



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO:3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap *Purchase Intention* Pegunjung di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung

Skripsi

Oleh

Bobby Oktavian Heryanto

2015320149

Bandung
2019



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO:3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap *Purchase Intention* Pengunjung di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung

Skripsi

Oleh

Bobby Oktavian Heryanto

2015320149

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



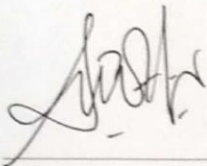
Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Bobby Oktavian Heryanto
Nomor Pokok : 2015320149
Judul : Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Purchase Intention
Pengunjung di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung

Telah di uji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 18 Desember 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

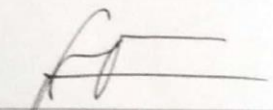
Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.



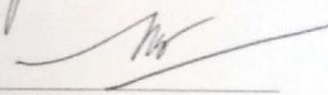
Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

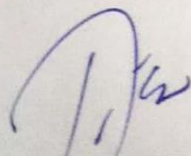


Anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bobby Oktavian Heryanto

NPM : 2015320149

Jurusan / Program studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap *Purchase Intention* Pengunjung di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, Desember 2019

Bobby Oktavian Heryanto

ABSTRAK

Nama : Bobby Oktavian Heryanto

NPM : 2015320149

Judul : Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap *Purchase Intention* Pengunjung di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung

Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut merupakan kawasan yang banyak diminati dan menjadi salah satu pusat perbelanjaan di Kota Bandung, yang dirintis sejak tahun 1920 dan berada di jalan Terusan Cibaduyut. Kawasan ini adalah tempat berkumpulnya pengrajin-pengrajin lokal yang baik seperti pengrajin kulit, sepatu, tas, baju, jaket, ikat pinggang dan lain sebagainya. Kawasan ini menawarkan berbagai macam produk terutama produk sepatu. Menurut pengamatan penulis kawasan ini banyak dikunjungi pengunjung pada setiap saat, khususnya pada akhir pekan dan hari besar lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada 5 orang responden, hasil yang didapatkan bahwa mereka sering berkunjung dan tertarik untuk membeli produk di kawasan. Dapat dikatakan, terdapat pengaruh positif dari motivasi konsumen yang mempengaruhi niat beli mereka saat mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut ini, tetapi hal ini perlu dibuktikan melalui penelitian tentang pengaruh motivasi konsumen terhadap *purchase intention*.

Berdasarkan judul penelitian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh motivasi konsumen terhadap *purchase intention* di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal, dan metode yang digunakan adalah metode penelitian survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 115 orang responden, dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan motivasi konsumen berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung.

Kata Kunci : Motivasi Konsumen, *Purchase Intention*

ABSTRACT

Name : Bobby Oktavian Heryanto

NPM : 2015320149

Title : *The Influence of Consumer Motivation on Visitor Purchase Intention in Cibaduyut Shoes Center Area Bandung*

The Cibaduyut Shoe Center area is an area of great interest and is one of the shopping centers in the city of Bandung, which was pioneered since 1920 and is located on the Cibaduyut Canal Road. This area is a gathering place for good local craftsmens such as leather craftsmens, shoes, bags, clothes, jackets, belts and so forth. This area offers a variety of products, especially shoes. According to the author's observation, this area is visited by many visitors at any time, especially on weekends and other holidays.

Based on the results of interviews conducted by the author of 5 respondents, the results obtained that they often visit and are interested in buying products in the region. It can be said, there is a positive influence of consumer motivation that influences their buying intentions when visiting the Cibaduyut Shoe Center Area, but this needs to be proven through research on the effect of consumer motivation on purchase intention.

Based on the title of the study, the purpose of this study is to determine whether there is an influence of consumer motivation on purchase intention in the Cibaduyut Bandung Shoe Center Area.

This type of research is causal research, and the method used is survey research methods. The sampling technique in this study was done by accidental sampling technique. Data were collected through a questionnaire given to 115 respondents, and the data analysis technique used was simple linear regression.

The results of this study indicate that consumer motivation has a significant effect on purchase intention in the Cibaduyut Shoe Center Area of Bandung.

