

**ANALISIS MINAT BELI *BRAND* AEROSTREET PADA *GEN Z*
DI KOTA BEKASI**

ANANG SULAIMAN

1702521019



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pemasaran Digital pada Fakultas Ekonomi dan bisnis
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI D4 PEMASARAN DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat beli Generasi Z di Kota Bekasi terhadap produk Aerostreet dengan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB), yang mencakup tiga dimensi utama: *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioral Control*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 196 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan metode analisis deskriptif dan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk mengidentifikasi faktor-faktor dominan yang membentuk minat beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga dimensi TPB berada pada kategori tinggi. Dimensi *Attitude Toward Behavior* mengindikasikan bahwa responden memiliki pandangan positif terhadap produk Aerostreet, terutama pada indikator persepsi nilai positif dan kesesuaian gaya hidup. Dimensi *Subjective Norms* menunjukkan bahwa pengaruh keluarga dan dukungan teman menjadi pendorong utama dalam membentuk minat beli. Dimensi *Perceived Behavioral Control* mengungkapkan bahwa kemudahan mendapatkan produk dan kendali pribadi atas keputusan pembelian menjadi faktor dominan yang memperkuat niat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa Aerostreet memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan pada segmen Gen Z melalui strategi pemasaran yang fokus pada relevansi desain, penguatan eksposur sosial, dan peningkatan persepsi kualitas.

Kata kunci: Minat Beli, Theory of Planned Behavior, Generasi Z, Aerostreet, EFA

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

This study aims to analyze the purchase intention of Generation Z in Bekasi City toward Aerostreet products using the Theory of Planned Behavior (TPB) framework, which consists of three main dimensions: Attitude Toward Behavior, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control. This research employed a quantitative approach, with data collected through a questionnaire distributed to 196 respondents selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using descriptive analysis and Exploratory Factor Analysis (EFA) to identify the dominant factors shaping purchase intention. The findings reveal that all three TPB dimensions fall into the high category. The Attitude Toward Behavior dimension indicates that respondents have a positive perception of Aerostreet products, particularly in terms of perceived value and lifestyle compatibility. The Subjective Norms dimension shows that family influence and peer support are the main drivers in shaping purchase intention. The Perceived Behavioral Control dimension highlights that ease of access to products and personal control over purchasing decisions are the dominant factors reinforcing purchase intention. These results suggest that Aerostreet has strong potential to increase sales within the Gen Z segment by implementing marketing strategies focused on design relevance, strengthening social exposure, and improving perceived product quality.

Keywords: *Purchase Intention, Theory of Planned Behavior, Generation Z, Aerostreet, EFA*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR ORIGINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Pernyataan Bebas Plagiat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anang Sulaiman

NIM : 1702521019

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Minat Beli *Brand* Aerostreet Pada *Gen Z* di Kota Bekasi” ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Oleh karena itu, terkait sumber informasi yang telah saya kutip ini disebutkan dalam teks lalu dicantumkan pada daftar pustaka.

Saya membuat surat ini dalam keadaan sadar dan tidak dalam pengaruh pihak manapun. Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas perhatiannya.

Jakarta, 14 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan



Anang Sulaiman
NIM. 1702521019

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Anang Sulaiman
NIM : 1702521019
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Pemasaran Digital
Alamat email : Anangsulaiman58@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 *Brand* Aerostreet pada Gen Z di Kota Bekasi"

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.

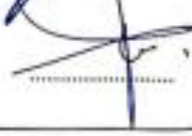
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Agustus 2025

Penulis

(Anang Sulaiman)

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., MM NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Agung Kresnamurti Rivai P, MM NIP. 197404162006041001 (Ketua Sidang)		11/08/2025
2	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., MSM NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli 1)		08/08/2025
3	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP. 199409222022032012 (Penguji Ahli 2)		06/08/2025
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., MM NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 1)		14/08/2025
5	Andi Muhamad Sadat, SE, M.Si., Ph.D NIP. 197201252002121002 (Pembimbing 2)		14/08/2025
Nama : Anang Sulaiman No. Registrasi : 1702521019 Program Studi : D4 - Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 28 Juli 2025			

Catatan :

- diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- diikat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul:

“Analisis Minat Beli Brand Aerostreet pada Generasi Z di Kota Bekasi”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., S.E., selaku Dosen Pembimbing 1, yang dengan dedikasi, perhatian, dan komitmen tinggi telah membimbing penulis melalui berbagai arahan, saran konstruktif, dan dorongan semangat, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.M., Ph.D selaku Dosen Pembimbing 2, yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan ketegasan telah memberikan arahan, masukan, serta motivasi yang sangat berarti bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih yang tak terukur atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang telah diberikan sepanjang hidup penulis. Kehadiran Ayah dan Ibu adalah anugerah terindah yang menjadi sumber kekuatan di setiap langkah, penghibur di saat lelah, serta penopang ketika semangat mulai pudar. Setiap nasihat, pelukan hangat, dan doa yang dipanjatkan telah menjadi cahaya yang menuntun penulis melewati setiap tantangan hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Segala dukungan, baik dalam bentuk perhatian maupun doa yang tulus, adalah kekuatan yang tak ternilai harganya.

Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan dengan limpahan rahmat, kesehatan, dan kebahagiaan tanpa batas bagi Ayah dan Ibu tercinta.

4. Bella Ummiah, yang kehadirannya telah menjadi anugerah terindah dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala perhatian, semangat dan kasih sayang yang tulus, yang senantiasa menguatkan penulis di setiap langkah. Kehadiranmu telah mengubah hari-hari penulis menjadi lebih bermakna, memberikan warna di saat lelah, dan menghadirkan ketenangan di tengah tekanan. Segala dukungan yang diberikan, baik secara langsung maupun lewat doa, telah menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk tetap berjuang hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dengan hasil yang memuaskan. Terima kasih telah menjadi penyemangat, penyembuh, dan pendamping dalam setiap proses yang penuh tantangan ini. Semoga segala kebaikan yang diberikan dibalas berlipat ganda, dan semoga perjalanan kita senantiasa dipenuhi kebahagiaan.

5. Nayla, selaku saudara penulis, yang selalu hadir di saat penulis berada dalam masa-masa sulit, khususnya ketika penulis mengalami patah hati. Terima kasih telah menjadi pendengar setia dan pemberi nasihat yang tulus. Dukungan dan semangat yang diberikan telah membantu penulis bangkit kembali dan memulai proses penulisan skripsi ini dengan hati yang lebih kuat dan pikiran yang lebih tenang.

6. Teman-teman Pemasaran Digital A Universitas Negeri Jakarta, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis selama menyelesaikan studi. Terima kasih atas semangat, dukungan, dan bantuan yang diberikan, baik dalam bentuk ide, motivasi, maupun kebersamaan yang menguatkan. Kehadiran kalian tidak hanya membantu penulis dalam menyusun skripsi, tetapi juga memberikan warna, tawa, dan cerita indah yang akan selalu dikenang. Persahabatan dan kebersamaan yang terjalin menjadi salah satu kekuatan terbesar penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Team Semprotulation, selaku grup pejuang skripsi, terima kasih kepada seluruh anggotanya yang telah menjadi tempat berbagi keluh kesah, saling menguatkan, dan memberikan dukungan di tengah proses penulisan skripsi. Kehadiran kalian

menjadi wadah untuk saling bercerita, memberi semangat, serta menularkan energi positif yang membuat perjalanan menyelesaikan skripsi ini terasa lebih ringan dan menyenangkan.

8. Bitcoin, yang telah menjadi teman setia di kala penulis dilanda stres mengerjakan skripsi. Setiap kali layar menampilkan warnamu yang hijau, seakan semua kepenatan dan mood yang berantakan perlahan membaik, memberi secercah semangat baru di tengah kelelahan yang tak terhindarkan. Gerak naikmu yang penuh kejutan telah menjadi hiburan tersendiri, mengalihkan sejenak pikiran dari tekanan dan memberi energi untuk kembali berjuang menyelesaikan setiap bab. Terima kasih telah menjadi warna yang menghidupkan hari-hari penuh tantangan ini, meski kadang turunmu juga bikin jantung berdebar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya tulis ini di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, serta menjadi kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran digital.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR ORIGINALITAS	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Pertanyaan penelitian	9
C. Tujuan penelitian.....	9
D. Manfaat penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Teori Pendukung	11
1. Teori Minat Beli	11
2. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	12
3. Teori Generasi Z sebagai Konsumen	15
4. <i>Brand Aerostreet</i>	17
B. Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	26

B. Desain Penelitian.....	26
C. Populasi dan Sampel	26
1. Populasi.....	26
2. Sampel.....	27
D. Teknik pengumpulan Data	28
E. Definisi Variabel dan Instrumen penelitian.....	29
1. Definisi Konseptual Variabel	29
2. Definisi Operasional Variabel	30
3. Instrumen Penelitian.....	30
4. Uji Instrumen Penelitian	36
F. Teknik Analisis Data	37
G. Analisis Faktor	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Deskriptif	43
1. Profil Responden.....	43
B. Uji Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	45
C. Analisis Deskriptif	48
D. Analisis Faktor	60
BAB V KESIMPULAN	70
A. Kesimpulan	70
1. Gambaran Dimensi <i>Attitude Toward Behavior</i> Dalam Membentuk Minat Beli Gen Z Terhadap Produk Aerostreet.	70
2. Gambaran Dimensi <i>Subjective Norms</i> Dalam Membentuk Minat Beli Gen Z Terhadap Produk Aerostreet.....	70

