

ABSTRACT

Modernity and globalization requires standardization in all aspects of human life, such as clothing, equipment and food. Besides beneficial effects of globalization, human character is also formed from a variety of cultural backgrounds different demands. From that there is appear to needs from consumer to be able to capture the different desires a variety of cultural backgrounds.

Therefore, this study goal is to identify whether there is a real correlation between the different cultural character and the preference of certain product design, in this case is formal shoes design. This study takes four cultural characters of different ethnic, there are Javanese, Batak, Minang and Sunda. Cultural characters from the four ethnics are identified using Hofstede Value Survey Module. The method for estimating consumer preference on design attributes of formal shoes is by using Conjoint Analysis - Hierarchical Bayesian. For the next step to analyze differences in the value of each attribute formal shoe design (partworth utility) is using One-Way ANOVA and the last step is to identify whether there is any correlation between culture dimensional character and consumer preferences on formal shoe design using Pearson correlation test.

The results indicate that there are differences in design preference attribute on the attributes toe, and the types of shoe on four ethnics. On the other hand cultural character such as Power Distance culture is correlated with the type attribute (Derby shoes and Slippers), Individualism and Masculinity is correlated with the color of the shoes and the type attribute (Quarter), and Long Term Orientation is correlated with the type attribute (Monkstraps shoes). However, from the simulation shows that there is no significant difference in ranking for four ethnics on simulated of profile formal shoes design.

Keywords: globalization, dimensional cultural character, design attributes, conjoint analysis, formal shoes, correlation.

INTISARI

Modernitas dan globalisasi menuntut adanya standarisasi di semua lini aspek kehidupan manusia, contohnya seperti pakaian, peralatan dan makanan. Namun tidak semua dampak globalisasi menguntungkan, disisi lain karakter manusia juga dibentuk dari beragam jenis latar belakang budaya yang berbeda-beda sehingga dengan demikian muncul tuntutan untuk dapat menangkap keinginan yang berbeda dari tiap konsumen di berbagai latar belakang budaya.

Untuk itu maka penelitian ini melakukan identifikasi apakah sebenarnya terdapat hubungan antara karakter budaya tertentu terhadap aspek desain produk yaitu sepatu formal. Penelitian ini mengambil empat karakter suku budaya yang berbeda yaitu Suku Jawa, Batak, Minang dan Sunda. Karakter budaya dari keempat suku tersebut diidentifikasi menggunakan *Value Survey Module* dari Hofstede. Sedangkan untuk mengestimasi atribut desain sepatu formal yang disukai oleh responden dengan menggunakan metode *Conjoint Analysis – Hierarchical Bayesian*. Untuk langkah selanjutnya dilakukan analisis perbedaan nilai kesukaan (*partworth utility*) tiap atribut desain sepatu formal dengan menggunakan ANOVA One-Way dan langkah terakhir yaitu mengidentifikasi apakah terdapat hubungan korelasi antara karakter dimensional budaya dengan nilai kesukaan atribut masing-masing suku dengan uji korelasi Pearson.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi desain atribut pada atribut *toe*, dan tipe jenis sepatu formal. Disisi lain karakter dimensional budaya seperti *Power Distance* berkorelasi dengan atribut tipe sepatu Derby dan Selop, *Individualism* dan *Masculinity* berkorelasi dengan atribut warna sepatu dan tipe *Quarter*, dan *Long Term Orientation* berkorelasi dengan atribut tipe sepatu Monkstraps. Namun pada hasil simulasi rangking *profil* desain sepatu formal oleh keempat suku menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan dalam perancangan produk sepatu formal tersebut.

Kata Kunci: globalisasi, karakter dimensional budaya, desain atribut, *conjoint analysis*, sepatu formal, korelasi.