

**ANALISIS MINAT BELI SEPATU MEREK LOKAL
PADA LOKAPASAR
(Studi Kasus Generasi Z di Daerah Jabodetabek)**

ACHMAD ARDIANSYAH

1702519042



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan
Gelar Sarjana Terapan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM SARJANA TERAPAN PEMASARAN DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2024

ANALYSIS OF PURCHASE INTEREST IN LOCAL BRAND

SHOES ON MARKETPLACES

(Case Study of Generation Z in the Greater Jakarta Area)

ACHMAD ARDIANSYAH

1702519042



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This thesis is written to Fulfill One of the Requirements for Obtaining
A Bachelor of Applied Management Degree at the Faculty of Economics
*State University of Jakarta***

DIGITAL MARKETING BACHELOR'S DEGREE PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRAK

Achmad Ardiansyah, 2024; Analisis Minat Beli Sepatu Merek Lokal Pada Lokapasar (Studi Kasus Generasi Z di Daerah Jabodetabek). Skripsi, Jakarta: Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim pembimbing: Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. dan Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat beli sepatu merek lokal pada lokapasar dengan studi kasus Generasi Z di Daerah Jabodetabek. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor eksploratori (EFA), analisis tabulasi sederhana, analisis deskriptif, dan skor rata-rata. Hasil pra riset tentang alasan minat beli sepatu merek lokal dibanding luar negeri dengan persentase 60% memilih sepatu merek lokal karena lebih murah dibanding luar negeri, persentase 17,5% memilih membeli sepatu merek lokal karena mendukung merek lokal, dan 15% memilih membeli sepatu merek lokal karena kualitas yang terjamin. Hasil uji validitas dalam penelitian ini dikatakan valid karena memiliki r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,098 dan hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dikatakan reliabel karena cronbach's alpha $> 0,6$. Hasil penelitian ini, minat beli sepatu lokal pada Generasi Z sangat tinggi dan sangat efektif dan faktor yang paling berpengaruh yaitu keunikan produk, kepercayaan terhadap produk, harga yang terjangkau, konten di media sosial yang menarik, dan yang terakhir adalah perasaan diterima oleh orang lain. Rekomendasi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek, subjek dan tempat penelitian, karena penelitian ini hanya mencakup sepatu lokal sebagai objek penelitian dan generasi Z sebagai subjek penelitian dan diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian. Kedua, diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah jumlah sampel penelitian sehingga dapat menemukan faktor-faktor lain yang kemungkinan berpotensi mempengaruhi minat beli sepatu lokal. Ketiga, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperkaya teori, metode analisis, dan perspektif yang digunakan untuk menjelaskan minat beli.

Kata Kunci: minat beli, sepatu lokal, *e-commerce*, *attention*, *interest*, *desire*

ABSTRACT

Achmad Ardiansyah, 2024; Analysis of Purchase Intention in Local Brand Shoes in Marketplace (Case Study of Generation Z in the Greater Jakarta Area). Thesis, Jakarta: Digital Marketing D4 Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Supervisors: Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. dan Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M.

This research aims to investigate the purchase interest in local brand shoes on online marketplaces, with a case study focusing on Generation Z in the Greater Jakarta area. The sample in this study was selected using the purposive sampling method. The analysis techniques used in this research include exploratory factor analysis (EFA), simple tabulation analysis, descriptive analysis, and average score analysis. Preliminary research results show that 60% of respondents prefer to buy local brand shoes because they are cheaper than foreign brands, 17.5% choose to buy local brand shoes to support local brands, and 15% choose local brand shoes because of their guaranteed quality. The validity test results in this study are considered valid as the calculated r-value is greater than the table r-value of 0.098, and the reliability test results are considered reliable as the Cronbach's alpha is greater than 0.6. The findings indicate that the purchase interest in local shoes among Generation Z is very high and highly effective, with the most influential factors being product uniqueness, trust in the product, affordable prices, attractive social media content, and the feeling of acceptance by others. The recommendations for future research include expanding the object, subject, and location of the study, as this research only covers local shoes as the object and Generation Z as the subject. It is also recommended to increase the sample size to discover other potential factors that may influence the interest in buying local shoes. Additionally, future research should enrich the theories, analytical methods, and perspectives used to explain purchase interest.