Keywords :Consumer Motivation, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Judul skripsi yang diajukan penulis adalah “Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap *Purchase Intention* di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung”. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak pengarahan, bantuan, serta semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis hendak menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan kekuatan, mukjizat, kesehatan, berkat, dan kasih yang sangat melimpah. Tanpa Tuhan Yesus penulis tidak bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu serta membimbing penulis selama menyusun skripsi dengan penuh kesabaran. Terimakasih atas semua waktu, tenaga, pikiran, dan motivasi yang telah diberikan untuk memperluas pengetahuan dan wawasan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
5. Orangtua dan saudara yang ikut membantu dan mendukung penulis baik secara materi, moral, maupun doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Kakak perempuan tercinta Monika Angelina yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan perhatian.
6. Terima kasih kepada Evan Hartanto, Stefanny Kezia, Raymond Julio, Hizkia Setiawan, Marvian Stefan, Cristine, Rio Fernando, dan Harry Ardians yang selalu membantu penulis dengan memberi bantuan dan dukungan yang besar dalam masa penulisan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Edwin Jovian, Alfon Cahyadi, Anthony Vincent, Joshua Adam, Dandy Unggana, Lucky Sendow, Reynaldo Aprilio, Aldwin, Yoko Felix yang menghibur dan menemani pada saat penulis menghadapi masalah.

8. Teman-teman ADBIS angkatan 2015 (Willy, Erick, Jemima, Willian, Stephen, Owen, Arief, Daniel, Osmond, Chandra, Hendry, Mei, Dodi, Sarah, Carlo, Samantha, Nancy, Agoy, Nadya, Theo, Bimo, Vivin, Sharon, Nathan, Natly Angel, Yosua, dan banyak lagi yang tidak dapat penulis sebutkan yang menjadi teman belajar selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap agar penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Bandung, Desember 2018

Bobby Oktavian Heryanto

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Objek Penelitian	7
BAB 2 KERANGKA TEORI.....	9
2.1 Motivasi Konsumen.....	9
2.1.1 Definisi Motivasi Konsumen.....	9
2.1.2 Manfaat Motivasi Konsumen	10
2.1.3 Pengukuran Motivasi Konsumen.....	11
2.2 <i>Purchase Intention</i>	12
2.2.1 Definisi <i>Purchase Intention</i>	12
2.2.2 Manfaat <i>Purchase Intention</i>	14
2.2.3 Pengukuran <i>Purchase Intention</i>	14
2.3 Penelitian Terdahulu	15
2.4 Hipotesis	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian.....	20
3.3 Model Penelitian	21

3.4 Operasionalisasi Variabel	23
3.5 Populasi dan Sampling	25
3.5.1 Populasi.....	25
3.5.2 Sampel	25
3.5.3 Sampling	26
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	27
3.7 Skala Pengukuran	28
3.8 Teknik Analisis Data	29
3.8.1 Uji Validitas	30
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.8.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval	32
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	35
3.8.6 Analisis Koefisien Korelasi.....	36
3.8.7 Analisis Koefisien Determinasi	37
3.8.8 Pengujian Hipotesis	37
BAB 4 OBJEK PENELITIAN	40
4.1 Sejarah dan Profil Sentra Sepatu Cibaduyut	40
BAB 5 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
5.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	46
5.1.1 Uji Validitas	46
5.1.2 Uji Reliabilitas.....	48
5.2 Analisis Deskriptif Data Diri Responden	49
5.2.1 Data Responden.....	49
5.3 Tanggapan Responden dan Kategorisasi Mengenai Variabel Motivasi Konsumen dan <i>Purchase Intention</i>	52
5.3.1 Motivasi Konsumen.....	53
5.3.2 <i>Purchase Intention</i>	68
5.4 Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap <i>Purchase Intention</i>	73
5.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	73
5.4.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	77
5.4.3 Analisa Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	79

