

ABSTRACT

This research is a qualitative research that aims to dig deeper background motifs that consumers in the purchase and use Nikon DSLR cameras in the city of Surabaya.

In this study fieldwork object used is a member of a community of photography in the city of Surabaya named KOPI SUSU. The research was restricted to community members who only use Nikon digital SLR cameras, and uses the concept of "hierarchy of needs" Maslow. Source data used are the primary data through interviews in depth (depth interviews) with eight informants selected in accordance with predetermined characteristics. Using non-probability sampling technique of sampling by judgmental sampling.

Processing the primary data using open coding, axial coding and selective coding. From the results of the primary data processing through the steps it can be discovered five travel motive is the reason consumers buy and use a Nikon DSLR cameras are physiological motives, motives of safety and security needs, social motives, motives of ego and self-actualization motives.

Keywords: Motive, Maslow's Hierarchy of Human Needs.



INTISARI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggali lebih dalam motif yang melatar belakangi konsumen dalam membeli dan menggunakan kamera Nikon DSLR di kota Surabaya.

Dalam penelitian ini objek penelitian yang digunakan adalah anggota dari sebuah komunitas fotografi di kota Surabaya yang bernama KOPI SUSU. Penelitian ini dibatasi pada anggota komunitas yang hanya menggunakan kamera DSLR Nikon, dan menggunakan konsep “hierarki kebutuhan” Maslow. Sumber data yang digunakan adalah data primer melalui wawancara secara mendalam (*depth interview*) dengan delapan informan yang dipilih sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan. Menggunakan teknik pengambilan sampel non probability sampling dengan cara judgemental sampling.

Pengolahan data primer menggunakan *open coding*, *axial coding* dan *selective coding*. Dari hasil pengolahan data primer melalui langkah-langkah tersebut dapat diketahui lima motif wisata yang menjadi alasan konsumen membeli dan menggunakan kamera DSLR Nikon yaitu motif fisiologis, motif butuhan keselamatan dan keamanan, motif sosial, motif ego dan motif aktualisasi diri.

Kata kunci : Motif, Hierarki Kebutuhan Maslow.