Keywords: purchase intention, local shoes, e-commerce, attention, interest, desire

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI




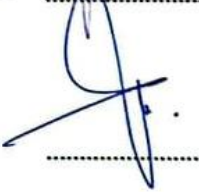

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.

NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Sholikhah, M.M. NIP 196206231990032001 (Ketua Penguji)		08/08/2024
2	Meta Bara Berutu, S.E., M.M. NIP 199409222022032012 (Penguji 1)		07/08/2024
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. NIP 199308272020122024 (Penguji 2)		07/08/2024
4	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. NIP 197412212008121001 (Pembimbing 1)		08/08/2024
5	Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M. NIP 197404162006041001 (Pembimbing 2)		08/08/2024

Nama : Achmad Ardiansyah

No. Registrasi : 1702519042

Program Studi : Sarjana Terapan Pemasaran Digital

Tanggal Lulus : 19 Juli 2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT/ORISINALITAS

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT/ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Achmad Ardiansyah

NIM : 1702519042

Program Studi : Pemasaran Digital

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul “Analisis Minat Beli Sepatu Merek Lokal Pada Lokapasar (Studi Kasus Generasi Z di Daerah Jabodetabek)” yang saya tulis adalah sepenuhnya hasil karya saya sendiri.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan siap menerima segala akibat sesuai ketentuan yang berlaku apabila terbukti pernyataan ini tidak benar.

Jakarta, 17 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Achmad Ardiansyah

(1702519042)

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Achmad Ardiansyah
NIM : 1702519042
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pemasaran Digital
Alamat email : achmadardians97@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Minat Beli Sepatu Merek Lokal Pada Lokapasar (Studi Kasus Generasi Z di Daerah Jabodetabek)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Agustus 2024
Penulis

(Achmad Ardiansyah)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kesehatan, rahmat dan hidayah-Nya kepada saya sehingga penulis masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan karya tulis ilmiah ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Meskipun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis merasa bangga telah menyelesaikan penelitian ini. Dalam penulisan skripsi ini, saya persembahkan untuk:

1. Prof Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta beserta Wakil Dekan I, II, III.
2. Bapak Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar dan meluangkan waktu untuk senantiasa membimbing dan memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar dan meluangkan waktu senantiasa membimbing dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Sholikhah, M.M. selaku Ketua Penguji, Ibu Meta Bara Berutu, S.E., M.M. selaku penguji pertama, dan Ibu Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. selaku penguji kedua yang telah memberikan masukan dan saran yang baik dalam penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen program studi Pemasaran Digital, dan seluruh civitas akademika Universitas Negeri Jakarta, khususnya Fakultas Ekonomi, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
6. Ayah Sumaryo dan Ibu Suprapti, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orangtua saya atas doa, pengorbanan, dorongan, dan kasih sayang yang senantiasa diberikan kepada saya hingga saat ini.
7. Terakhir, Teman-teman satu angkatan program studi D4 Pemasaran Digital serta seluruh pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan serta dorongan semangat kepada penulis selama tahap penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan ini. Selain itu, penulis berharap bahwa penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT/ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II	17
A. Landasan Teori	17
1. Teori Minat	17
2. Teori Minat Beli	19
B. Penelitian Terdahulu	25
BAB III.....	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
B. Desain Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel	34
1. Populasi	34
2. Sampel.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data	37
1. Definisi Konseptual Variabel.....	37
2. Definisi Operasional Variabel.....	38
3. Uji Instrumen Penelitian.....	42