5.4.4 Pengujian Hipotesis	80
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Penelitian	21
Gambar 4.1 Ikon Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut	43
Gambar 4.2 Jalan Di Sekitar Kawasan (1).....	43
Gambar 4.3 Jalan Di Sekitar Kawasan (2).....	44
Gambar 4.4 Lokasi yang Paling Sering dikunjungi (1)	44
Gambar 4.5 Lokasi yang Paling Sering Dikunjungi (2)	45
Gambar 5.1 <i>Garis Kontinum Motivasi Konsumen</i>	67
Gambar 5.2 <i>Garis Kontinum Purchase Intention</i>	72
Gambar 5.3 <i>Uji Normalitas P-P Plot</i>	75
Gambar 5.4 <i>Uji Heteroskedastisitas Scatter plot</i>	76
Gambar 5.5 <i>Kurva uji t</i>	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Wawancara Sebelum Penelitian dengan Kelima Responden	4
Tabel 1.2 Data Diri Responden	4
Tabel 1.3 Hasil Wawancara Singkat Dengan Kelima Responden Dalam Bentuk Persentase	5
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Motivasi Konsumen	23
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Purchase Intention	25
Tabel 3.3 Tabel Bobot Nilai	28
Tabel 3.4 Kriteria Jawaban dan Penilaian Responden	29
Tabel 3.5 Pedoman untuk Interpretasi Koefisien Korelasi	36
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Konsumen	47
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Variabel Purchase Intention	48
Tabel 5.3 Hasil Uji Reabilitas	49
Tabel 5.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 5.5 Data Responden Berdasarkan Umur	50
Tabel 5.6 Data Responden Berdasarkan Daerah Asal	51
Tabel 5.7 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 5.8 Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 5.9 Kriteria Penilaian Variabel	53
Tabel 5.10 Pergi Keluar Dari Rumah Menghindari Kejenuhan	54
Tabel 5.11 Memiliki Waktu Bersenang-Senang Bersama Keluarga Dan Teman-Teman.....	54
Tabel 5.12 Untuk Menghilangkan Stress	55
Tabel 5.13 Untuk Melihat-Lihat Dan Mendengar Hiburan di Kawasan	55
Tabel 5.14 Untuk Menemukan Berbagai Macam Produk.....	56
Tabel 5.15 Untuk Membeli Apa Yang Saya Butuhkan	57
Tabel 5.16 Untuk Mencari Produk Yang Unik	57
Tabel 5.17 Untuk Mencari Harga Yang Sesuai.....	58
Tabel 5.18 Untuk Menikmati Keramaian.....	59
Tabel 5.19 Untuk Memperhatikan Tingkah Laku Orang Di Sekitar	59
Tabel 5.20 Hubungan yang Baik antara Pembeli dan Pengecer.....	60
Tabel 5.21 Pengecer Mengetahui Kebutuhan Saya	61
Tabel 5.22 Kebijakan Pengembalian Barang Mudah dan Murah.....	61
Tabel 5.23 Saya Percaya Harga Dan Kualitas Yang Ditawarkan Oleh Pengecer .	62
Tabel 5.24 Toko Ini Berlokasi Yang Mudah Dijangkau dan Nyaman	63

Tabel 5.25 Tempat Yang Baik Untuk Pembelian Yang Sedikit Dan Sehari-Hari	63
Tabel 5.26 Untuk Membeli Barang Barang Yang Mendesak	64
Tabel 5.27 Pelayanan Pengiriman Melalui Telepon Dan Pengiriman Ke Rumah	65
Tabel 5.28 Penilaian Responden Terhadap Motivasi Konsumen.....	65
Tabel 5.29 Mempertimbangkan Berbelanja di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut	68
Tabel 5.30 Kemungkinan Besar Akan Berbelanja Lagi	68
Tabel 5.31 Selama Ada Kesempatan Bersedia Untuk Berbelanja.....	69
Tabel 5.32 Mempunyai Keinginan Untuk Pergi Berbelanja	69
Tabel 5.33 Akan Merekomendasikan Kepada Teman Untuk Berbelanja.....	70
Tabel 5.34 Penilaian Responden Terhadap Purchase Intention	71
Tabel 5.35 Uji Normalitas	74
Tabel 5.36 Hasil Uji Glejser	77
Tabel 5.37 Analisis Regresi Sederhana.....	78
Tabel 5.38 Analisis Korelasi (R) dan Determinasi (RSquare)	79
Tabel 5.39 Hasil uji t.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil SPSS Uji Validitas dan Uji Reabilitas	89
Lampiran 2 Tabel Nilai-nilai r Product Moment.....	91
Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 4 Hasil SPSS Uji t	94
Lampiran 5 Kuesioner.....	95
Lampiran 6 Tabel Hasil Data Responden	97

