

REPEAT PURCHASING PREFERENCES OF SCHOOL SHOES CUSTOMERS USING BINARY LOGISTIC REGRESSION IN KUTAI TIMUR REGENCY

Adi Setiawan¹, Panka Gumilang², Jerry Heikal³

^{1,2,3}Universitas Bakrie

Email : adi.ekling06@gmail.com¹, pankagumilang@gmail.com², jerry.heikal@bakrie.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi pembelian berkelanjutan dari pelanggan sepatu sekolah di Kabupaten Kutai Timur dengan menggunakan pendekatan regresi logistik biner. Dalam konteks ini, dua variabel independen yang diteliti adalah "ringan" dan "murah." Metode regresi logistik biner dipilih karena kemampuannya untuk menangani variabel dependen kategorikal, yaitu keputusan untuk pembelian berkelanjutan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara signifikan mempengaruhi keputusan untuk pembelian berkelanjutan, dengan koefisien regresi menunjukkan bahwa peningkatan atribut produk ini dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Perhitungan y pada penelitian ini menjelaskan jika Y atau Keputusan pembelian Kembali yaitu akan membeli kembali, Dimana konsumen ditawarkan dengan produk sepatu sekolah yang ringan (nilai 1) dan selanjutnya konsumen diberikan harga sepatu sekolah yang murah (nilai 1), sebaliknya Y yaitu tidak akan membeli kembali, jika konsumen ditawarkan sepatu sekolah yang tidak ringan atau berat (nilai 0) dan ditawarkan harga sepatu sekolah yang standar pasar dan mahal (nilai 0). Temuan ini memberikan wawasan penting bagi para pemangku kepentingan, seperti produsen dan pemasar, dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif yang berfokus pada atribut produk yang dianggap penting oleh konsumen. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya memahami perilaku konsumen dalam konteks keberlanjutan, yang semakin menjadi perhatian di era modern saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk studi lebih lanjut di bidang perilaku konsumen dan pemasaran berkelanjutan, serta berkontribusi pada pengembangan strategi yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen di masa depan.

Kata Kunci: Sepatu Sekolah, Pembelian Berkelanjutan, Keputusan Pembelian, Regresi Logistik Biner, Kutai Timur

Abstract

This study aims to analyze the sustainable purchasing preferences of school shoe customers in Kutai Timur Regency using a binary logistic regression approach. In this context, the two independent variables examined are "lightweight" and "inexpensive." The binary logistic regression method was chosen for its ability to handle categorical dependent variables, namely the decision for sustainable purchasing. The analysis results indicate that both variables significantly influence the decision for sustainable purchasing, with regression coefficients showing that an increase in these product attributes can enhance the likelihood of consumers making a purchase. The calculation of y in this study explains that if Y or the repurchase decision is to buy back, where consumers are offered a lightweight school shoe product (value 1) and then consumers are given a cheap school shoe price (value 1), otherwise Y is not going

to buy back, if consumers are offered school shoes that are not light or heavy (value 0) and are offered market standard and expensive school shoe prices (value 0). These findings provide important insights for stakeholders, such as producers and marketers, in designing more effective marketing strategies that focus on product attributes deemed important by consumers. Additionally, this study highlights the importance of understanding consumer behavior in the context of sustainability, which is increasingly becoming a concern in today's modern era. Therefore, this research is expected to serve as a reference for further studies in the fields of consumer behavior and sustainable marketing, as well as contribute to the development of strategies that are more responsive to consumer needs and preferences in the future.

