| 6 | 0,533 | 0.273 | Valid |
| 7 | 1 | 0.273 | Valid |

Tabel 2. Hasil Tabel Uji Validasi

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 52 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 52 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 3. Tabel uji Reliabilitas

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,775 | 7 |

Tabel 4. Hasil Tabel Uji Reliabilitas

Dari hasil uji Validitas dan uji Reabilitas, uji Validasi yang diukur dengan $R_{xy} > R_{tabel}$, yang merupakan indikator valid dari kuesioner. Nilai R_{xy} yang diperoleh dalam penelitian ini adalah diatas nilai R_{tabel} (0,273) yaitu 0,754, 0,809, 0,782, 0,780, 0,528, 0,533, dan 1. Hal ini menunjukkan kuesioner memiliki hasil validitas yang baik. Uji Reliabilitas yang diukur menggunakan Cronbach's Alpha, yang merupakan indikator konsistensi internal dari kuesioner. Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh dalam penelitian ini adalah di atas 0,70 yaitu 0,775. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara desain kaos anime dan perilaku konsumen, dengan nilai p kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa desain yang menarik secara visual dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli. Selain itu, analisis juga menunjukkan bahwa warna pada kaos anime penting dalam menarik perhatian konsumen.

3. Kuesioner Bagian III

Pada kuesioner **Bagian 3: Pengaruh desain terhadap keputusan membeli**, pertanyaan yang

digunakan adalah pertanyaan terbuka dengan berbagai pilihan dan juga ada opsi lainnya agar responden bisa menyampaikan pendapat pribadi mereka tentang pengaruh desain pada kaos anime dalam keputusan membeli. Dari 52 responden, berikut adalah hasil kuesioner pada **Bagian 3: Pengaruh desain terhadap keputusan membeli** dalam bentuk diagram :

Apa alasan utama Anda membeli kaos anime?

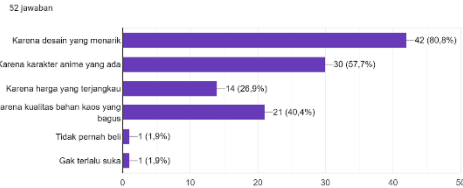


Diagram 11. Diagram alasan membeli kaos anime

Jenis desain kaos anime seperti apa yang paling menarik bagi Anda? (Pilih yang sesuai)

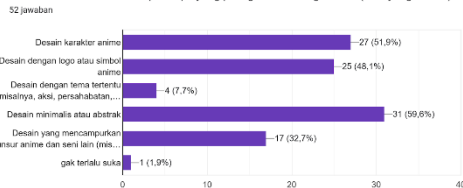


Diagram 12. Diagram hal yang menarik pada kaos anime bagi responden

Apa yang menurut Anda lebih menarik pada desain kaos anime? (Pilih yang Sesuai)

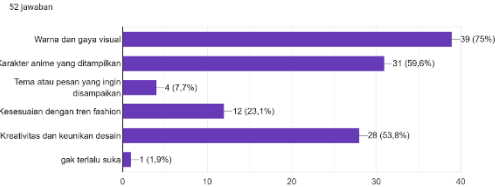


Diagram 13. Diagram hal lebih menarik pada desain kaos anime

Sejauh mana karakter anime mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli kaos anime?

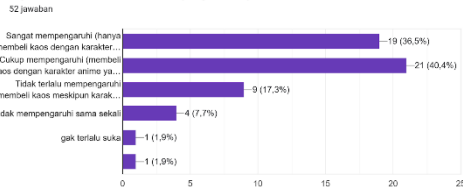


Diagram 14. Diagram karakter anime mempengaruhi keputusan

Apakah Anda lebih tertarik membeli kaos anime dengan warna yang cerah atau lebih gelap?

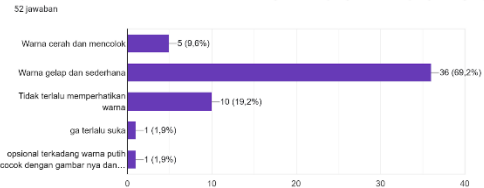


Diagram 15. Diagram warna pada kaos

Apa yang membuat desain kaos anime menarik bagi Anda dibandingkan desain kaos lainnya (non-anime)?

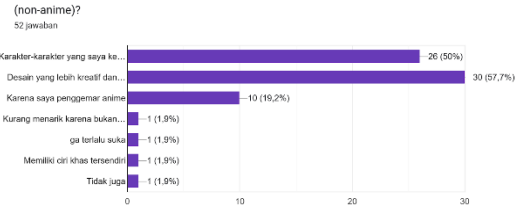


Diagram 16. Diagram hal yang membuat kaos anime menarik dibandingkan kaos lain

Jika desain kaos anime lebih mahal daripada kaos biasa, apakah Anda akan tetap membeli?