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki banyak tempat atau daerah yang memiliki potensi dalam menawarkan wisata belanja, salah satunya kota Bandung. Kota Mode adalah julukan bagi kota Bandung. Bandung memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara untuk menikmati wisata belanja. Banyaknya wisata belanja yang ada di kota Bandung menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Berdasarkan pengamatan penulis, saat ini terdapat banyak wisata belanja di kota Bandung, namun perubahan gaya hidup di Bandung, selera, dan tren dalam berpakaian, membawa para pengusaha di bidang busana (*fashion*) untuk memperbaharui ide-ide serta model baru yang dianggap lebih modern dan tidak ketinggalan zaman. Terdapat berbagai wisata belanja yang ditawarkan di kota Bandung, seperti Jalan Cihampelas, Pasar baru, Pasar Gedebage, Pasar Kain Cigondewah dan lain sebagainya.

Salah satu wisata belanja yang diminati wisatawan yang ada di kota Bandung adalah Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut. Kawasan ini sudah menjadi tempat yang populer dan sebagai pusat berkumpulnya pengrajin-pengrajin lokal yang baik seperti pengrajin kulit, sepatu, tas, baju, jaket, ikat pinggang dan lain sebagainya. Menurut Mardiana (2018) kemampuan para pengrajin sepatu di sekitar kawasan ini membuat sepatu secara manual dengan tangan (*Hand Made Shoes*) sekaligus mengeksportnya ke hampir ke 27 negara di dunia, dengan pasar

utamanya Amerika Serikat yang hampir 46,16 persen. Menurut Bahri (2016) terdapat 835 unit usaha dengan menyerap sebanyak 2.556 orang tenaga kerja dengan nilai produksi sebesar Rp. 323.736.000.000.

Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut ini dirintis sejak tahun 1920 dan berlokasi di Selatan kota Bandung, mempunyai letak geografis yang dekat dengan perbatasan kabupaten Bandung, berjarak sekitar 2 KM dari arah Terminal Leuwipanjang, dan berjarak sekitar 10 KM dari arah Alun-Alun Kota Bandung Kawasan Cibaduyut.

Sebagai kawasan yang selalu ramai dipadati wisatawan, kawasan ini menurut observasi penulis buka mulai pukul 08.00-22.00 WIB. Berdasarkan pengamatan penulis, Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut ini merupakan wisata belanja yang menawarkan berbagai macam busana (*fashion*) lokal termasuk sepatu dengan harga yang relatif murah dan dengan kualitas yang baik.

Wisata belanja Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut ini juga menyediakan berbagai macam busana (*fashion*) dan sepatu buatan lokal yang cocok dan dapat dipakai mulai dari anak-anak hingga dewasa dan menjadi tujuan termatik pada saat sedang berlibur di kota Bandung. Saat ini terdapat banyak toko di kawasan ini, seperti *JK Collection*, Toko Bahan Sepatu Mitra, *Oval Shoes*, *Shoes Garsel* Cibaduyut, dan Grutty dan lain sebagainya.

Melalui pengamatan penulis dengan mewawancarai beberapa responden secara tidak terstruktur didapat bahwa motivasi orang-orang mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut karena produk yang ditawarkan mempunyai

kualitas yang baik, harga yang cukup terjangkau, mengikuti paket wisata bersama keluarga atau teman, kebutuhan sehari-hari dan untuk berpergian keluar rumah dan lain sebagainya.

Melalui pengamatan penulis pula, Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang hendak berbelanja, harganya yang murah tetapi kualitasnya pun tetap terjaga sangat baik. Penulis juga melakukan wawancara singkat terhadap beberapa pengunjung di kawasan ini. Rata-rata mereka menghabiskan waktu 1-2 jam untuk mencari ataupun sekadar melihat-lihat produk di kawasan ini. Penulis juga melihat banyaknya plat mobil pribadi atau bus luar kota yang berkunjung ke Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, khususnya pada saat akhir pekan dan hari besar lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kawasan ini memang dicari dan dikunjungi oleh banyak orang pada setiap saat, terutama di hari libur dan akhir pekan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dibawah ini adalah wawancara singkat yang dilakukan penulis terhadap lima orang responden secara acak untuk mencari data mengenai apakah motivasi konsumen berpengaruh pada *purchase intention* pengunjung di Kawasan Setra Sepatu Cibaduyut?