Keywords: School Shoes, Sustainable Purchases, Purchase Decisions, Binary Logistic Regression, East Kutai

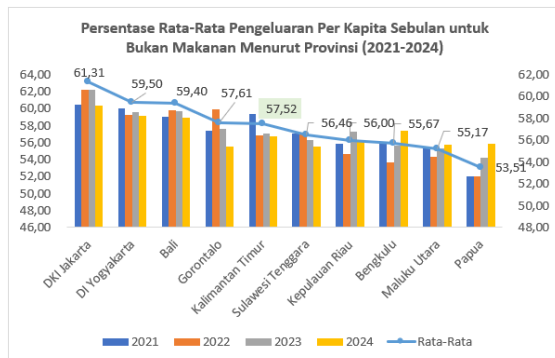
PENDAHULUAN

Istilah “Back to School” adalah istilah yang sering muncul di berbagai outlet-outlet ATK, Seragam Sekolah, Sepatu Sekolah, dsb. Tahun ajaran baru menjadi fenomena tahunan yang sering terjadi di orang tua, Dimana orang tua berlomba-lomba membeli kebutuhan sekolah anaknya, hampir semua aspek dari item pembelian dilakukan, salah satu yang menjadi perhatian kami adalah khususnya di Pembelian sepatu sekolah merupakan salah satu keputusan penting yang dihadapi oleh orang tua dan siswa setiap tahun ajaran baru. Sepatu sekolah tidak hanya berfungsi sebagai pelindung kaki, tetapi juga menjadi simbol identitas dan status sosial di kalangan siswa. Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian terhadap pembelian keberlanjutan dalam pembelian produk, termasuk sepatu sekolah, semakin

meningkat. Pembelian sepatu sekolah menunjukkan bahwa sepatu telah menjadi bagian integral dari kehidupan pelajar sejak lama. Pada awal abad ke-20, sepatu sekolah umumnya terbuat dari bahan yang sederhana dan fungsional. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, desain dan material sepatu sekolah mengalami perubahan signifikan. Kini, sepatu sekolah tidak hanya dituntut untuk nyaman dan tahan lama, tetapi juga harus memenuhi standar estetika dan kegunaan juga fungsi dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau.

Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik), Kalimantan Timur (Dimana di dalamnya adalah Kabupaten Kutai Timur) berada di peringkat 5 dari total 10 provinsi teratas di Indonesia dalam hal kategori Persentase Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Untuk Bukan Makanan di

Daerah Perkotaan Menurut Provinsi, 2021-2024.



Sumber Data Badan Pusat Statistik (2021-2024)

dari data ini dapat di gambarkan, pengeluaran rumah tangga dari Masyarakat Kalimantan Timur adalah 57.52% adalah bukan makanan. Kategori bukan makanan dalam hal ini bisa jadi adalah Biaya Pendidikan, Biaya Transportasi, Biaya Pajak, Biaya Perumahan, dan biaya lainnya. Biaya Pendidikan semakin tahun semakin meningkat, tidak luput pula kenaikan tersebut mendorong kenaikan biaya perlengkapan sekolah Dimana pada penelitian ini lebih dalam akan meneliti tentang Sepatu sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua semakin menyadari pentingnya investasi dalam pendidikan anak, termasuk dalam pemilihan sepatu sekolah yang berkualitas. Namun, meskipun ada peningkatan kesadaran, masih banyak orang tua yang terjebak dalam pilihan berdasarkan merek

atau harga tanpa mempertimbangkan aspek keberlanjutan.

Melalui kuesioner yang disebarakan kepada orang tua dan siswa, penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu sekolah. Beberapa faktor yang akan dianalisis meliputi kualitas produk, harga, merek, dsb. Dengan memahami preferensi ini, diharapkan produsen dan pemasar sepatu sekolah dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini juga berkontribusi pada literatur tentang perilaku konsumen. Dengan meningkatnya daya minat Masyarakat dan pembelian yang berkelanjutan (*repeat purchase*), penting bagi peneliti dan praktisi untuk memahami bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian Sepatu Sekolah ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan produk dan pemasaran yang lebih baik di masa depan.

