

## ABSTRAK

Piero merupakan salah satu merek sepatu lokal yang terkenal akan desainnya yang bersiluet khas dan unik, karakter yang sangat cocok untuk muda-mudi, dengan slogan “**Tidak Pernah Berhenti Menjelajahi**”, Piero merupakan merek sepatu lokal yang sudah berdiri sejak tahun 1999 jika dikalkulasikan sudah 23 tahun lamanya ada di pasar sepatu Indonesia, tetapi masih banyak orang Indonesia yang tidak mengetahui merek Piero ini. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan rancangan sepatu yang sesuai dengan target pasar merek Piero yaitu anak muda. Untuk menentukan rancangan sepatu yang sesuai dengan keinginan target konsumen penulis menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada sebanyak 50 responden yang berusia 15-24 tahun karena menyesuaikan dengan target konsumen Piero yaitu anak muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 8 variabel yang merupakan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap rancangan sepatu Piero antara lain, Jenis sepatu adalah sepatu skate, Bahan sepatu adalah bahan canvas, Warna sepatu bagian atas adalah hitam, Warna sepatu bagian bawah adalah putih, Motif dalam sepatu adalah simpel (berupa logo atau ciri khas Piero), Warna motif sepatu adalah putih. Jenis pengencang sepatu adalah tali dan Harga sepatu adalah Rp 100.000-200.000.

**Kata kunci:** Perancangan, *Quality Function Deployment*, Target Konsumen, Desain Produk

## **ABSTRACT**

*Piero is one of the local shoe brands that is famous for its distinctive and unique silhouette design, a character that is very suitable for young people, with the slogan "Never Stop Exploring", Piero is a local shoe brand that has been established since 1999, if calculated it has been in the Indonesian shoe market for 23 years, but there are still many Indonesians who do not know this Piero brand. This study aims to determine the design of shoes that are in accordance with the target market of the Piero brand, namely young people. To determine the design of shoes that are in accordance with the wishes of the target consumers, the author uses the Quality Function Deployment (QFD) method. The number of samples used in this study was 50 respondents aged 15-24 years because they adjusted to Piero's target consumers, namely young people. The results showed that there are 8 variables that are the needs and desires of consumers for Piero's shoe design, including, type of shoe is a skate shoe, shoe material is canvas material, the color of the upper shoe is black, the color of the lower shoe is white, the motif in the shoe is simple (in the form of a logo or Piero's signature), the color of the shoe motif is white. The type of shoe fasteners is laces and the price of shoes is Rp 100.000-200.000.*

**Keywords:** *Design, Quality Function deployment, Target Consumer, Product Design*