E. Teknik Analisa Data	44
1. Analisis Tabulasi Sederhana	44
2. Analisis Deskriptif.....	45
3. Rata-Rata (<i>Mean</i>)	46
4. Analisis Faktor Eksploratori (EFA).....	47
BAB IV	52
A. Analisis Statistik Deskriptif	52
1. Profil Responden	52
2. Uji Instrumen Penelitian.....	56
B. Hasil Data Penelitian.....	58
1. Analisis Deskriptif.....	58
2. Rata-Rata (<i>Mean</i>)	67
3. Analisis Faktor Eksploratori (<i>Exploratory Factor Analysis</i>)	75
C. Pembahasan.....	81
1. Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli Sepatu Lokal	81
2. Faktor yang Berkontribusi Paling Besar pada Minat Beli Sepatu Lokal	89
BAB V	92
A. Kesimpulan	92
B. Implikasi.....	93
1. Implikasi Teoritis	93
2. Implikasi Praktis.....	93
C. Keterbatasan Penelitian.....	93
D. Rekomendasi Penelitian.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
DAFTAR LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan sepatu lokal Bata & Tomkins tahun 2021 & 2022.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Generasi Z di Jabodetabek Tahun 2020	35
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian.....	39
Tabel 3. 3 Skala Jawaban Kuesioner.....	42
Tabel 3. 4 Bobot Skor Kriteria dan Tingkat Capaian.....	46
Tabel 4. 1 Tabel Karakteristik Responden	52
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	56
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	67
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Minat Transaksional	58
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Minat Referensial	59
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Minat Preferensial	60
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Minat Eksploratif.....	60
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Attention.....	62
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Interest.....	62
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Desire.....	63
Tabel 4. 11 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Emotional Value	64
Tabel 4. 12 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Social Value	65
Tabel 4. 13 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Functional Value.....	65
Tabel 4. 14 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Price Value.....	66
Tabel 4. 15 Rata-Rata Dimensi Minat Transaksional.....	67
Tabel 4. 16 Rata-Rata Dimensi Minat Referensial.....	68

Tabel 4. 17 Rata-Rata Dimensi Minat Preferensial.....	68
Tabel 4. 18 Rata-Rata Dimensi Minat Eksploratif.....	69
Tabel 4. 19 Rata-Rata Dimensi Attention	70
Tabel 4. 20 Rata-Rata Dimensi Interest	71
Tabel 4. 21 Rata-Rata Dimensi Desire	71
Tabel 4. 22 Rata-Rata Dimensi Emotional Value.....	72
Tabel 4. 23 Rata-Rata Dimensi Social Value	73
Tabel 4. 24 Rata-Rata Dimensi Functional Value	74
Tabel 4. 25 Rata-Rata Dimensi Price Value	74
Tabel 4. 26 Hasil Uji KMO & Bartlet	76
Tabel 4. 27 Hasil Measure Sampling Adequacy (MSA)	85
Tabel 4. 28 Total Variance Explained.....	77
Tabel 4. 29 Rotated Componen Matrix	78
Tabel 4. 30 Penamaan Faktor	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Januari 2024.....	2
Gambar 1. 2 Persentase Gen-Z menggunakan lokapasar.....	3
Gambar 1. 3 Review Sepatu Bata di Lokapasar.....	6
Gambar 1. 4 Review positif sepatu Bata di Lokapasar	7
Gambar 1. 5 Review Promo Sepatu Bata di Lokapasar	8
Gambar 1. 6 Review Sepatu Merek Tomkins di Lokapasar.....	9
Gambar 1. 7 Review Design Sepatu Merek Tomkins di Lokapasar	10
Gambar 1. 8 Review Kualitas Sepatu Merek Tomkins di Lokapasar	11
Gambar 1. 9 Hasil Pra Riset Perbandingan Alasan Membeli Sepatu Merek Lokal dan Merek Luar Negeri	12

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	104
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	110
Lampiran 4. Hasil EFA	110
Lampiran 5. Hasil Uji Kemiripan Naskah.....	118
Lampiran 5. Riwayat Hidup Penulis	119