Dengan fenomena “Back to School” yang selalu terjadi setiap tahunnya, dapat dipastikan bahwa ini bisa menjadi salah satu momen untuk para konsumen dan brand untuk berlomba meningkatkan

kualitasnya. Sehingga konsumen perlu mengetahui apa saja yang menjadi faktor-faktor kunci untuk dapat meningkatkan penjualan dari produk-produknya khususnya di item Sepatu sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait apa saja faktor-faktor kunci tersebut.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kutai Timur. Masyarakat di daerah ini terdiri dari berbagai latar belakang, termasuk orang tua yang memiliki anak-anak yang bersekolah. Penelitian ini berfokus pada pemahaman preferensi pembelian sepatu sekolah yang berkelanjutan di kalangan orang tua. Masyarakat Kab. Kutai Timur yang berjumlah 427.492 jiwa berdasarkan publikasi statistik tahun 2023 (BPS, 2023). Berdasarkan perhitungan sampel di atas, maka jumlah sampel yang dapat dijadikan responden dalam penelitian adalah sebesar (104) responden. Jumlah responden ini dipilih untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat mewakili populasi secara keseluruhan dan memberikan hasil yang valid dan reliabel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan probability sampling.

Kuesioner akan disebarakan kepada responden untuk mengumpulkan data mengenai preferensi pembelian sepatu sekolah yang berkelanjutan. Probability sampling dipilih untuk memberikan setiap anggota populasi kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai responden, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif binary logistic. Regresi Logistik Biner merupakan metode analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel dependen (y) yang memiliki kategori biner dengan variabel independen (x) yang bersifat polikotomus. Regresi logistik biner relatif mudah diterapkan dan dipahami. Hal ini menjadikannya pilihan yang baik untuk analisis awal atau ketika interpretasi model penting (Permanasari et al., 2024). Keluaran dari variabel terikat terdiri dari 2 jenis yang biasanya diartikan dengan $y = 1$ yang berarti sukses dan $y = 0$ yang artinya gagal.

Pertama penulis melakukan normalisasi data dari google questioners sebanyak 104 data konsumen di Kab. Kutai Timur menggunakan microsoft excel. Variable independent yang digunakan adalah usia (age), produk, design,

teknologi, kualitas, packaging, jaminan produk, tempat penjualan, biaya atau harga, promosi, physical dan frekuensi pembelian. Sementara variable dependennya, penulis memprediksi notasi 1 (satu) untuk prediksi pembelian berulang (renewal) dan notasi 0 (nol) tidak melakukan pembelian berulang. Data setelah dinormalisasi, kemudian running menggunakan SPSS untuk analisa regresi biner. Data dilihat yang paling signifikan dengan diindikasikan nilai dibawah 0.05. Setelah itu running kembali untuk data yang signifikan saja. Maka didapatkan variable independent yang signifikan terhadap variable dependen. Kemudian data tersebut diformulasikan menggunakan rumus dibawah ini:

$$y = \frac{1}{1 + \exp^{-(C+B_1X_1)+(B_2X_2)}}$$

Keterangan

Y = Variable dependen

C = Konstanta

β_1 = Beta konstanta Variable X1

β_2 = Beta konstanta Variable X2

X_i = Variable independen 1

X_2 = Variable independen 2.

Dengan menggunakan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

pembelian sepatu sekolah yang secara berkelanjutan (*repeat purchase*) di kalangan orang tua di Kutai Timur. Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis menggunakan regresi logistik biner untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi produsen dan pemasar dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan table di bawah, penulis menyajikan bahwa di bawah ini adalah data yang di Tarik berdasarkan hasil kuesioner yang di sebarakan :

