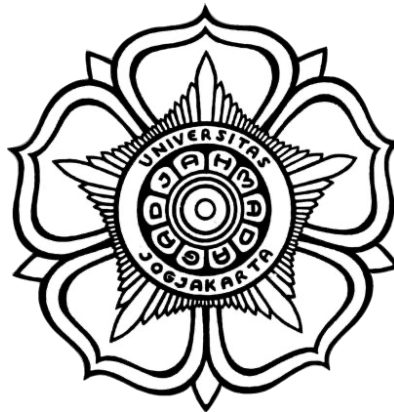


**PERSEPSI GEN Z TERHADAP PERUBAHAN FUNGI RUANG
PASAR PASCA REVITALISASI PASAR KRANGGAN**

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



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
INTISARI	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Tinjauan Pustaka	6
1.6.1 Pasar	6
1.6.2 Revitalisasi Pasar	6
1.6.3 Persepsi Konsumen	7
1.6.4 Kepuasan Konsumen.....	7
1.6.5 Generasi Z	8
1.6.6 Retribusi Pasar	8
1.7 Keaslian Penelitian.....	9
1.8 Kerangka Pemikiran.....	11
BAB II METODE DAN TEKNIK ANALISIS.....	13
2.1 Alat dan Bahan.....	14
2.2 Pemilihan Lokasi Penelitian.....	14
2.3 Data dan Variabel.....	15



2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	18
2.4 Teknik Penentuan Sampel.....	19
2.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	20
2.6 Batasan Operasional.....	22
BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN	24
3.1 Gambaran Umum dan Sejarah Singkat Pasar Kranggan	24
3.2 Batas Administrasi dan Letak Geografis Pasar Kranggan	27
3.3 Kondisi Fisik Wilayah	28
3.4 Kondisi Demografi.....	29
3.5 Kondisi Ekonomi	29
3.6 Kondisi Sosial Budaya.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Profil Perubahan Pasar Kranggan Setelah Revitalisasi.....	32
4.1.1. Revitalisasi Fisik	33
4.1.2. Revitalisasi Non-Fisik.....	39
4.1.3. Dampak Revitalisasi Terhadap Pedagang Pasar Kranggan	54
4.2 Persepsi Generasi Z terhadap Pasar Kranggan	62
4.2.1 Statistik Responden.....	64
4.2.2 Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	65
4.2.3. Analisis Persepsi Generasi Z terhadap Pasar Kranggan	67
4.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z untuk Mengunjungi Pasar Kranggan	87
4.3.1. Perhitungan Bobot Prioritas	87
4.3.2. Perhitungan <i>Consistency Index</i> dan <i>Consistency Ratio</i> Matriks <i>Pairwise</i>	90
4.3.3. Pembahasan Faktor Prioritas yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Mengunjungi Pasar Kranggan	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1. Kesimpulan	109
5.2. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111