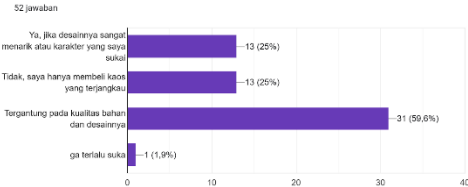


Diagram 17. Diagram apakah tertarik dengan kaos anime walaupun harganya lebih mahal

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai pengaruh desain terhadap keputusan pembelian, mayoritas responden sebanyak 80,8% menyatakan bahwa alasan utama mereka membeli kaos anime adalah karena desain yang menarik. Selain itu, 59,6% responden menunjukkan ketertarikan pada kaos anime yang memiliki desain minimalis dan abstrak, yang ditandai dengan penggunaan elemen visual yang sedikit dan warna yang cenderung netral, tidak terlalu cerah atau mencolok. Rata-rata responden juga mempertimbangkan warna dan gaya visual dalam keputusan pembelian kaos anime, dengan persentase mencapai 75%. Mengenai karakter favorit, 40,4% responden memilih untuk membeli kaos yang menampilkan karakter yang mereka kenal dari anime favorit mereka. Dalam hal pemilihan warna, 69,2% responden lebih suka warna yang gelap dan sederhana sebelum memutuskan untuk

membeli kaos anime. Responden juga berpendapat bahwa desain yang kreatif menjadikan kaos anime lebih unik dibandingkan dengan kaos lainnya sebanyak 57,7%. Selain itu, 59,6% responden bersedia membeli kaos anime meskipun harganya lebih tinggi, asalkan kualitas bahan dan desainnya memadai.

4. Kuesioner Bagian IV

Pada kuesioner **Bagian 4: Faktor lain dalam keputusan membeli**, pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan terbuka dengan berbagai pilihan dan juga ada opsi lainnya agar responden bisa menyampaikan pendapat pribadi mereka tentang faktor lain selain warna dan desain yang memengaruhi keputusan membeli. Dari 52 responden, berikut adalah hasil kuesioner pada **Bagian 4: Faktor lain dalam keputusan membeli** dalam bentuk diagram :



Diagram 18. Diagram faktor lain dalam keputusan membeli kaos anime

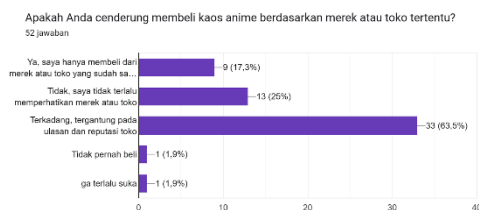


Diagram 19. Diagram faktor toko

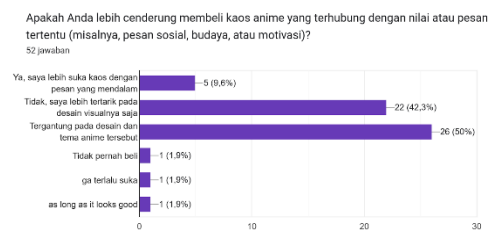


Diagram 20. Diagram faktor nilai/pesan dari anime di desain kaos anime



Diagram 21. Diagram tentang kolaborasi

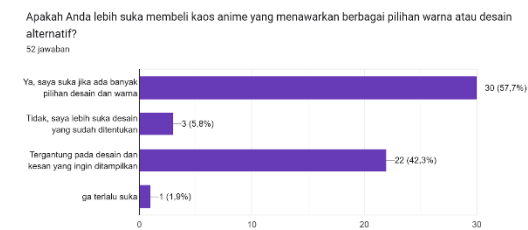


Diagram 22. Diagram minat membeli kaos anime yang menyediakan berbagai desain dan warna

Berdasarkan hasil kuesioner mengenai faktor lain terhadap keputusan pembelian, responden mengatakan bahwa faktor lain dalam membuat keputusan membeli kaos anime selain bahan dan desain adalah kualitas bahan sebanyak 80,8%. Responden juga membeli kaos anime tergantung pada reputasi toko sebanyak 63,5%. 50% responden mengatakan bahwa pesan moral pada kaos anime bergantung pada desain dan tema pada kaos tersebut. Tentang kolaborasi, sebanyak 53,8% responden memilih untuk tergantung pada brand dan desain pada kaos anime sebelum membuat keputusan membeli. Selain itu, 57,7% responden berminat membeli kaos anime yang menyediakan berbagai pilihan Desain dan Warna.