Table 1. Variabel Dependen dan Variabel Independent

Variable Dependen	Variable Independent
Second Purchase or no	Age
	Nyaman dan Ringan (berbahan kain)
	Kuat dan tahan lama (berbahan kulit dan bertali)
	Model dan warna yg up to date
	Praktis (menggunakan magnet atau mudah lepas pasang)
	anti air
	Ergonomis atau flexible (nyaman dan menyesuaikan bentuk kaki)
	tahan lama
	Kualitas material (tahan lama dan tahan air)
	promosi
	Flexibilitas tinggi
	Keamanan baik (anti selip)
	Ramah lingkungan
	Berisi lengkap informasi produk
	Fungsional (mudah dibuka tutup dan terdapat ventilasi)
	kemasan menarik dan ringkas
	Jaminan cacat produk
	Sertifikasi dan standar yang baik
	Layanan pelanggan
	Marka terpercaya
	Shopee
	Tokopedia
	bukalapak
	Toko Sepatu
	Website online order
	Tiktok
	Murah
	Standar
	Mahal
	Diskon atau beli 1 gratis 1 atau plus souvenir
	Influencer (promosi dengan kerja sama artis terkenal)
	Email Blasting (pemasaran melalui email)
	WhatsApp Blasting (pemasaran melalui WhatsApp)
	iklan TV
	Testimoni pelanggan
	Rating Pelanggan
	Tersertifikasi
	Penghargaan

Tabel 2. Case Binary Logistic Regression

Case Processing Summary			
Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	104	89.7
	Missing Cases	12	10.3
	Total	116	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		116	100.0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

Source: Data Premier yang di proses oleh Penulis (2024)

Tabel 2 diatas menjelaskan hasil analisis dari pengolahan data program SPSS version 29 dengan binary logistic regression yang diperoleh dari database google quationers yang telah di isi oleh konsumen sepatu sekolah sebanyak 104 konsumen.

Tabel 3. Hasil Pengolahan SPSS Binary Logistic Pertama

Classification Table ^a				
Observed		Predicted		Percentage Correct
		2n Purchase 0	1	
Step 1	2n Purchase 0	22	20	52.4
	1	9	53	85.5
Overall Percentage				72.1

a. The cut value is .500

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a						
17 - 25 tahun	2.684	1.742	2.374	1	.123	14.647
26 - 35 tahun	1.696	1.466	1.337	1	.248	5.449
36 - 45 tahun	.891	1.467	.369	1	.543	2.438
46 - 55 tahun	1.413	1.500	.888	1	.346	4.109
Praktis (menggunakan magnet atau mudah lepas pasang)	-1.794	1.151	2.429	1	.119	.166
anti air	20.076	40192.905	.000	1	1.000	523612111.41
ringan	1.336	.532	6.315	1	.012	3.803
Kemudahan baik (anti selip)	-.459	.598	.588	1	.443	.632
Berisi lengkap informasi produk	.030	.462	.004	1	.947	1.031
kemasan menarik dan ringkas	.048	.545	.008	1	.930	1.049
Jaminan cacat produk	-.152	.699	.047	1	.828	.859
Layanan pelanggan	-.631	.681	.858	1	.354	.532
Tokopedia	.610	.662	.847	1	.357	1.840
bukalapak	1.619	1.002	2.611	1	.106	5.049
Toko Sepatu	.516	.799	.417	1	.518	1.675
Website online order	.145	.472	.094	1	.759	1.156
Tiktok	-19.486	40192.905	.000	1	1.000	.000
Murah	1.818	.731	6.189	1	.013	6.160
Constant	-3.431	2.076	2.731	1	.098	.032

a. Variable(s) entered on step 1: 17 - 25 tahun, 26 - 35 tahun, 36 - 45 tahun, 46 - 55 tahun, Praktis (menggunakan magnet atau mudah lepas pasang), anti air, ringan, Kemudahan baik (anti selip), Berisi lengkap informasi produk, kemasan menarik dan ringkas, Jaminan cacat produk, Layanan pelanggan, Tokopedia, bukalapak, Toko Sepatu, Website online order, Tiktok, Murah dan berkualitas.

Tabel 4. Hasil Pengolahan SPSS Binary Logistic Kedua

Classification Table ^a				
Observed		Predicted		Percentage Correct
		2n Purchase 0	1	
Step 1	2n Purchase 0	6	36	14.3
	1	1	61	98.4
Overall Percentage				64.4

a. The cut value is .500

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a						
ringan	1.126	0.456	6.091	1	0.014	3.083
Murah	1.195	0.608	3.863	1	0.049	3.305
Constant	-1.040	0.611	2.901	1	0.089	0.353

a. Variable(s) entered on step 1: ringan, Murah dan berkualitas.