Tabel 1.1
Wawancara Sebelum Penelitian dengan Kelima Responden

Pertanyaan	Responden 1	Responden 2	Responden 3	Responden 4	Responden 5
Apakah anda sering mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut?	Iya	Tidak	Iya	Iya	Iya
Apakah anda berniat untuk mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut lagi?	Iya	Tidak	Iya	Iya	Iya
Apakah saat mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, anda merasa tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan di Kawasan tersebut?	Iya	Iya	Iya	Iya	Iya

Berikut adalah data diri dari kelima responden yang penulis sertakan setelah melakukan wawancara singkat:

Tabel 1.2
Data Diri Responden

No.	Jenis Kelamin	Umur	Daerah Asal	Pekerjaan
1.	Pria	30	Jawa Barat	Pekerja Swasta
2.	Pria	22	Jawa Barat	Pekerja Swasta
3.	Wanita	46	Jawa Barat	Ibu Rumah Tangga
4.	Wanita	34	Jawa Barat	Pegawai Swasta
5.	Pria	27	Jawa Barat	Pekerja Swasta

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa ada kemungkinan positif mengenai motivasi konsumen. Berikut ini adalah hasil yang penulis akan rangkum dari hasil wawancara kelima narasumber tersebut yang disajikan dalam bentuk tabel dan persentase:

Tabel 1.3
Hasil Wawancara Singkat Dengan Kelima Responden Dalam Bentuk Persentase

Pertanyaan	Jawaban		Persentase
	Iya	Tidak	
Apakah anda sering mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut?	4	1	80 %
Apakah berniat untuk mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut lagi?	4	1	80 %
Apakah saat mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, anda merasa tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan di Kawasan tersebut?	5	0	100 %

Berdasarkan wawancara pada tabel di atas, orang-orang yang mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut pada pertanyaan pertama sebanyak sebanyak 4 dari 5 orang responden yang di wawancara, sering mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut dan 1 dari 5 orang responden menjawab tidak sering

mengunjungi kawasan ini. Pada pertanyaan kedua sebanyak 4 dari 5 orang responden menjawab berminat dalam mengunjungi kawasan ini dan 1 dari 5 orang responden menjawab tidak berminat dalam mengunjungi kawasan ini. Pada pertanyaan ketiga sebanyak 5 dari 5 orang responden yang di wawancara menjawab tertarik untuk membeli produk dari kawasan ini. Dari wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa banyak orang sering mengunjungi Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut. Selain itu, banyak orang juga yang merasa berniat untuk mengunjungi kawasan ini lagi dan merasa tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan di kawasan ini. Berdasarkan hasil wawancara di atas, terlihat bahwa motivasi konsumen memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* atau niat beli.

Namun, hasil wawancara di atas dengan kelima responden tidak dapat mewakili seluruh jawaban dari seluruh pengunjung Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut ini. Hal tersebut hanya untuk mendapatkan gambaran singkat mengenai fenomena yang sedang terjadi. Sehingga penulis memutuskan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan jumlah responden yang lebih banyak agar mendapatkan hasil yang maksimal dan akurat.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah apakah motivasi konsumen berpengaruh terhadap niat beli di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut?

Berdasarkan hal di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul:

“Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap *Purchase Intention* Pengunjung di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung”

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan Penulisan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen terhadap *purchase intention* pengunjung di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, khususnya mengenai motivasi konsumen dan *purchase intention*.

b. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan mempunyai kesamaan dalam menentukan topik penelitian.

1.5 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah Kawasan Setra Sepatu Cibaduyut yang berlokasi di daerah Selatan Kota Bandung, Jawa Barat. Kawasan ini menawarkan berbagai macam tempat perbelanjaan yang mempunyai kualitas

dan harga yang baik. Biasanya kawasan ini lebih padat pengunjung pada akhir pekan, hari libur dan hari besar lainnya.