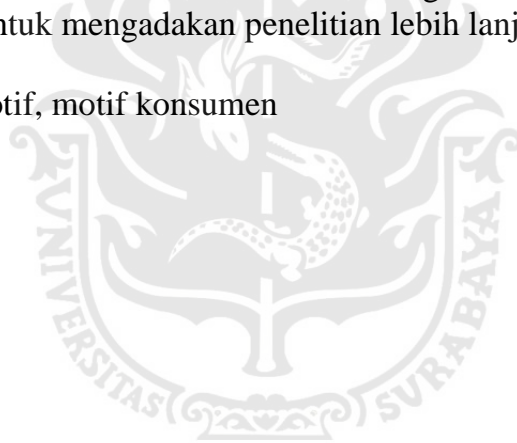


INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam 8 elemen motif konsumen untuk dipetakan kedalam 16 motif permodelan Mc.Guire sehingga dapat diketahui motif dominan yang mendorong konsumen membeli dan menggunakan iPhone di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode eksploratori. Penelitian ini menggunakan sampel dengan karakteristik yaitu informan minimal telah membeli dan menggunakan iPhone dalam waktu 1 bulan, dengan usia minimal 17 tahun, dengan tingkat pendidikan minimal SMA atau sederajat dan bertempat tinggal di Surabaya. Jumlah informan yang diambil sebanyak 7 orang informan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa motif yang paling mendominasi informan dalam membeli dan menggunakan iPhone di Surabaya adalah motif *Objectification*, diikuti motif *utilitarian*, motif *Exploration*, dan motif *Reinforcement*. Manfaat penelitian ini yaitu memberikan informasi mengenai motif-motif konsumen dalam membeli dan menggunakan iPhone di Surabaya sehingga dapat memberikan masukan bagi semua pihak sebagai bahan pertimbangan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

Kata kunci: motif, motif konsumen



ABSTRACT

This research can be use to explore the 8 elements of consumers' motives to be mapped into 16 models that can be known Mc Guire dominant motive which encourages consumers to buy and use the iPhone in Surabaya. This study uses a qualitative approach, using methods of exploration. This study uses characteristics of samples with minimal informant has acquired and used within one month, with a minimum of 17 years of age with a minimum level of education of high school or equivalent and living in the city of Surabaya. Number of respondents were made, how many people 7 informer.

Find indicates that the reason for informants more dominant in the purchase and use of the iPhone in Surabaya is Objectification motive, followed by utilitarian reasons, reasons of exploration, and the reason for reinforcement. The benefits of this research is to provide information on the reasons for consumers to buy and use the iPhone in Singapore with the purpose of providing information to all parties, in return for future research.

Keywords: motive, consumer motive