Pada tabel classification table, berdasarkan hasil pengolahan kedua didapatkan bahwa jumlah konsumen yang tidak melakukan renewal/purchase diprediksi sebanyak $6+36 = 42$ konsumen, secara aktual yang tidak purchase sebanyak 6 konsumen. 36 konsumen yang seharusnya tidak renewal/purchase, tetapi menjadi renewal/purchase karena berbagai faktor. Kemudian terdapat jumlah konsumen yang diprediksi akan memilih untuk renewal/ purchase sebanyak $1+61 = 62$ konsumen, secara aktual yang memilih renewal/purchase sebanyak 61 pelanggan, sedangkan sebanyak 1 pelanggan yang seharusnya memilih renewal/purchase dikarenakan dari berbagai faktor sehingga pada akhirnya tidak jadi melakukan renewal/purchase. Nilai total overall percentage yang didapatkan dari hasil pengolahan analisis n dengan SPSS binary logistic regression kedua ini menjadi sebesar

64.4% dimana angka tersebut berbeda dengan hasil yang pertama yaitu 72.1% (Tabel 3).

Pada tabel variables in the question, berdasarkan hasil pengolahan kedua menjelaskan tentang nilai signifikan dari variabel independent yang digunakan serta hasil nilai constant -1.040 yang didapat untuk digunakan dalam perhitungan pembuktian menggunakan formula yang sudah ditetapkan untuk penelitian ini. Sesuai dengan ketentuan yang ada, bahwa variable yang valid untuk digunakan selanjutnya adalah variable dengan nilai sig. < 0.05 . Jika dilihat untuk variable Ringan serta Murah dan berkualitas memiliki nilai sig. dibawah nilai < 0.05 sehingga untuk variable-variable tersebut dapat digunakan untuk proses penelitian selanjutnya. Nilai sig. untuk masing-masing variable independent tersebut adalah Ringan = 0,014 serta Murah dan Berkualitas = 0,049. Berikut penjelasan terkait tabel variables in the equation tersebut :

- Koefisien (B)
 - o Ringan : 1.126
 - o Murah dan Berkualitas : 1.195
 - o Constant : -1,040

Koefisien ini menunjukkan pengaruh masing-masing variabel terhadap log-odds

dari variabel dependen. Nilai positif pada "ringan" dan "Murah" menunjukkan bahwa peningkatan pada kedua variabel ini akan meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian berkelanjutan. Sebaliknya, nilai negatif pada "Constant" menunjukkan bahwa jika semua variabel independen bernilai nol, Koefisien positif menunjukkan bahwa jika variabel "ringan" meningkat, kemungkinan preferensi pembelian berkelanjutan juga meningkat.

- Standard Error (S.E.)
 - o Ringan: 0.456
 - o Murah dan berkualitas: 0.608
 - o Constant: 0.611

Kesalahan standar mengukur ketepatan estimasi koefisien. Nilai yang lebih kecil menunjukkan estimasi yang lebih akurat.

- Statistik Wald
 - o Ringan : 6.091
 - o Murah dan Berkualitas : 3.863
 - o Constant: 2.901

Statistik Wald digunakan untuk menguji signifikansi koefisien. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap variabel dependen.

- Derajat Kebebasan (df)

Semua variabel memiliki $df = 1$, yang umum dalam analisis regresi ketika menguji satu parameter.

- Signifikansi (Sig.)
 - o ringan: 0.014 signifikan pada tingkat $\alpha = 0.05$ karena nilai $p < 0.05$.
 - o Murah dan berkualitas: 0.049 juga signifikan pada tingkat $\alpha = 0.05$.
 - o Constant: 0.089 tidak signifikan pada tingkat $\alpha = 0.05$ karena nilai $p > 0.05$.
- Odds Ratio (Exp(B))
 - o ringan: 3.083 odds meningkat sebesar 3.083 kali.
 - o Murah dan berkualitas: 3.305 odds meningkat sebesar 3.305 kali.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel independen ("ringan" dan "Murah") memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemungkinan terjadinya Keputusan pembelian berkelanjutan yang diprediksi dalam model regresi logistik biner ini. Ini berarti bahwa produk yang dianggap ringan dan murah cenderung lebih mungkin untuk dibeli oleh

konsumen dibandingkan dengan produk lain yang tidak memenuhi kriteria tersebut.

