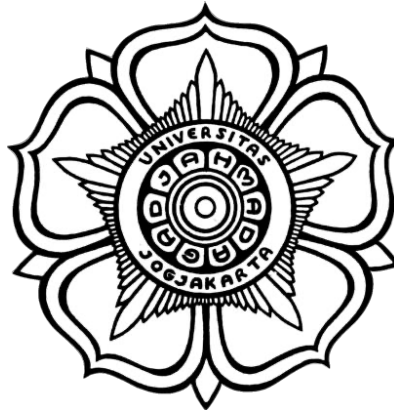


**PERSEPSI GEN Z TERHADAP PERUBAHAN FUNGI RUANG
PASAR PASCA REVITALISASI PASAR KRANGGAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh
gelar kesarjanaan S1 pada Program Studi Pembangunan Wilayah
Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada**



Oleh:

Agista Komaladewi

20/456508/GE/09269

**PROGRAM STUDI PEMBANGUNAN WILAYAH
DEPARTEMEN GEOGRAFI PEMBANGUNAN
FAKULTAS GEOGRAFI
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA**

2026

Persepsi Gen Z terhadap Perubahan Fungsi Ruang Pasar Pasca Revitalisasi Pasar Kranggan

Oleh
Agista Komaladewi
20/456508/GE/09269

INTISARI

Pasar tradisional merupakan salah satu jenis tempat belanja yang dapat dipilih oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kini, pasar tradisional mulai tergeser oleh jenis pasar lain yang bermunculan khususnya di kalangan generasi muda. Kondisi demikian mendorong perlunya upaya untuk menghidupkan kembali pasar tradisional melalui revitalisasi. Revitalisasi di Pasar Kranggan merupakan salah satu revitalisasi pasar yang berhasil karena dapat menarik generasi muda untuk mengunjungi Pasar Kranggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan revitalisasi yang terjadi di Pasar Kranggan serta bagaimana persepsi kalangan mudalah hal ini Generasi Z terhadap revitalisasi Pasar Kranggan.

Data yang digunakan dalam ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan survei kepada pengunjung pasar. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dan studi dokumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah campuran penelitian kualitatif dan kuantitatif atau *mixed method*. Profil perubahan Pasar Kranggan setelah revitalisasi diolah secara deskriptif kualitatif berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan studi dokumen. Persepsi konsumen Generasi Z diolah secara kuantitatif menggunakan skoring. Penentuan urutan faktor yang memengaruhi minat Generasi Z untuk mengunjungi Pasar Kranggan diolah secara kuantitatif menggunakan *analytical hierarchical process* (AHP).

Revitalisasi non-fisik di Pasar Kranggan berupa perubahan lantai 2 menjadi area kedai makanan pada tahun 2021 berhasil menarik Generasi Z untuk mengunjungi Pasar Kranggan. Selain itu, persepsi Generasi Z terhadap Pasar Kranggan setelah revitalisasi tergolong baik. Berdasarkan hasil AHP, tiga faktor yang memiliki kecenderungan tinggi untuk memengaruhi minat Generasi Z untuk berkunjung ke Pasar Kranggan adalah rasa, kebersihan, dan harga barang.

Kata Kunci: Pasar tradisional, revitalisasi, persepsi, generasi z

GEN Z PERCEPTIONS OF CHANGES IN TRADITIONAL MARKET SPATIAL FUNCTIONS AFTER THE REVITALIZATION OF KRANGGAN MARKET

By

Agista Komaladewi
20/456508/GE/09269

ABSTRACT

Traditional markets are one of the options of shopping venues people could choose. Nowadays, traditional markets are losing popularity, especially among the younger generation. This condition highlights the need to revitalize traditional markets. The revitalization of Kranggan Market is considered a successful example, as it has managed to attract the younger generation. This study aims to describe the revitalization of Kranggan Market and to explore how Generation Z perceives this revitalization.

The data used in this research consists of primary and secondary data. The method used in this research is a combination of qualitative and quantitative approaches (mixed method). The changes in Kranggan Market after revitalization were analyzed qualitatively based on the results of observations, interviews, and document studies. The perceptions of Generation Z consumers were processed quantitatively using scoring. The ranking of factors influencing Generation Z's interest in visiting Kranggan Market was analyzed quantitatively using the Analytical Hierarchical Process (AHP).

The non-physical revitalization at Kranggan Market successfully attracted Generation Z to visit the market. In addition, based on the survey results, the younger generation's perceptions of Kranggan Market after the revitalization were generally positive. According to the AHP results, the three main factors most likely to influence Generation Z's interest in visiting Kranggan Market are taste, cleanliness, and product prices.

Keywords: *Traditional market, revitalization, perception, Generation Z*