3. Gambaran Dimensi <i>Perceived Behavioral Control</i> Dalam Membentuk Minat Beli Gen Z Terhadap Produk Aerostreet.....	71
B. Implikasi Teoretis.....	71
C. Implikasi Praktis	72
D. Keterbatasan Penelitian.....	73
E. Rekomendasi.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	82



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

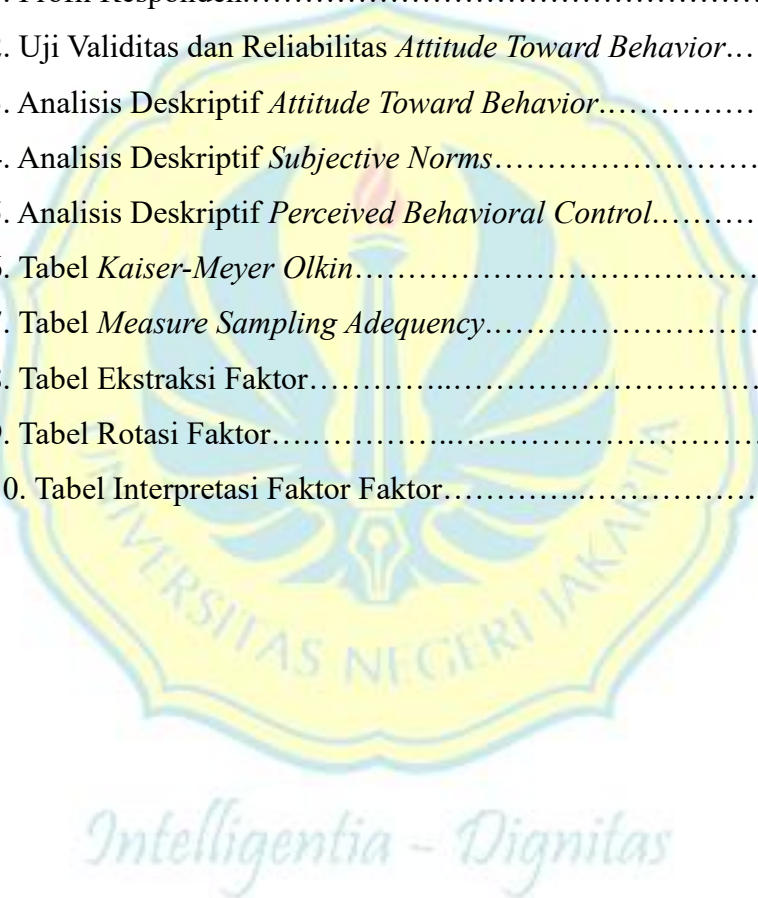
Gambar 1.1. Rekor Muri Brand Aerostreet.....	2
Gambar 1.2 New Collection sepatu Aerostreet.....	2
Gambar 1.3 Pencarian Keyword di Google.....	3



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jawaban Pra <i>Survey</i>	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1. Instrumen Penelitian.....	30
Tabel 3.2. Tabel Skor Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 3.3. Kriteria Interpretasi Skor.....	37
Tabel 3.4. Skala Jawaban Kuesioner.....	38
Tabel 4.1. Profil Responden.....	42
Tabel 4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Attitude Toward Behavior</i>	45
Tabel 4.3. Analisis Deskriptif <i>Attitude Toward Behavior</i>	47
Tabel 4.4. Analisis Deskriptif <i>Subjective Norms</i>	51
Tabel 4.5. Analisis Deskriptif <i>Perceived Behavioral Control</i>	54
Tabel 4.6. Tabel <i>Kaiser-Meyer Olkin</i>	60
Tabel 4.7. Tabel <i>Measure Sampling Adequacy</i>	60
Tabel 4.8. Tabel Ekstraksi Faktor.....	61
Tabel 4.9. Tabel Rotasi Faktor.....	62
Tabel 4.10. Tabel Interpretasi Faktor Faktor.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas.....	88
Lampiran 3. Hasil Uji Reabilitas.....	89
Lampiran 4. Hasil Uji Exploratif Faktor Analisis	93
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	91
Lampiran 6. Surat Persetujuan Seminar Proposal.....	92
Lampiran 7. Surat Persetujuan Sidang Skripsi	93
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup.....	94



Intelligentia - Dignitas