Hasil nilai dari variabel-variabel tersebut, proses dilanjutkan dengan perhitungan pembuktian dengan konstanta Y. Nilai dari masing-masing variabel independent yang akan digunakan dalam formula Y adalah nilai pada kolom B. Sedangkan untuk dengan formula Y yang dimaksud sebagai contoh untuk perhitungan selanjutnya adalah sebagai berikut:

$$y = \frac{1}{1 + \exp(-(C + B1X1) + (B2X2))}$$

$$Y = \frac{1}{1 + \exp(-(-1,040) + (1,126 \times X1) + (1,195 \times X2))}$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian kembali

Xi = Ringan

X2 = Murah

Perhitungan y pada penelitian ini menjelaskan jika Y atau Keputusan pembelian Kembali yaitu akan membeli kembali, Dimana konsumen ditawarkan dengan produk sepatu sekolah yang ringan (nilai 1) dan selanjutnya konsumen diberikan harga sepatu sekolah yang murah (nilai 1), sebaliknya Y yaitu tidak akan membeli kembali, jika konsumen ditawarkan sepatu sekolah yang tidak

ringan atau berat (nilai 0) dan ditawarkan harga sepatu sekolah yang standar pasar dan mahal (nilai 0).

Dari hasil dan pembahasan diatas, direkomendasikan kepada Produsen Sepatu Sekolah di Kab. Kutim untuk dapat menawarkan produk Sepatu sekolah yang masif dengan design strategi sedemikian rupa terhadap 7 konsumen (6,7 %) yang diprediksi akan tidak melakukan renewal/purchase. Produsen Sepatu Sekolah harus memiliki strategi untuk dapat mendapatkan potensi dari customer renewal/purchase tersebut. Perusahaan dapat menawarkan value proposition yang sesuai dengan variabel yang telah dihasilkan pada penelitian ini. Misalnya perusahaan dapat menawarkan produk kepada konsumen dengan teknologi Sepatu sekolah yang lebih ringan untuk pembelian produk Sepatu sekolah. Sementara untuk harga murah dan berkualitas sangat perlu di tawarkan ke para konsumen pembeli Sepatu sekolah di Kab. Kutai Timur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa preferensi pembelian berkelanjutan dari pelanggan sepatu sekolah di Kabupaten Kutai Timur dipengaruhi secara signifikan oleh dua variabel utama: "ringan" dan "murah". Dengan menggunakan

pendekatan regresi logistik biner, ditemukan bahwa kedua variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian berkelanjutan. Artinya, sepatu yang lebih ringan dan terjangkau cenderung lebih diminati oleh konsumen. Analisis menunjukkan bahwa peningkatan atribut produk ini dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi produsen dan pemasar dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan fokus pada atribut produk yang dianggap penting oleh konsumen. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya memahami perilaku konsumen dalam konteks keberlanjutan, yang semakin menjadi perhatian di era modern saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk studi lebih lanjut di bidang perilaku konsumen dan pemasaran berkelanjutan, serta berkontribusi pada pengembangan strategi yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen di masa depan.

Adapun strategi yang dapat kami tawarkan untuk dilakukan oleh produsen Sepatu adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan Produk Ringan dan Terjangkau

Fokus pada pengembangan sepatu yang lebih ringan dengan menggunakan bahan yang inovatif namun tetap terjangkau. Ini dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen yang mengutamakan kenyamanan dan harga.