Secara keseluruhan, 52 responden dari penelitian ini

menunjukkan bahwa desain kaos anime memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, dengan mayoritas responden menganggap desain yang menarik sebagai alasan utama dalam keputusan pembelian. Desain minimalis, serta penggunaan warna yang netral, menjadi pilihan favorit bagi banyak konsumen. Selain itu, kualitas bahan dan reputasi toko juga berperan penting dalam keputusan pembelian, di mana konsumen bersedia membayar lebih untuk kaos dengan desain dan kualitas yang memadai. Hal ini menegaskan bahwa elemen visual, termasuk desain dan warna, sangat memengaruhi daya tarik kaos anime di kalangan konsumen.

KESIMPULAN

Dari 52 responden yang diteliti, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden membeli kaos anime dengan mempertimbangkan berbagai faktor, di antaranya adalah warna dan desain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua elemen ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih kaos anime.

Banyak responden mengungkapkan bahwa daya tarik visual yang ditawarkan oleh desain kaos anime sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Mereka cenderung memilih kaos yang memiliki desain yang minimalis dan warna yang netral. Selain faktor warna dan desain, responden juga mempertimbangkan faktor lain seperti bahan kaos. Kualitas bahan yang nyaman dipakai menjadi pertimbangan penting, mengingat kaos tersebut akan digunakan dalam berbagai kesempatan. Konsumen ingin memastikan bahwa selain tampil menarik, kaos yang mereka beli juga nyaman dan tahan lama.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian kaos anime tidak hanya

didasarkan pada aspek visual, tetapi juga pada kenyamanan dan kualitas produk. Dengan demikian, produsen kaos anime perlu memperhatikan kedua aspek ini untuk menarik minat konsumen dan memenuhi harapan mereka.

DAFTAR PUSAKA

- Yusof, Nor Afian. Mastor, Anwar. Mamat, Maharam. 2023. The influence of anime as Japanese popular culture among art and design students. ISSN: 1994-1633/ 1994-1625
- Anime Industry Report. (2021). Association of Japanese Animations. <https://aja.gr.jp/date/2022/11>
- Samara, Timothy. 2007, Design Elements: A Graphic Style Manual, Massachusetts: Rockport Publisher Inc.
- Muthi'ah, Waridiah. 2019. Pelatihan ilustrasi Fashion untuk siswa SMU/SMK Jakarta Barat. ISSN 2477-5134
- Dameria, A. 2007. Color Basic Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan Industri Grafika. Indonesia: Link and Match Graphic
- Rustan, Surianto. 2019, Buku Warna, PT Lintas Kreasi Imaji, Jakarta
- Zahra, Nurmalita. Mansoor, Alvanov Zpalanzani. 2024. Warna dan Emosi untuk media Desain Interaktif : Literature. Volume 13 Nomor 01 Januari-Juni 2024 p-ISSN: 2301-5942 | e-ISSN: 2580-2380
- Ilhami, Wasissa Titi. 2011. Persepsi dan preferensi warna dalam lanskap. ISSN-P: 1907-3933 ISSN-E: 2087-9059

1. Witabora, Joneta. 2012. Peran dan Perkembangan Ilustrasi

EKSEKUTIF TEKNOLOGI. ISBN :
978-623-99749-1-6

Marcella. Pandriato, Nigar. 2023. Analisis Motivasi Pecinta Budaya Jepang dalam Membeli Kaos Uniqlo X Jujutsu Kaisen. EISSN 2827-8763

Abdurrahman, ISIK., & Yasar, Mehmet Fatih. (2015). Effects of Brand on Consumer Preferences: A Study in Turkmenistan. Eurasian Journal of Business and Economics, 8(16), 139-150

Mothersbaugh, David L., Hawkins, Del I., Kleiser, Susan Bardi. (2020). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. New York: McGraw-Hill Higher Education

Priyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif. Sidoarjo: Zifatama Publishing

Katuruni, Innas Rovino. Abditya, Davin Yaqhzan Bintang. 2024. Persepsi Konsumen terhadap Produk Distro XXX Melalui Survei Kepuasan Pelanggan. p-ISSN: 2086-3306 e-ISSN: 2809-8862

Raisy. Fahlevi, Renza. Sinambela, Fitriana Aidnilla. 2024. Factor Influencing Purchase Intention for Co-Branded Anime Fashion Products. P-ISSN: 2655-3651. E-ISSN: 2656-0435

Sulistiyawati, Wiwik. Wahyudi. Trinuryono, Sabekti. 2022. Analisis (Deskriptif Kuantitatif) Motivasi Belajar Siswa Dengan model blended Learning di Masa COVID19. e-ISSN : 2686-3243 ; p-ISSN : 2085-0662

Dr. Lukman, Waris. 2022. METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF. PT. GLOBAL