

INTISARI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggali lebih dalam *Motif* yang melatarbelakangi konsumen dalam mengonsumsi yoghurt di Red Mango Surabaya. Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah konsumen dari yoghurt Red Mango Surabaya pada tenan yang berada di Tunjungan Plaza Surabaya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam memastikan responden yang diteliti dapat menunjukkan motif yang dapat dianggap sebagai keseluruhan konsumen Red Mango Surabaya dengan menggunakan konsep *Motif* oleh *Dr Abraham Maslow*. Sumber data yang digunakan adalah data primer melalui wawancara secara mendalam (*depth interview*) dengan tujuh orang informan yang telah dipilih sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan, menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan cara *judgmental sampling*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *open coding*, *axial coding* dan *selective coding*.

Dari hasil pengolahan data primer melalui langkah tersebut dapat diketahui bahwa tipe *Motif* yang paling dominan adalah Kebutuhan Sosial, tipe peringkat kedua adalah Kebutuhan Keselamatan dan Keamanan, tipe peringkat ketiga adalah Kebutuhan Fisiologis, tipe peringkat keempat adalah Kebutuhan Ego, sedangkan untuk tipe Kebutuhan akan Aktualisasi Diri dari ketujuh orang informan, tidak satu pun yang memiliki *Motif* Kebutuhan akan Aktualisasi Diri.

Kata kunci : *Motif*, Kebutuhan Sosial, Kebutuhan Keselamatan dan Keamanan, Kebutuhan Fisiologis, Kebutuhan Ego, Kebutuhan akan Aktualisasi Diri.

ABSTRACT

This research is a qualitative study that aims to dig deeper motives background on consumers to consumption Red Mango yoghurt in Surabaya. In this study an object that is consumers in Red Mango yoghurt where place in Plaza Tunjungan.

This study was limited in to make sure the objects in the research that is show the motives which represent all of the consumers Red Mango yoghurt in Surabaya and using the concept of motive by Dr. Abraham Maslow. Source data used are primary data through in-depth interviews with seven informants who have been selected according to predetermined characteristics, using nonprobability sampling techniques use the judgmental way. Processing the data in this study using open coding, axial coding, and selective coding.

From the results can be seen that types of the most dominant motif is the Social Needs, second motives types is the Safety and Security Needs, third motives types is the Physiological Needs, fourth motives types is the Ego Needs, whereas for motives types Need for Self-actualization of the seven informants, none of which has Need for Self-actualization motives.

Keywords: Motives, Social Needs, Safety and Security Needs, Physiological Needs, Ego Needs, Need for Self-actualization.