2. Promosi Nilai Tambah

Menekankan nilai tambah dari produk seperti kenyamanan dan harga yang kompetitif dalam kampanye pemasaran. Menggunakan media sosial dan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

3. Segmentasi Pasar

Mengidentifikasi segmen pasar yang lebih sensitif terhadap harga dan kenyamanan, seperti keluarga dengan anak-anak usia sekolah, dan menargetkan mereka dengan penawaran khusus.

4. Kemitraan dengan Sekolah

Membangun kemitraan dengan sekolah-sekolah untuk menawarkan produk secara langsung kepada siswa dan orang tua, mungkin melalui program diskon atau paket pembelian.

5. Feedback Konsumen

Mengumpulkan umpan balik dari konsumen untuk terus meningkatkan produk dan layanan, memastikan bahwa

produk tetap relevan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.

Dengan strategi ini, produsen dapat meningkatkan daya saing dan memastikan bahwa produk mereka memenuhi harapan konsumen dalam hal keberlanjutan dan nilai.

DAFTAR PUSTAKA

- Smith, J., & Jones, A. (2019). Consumer Preferences for Sustainable Products: A Study in the United States. *Journal of Consumer Research*, 45(3), 456-472.
- Rahman, F., et al. (2020). The Gap Between Awareness and Action in Sustainable Purchasing: Evidence from Indonesia. *International Journal of Sustainable Development*, 12(1), 34-50.
- Badan Pusat Statistik (2024). *Statistik Indonesia*
- Akinwande, A. A., et al. (2018). Factors Influencing Farmers' Adoption of Sustainable Agricultural Practices: Evidence from Nigeria. *Journal of Agricultural Science*, 10(5), 123-135.
- Kahn, M., et al. (2019). Consumer Preferences for Eco-Friendly Products: A Logistic Regression

- Analysis. *Journal of Consumer Research*, 46(2), 234-250.
- MacQueen, J. (1967). Some Methods for Classification and Analysis of Multivariate Observations. *Proceedings of the Fifth Berkeley Symposium on Mathematical Statistics and Probability*, 1, 281-297.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Erwan Hendrawan, Dzaki Zakaria, Elja Salwa, Jerry Heikal. (2024) Customer Renewal Prediction for Motor Vehicle Insurance Using Binary Logistic Regression in PT XYZ Insurance Innovative: *Journal Of Social Science Research*, 4(6), 2024.
- Kurniawan, H., Julian, A., Givianty, V. T., & Heikal, J. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Take Home Credit Menggunakan Binary Logistic Regresi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6).
- Watugilang, A., & Heikal, J. (2024). Pengaruh Kualitas Jasa Servis terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Servis Kalibrasi Alat Survey Geomatika di Jakarta dengan Binary Logistic Regression. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(4).
- Dewi, P., Aulia, R. N., Taufiqillah, R., & Heikal, J. (2024). Customer Churn Prediction for Life Insurance Using Binary Logistic Regression. *Economic Reviews Journal*, 3(3).
- Faisal, F., Ratna Sari, I., Saraswati, I., & Heikal, J. (2024). Analisis Pengaruh Karakteristik Produk terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan menggunakan Metode Regresi Logistik Biner. *AKADEMIK, Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3).
- Pangestuti, I., & Heikal, J. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Tomoro dengan Menggunakan Regresi Biner Logistik untuk Menentukan Strategi Pemasaran yang Tepat. *Ranah Research, Journal Of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5).
- Ferli, I., Waskita, R. M. A., Fahrizal, R. R., & Heikal, J. (2024). Binary Logistic Regression Methodology To Determine The Factors That Influence The Decision To Open A Siginjai Savings Account At Bank XYZ. *Journal on Education*, 7(1).

Syarah, I. S., & Heikal, J. (2024). Analyzing the Use of Klik XYZ Application by Members of Koperasi XYZ with the Binary Logistic Regression Method. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3).

Permanasari, R., Chandra, R. A., Fitriansyah, A., & Heikal, J. (2024). Analisa Efektivitas Kampanye Iklan Digital Terhadap Minat Pasar Pada Program Pelatihan Renang Club Biathlon Dengan Metode Binary Logistic Regression. *Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 8(4).