

ABSTRAK

MOTIVASI KONSUMEN MEMBELI KUBIS SEGAR DI PASAR PASIR GINTUNG BANDAR LAMPUNG

Oleh

Paramita Wisnuwardhani

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi, motivasi dan hubungan persepsi dengan motivasi, sikap dan hubungan motivasi dengan sikap konsumen dalam membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung. Pengambilan data dilakukan di Pasar Pasir Gintung Bandar Lampung. Penelitian dilakukan pada bulan Februari sampai dengan Maret 2014. Jumlah sampel penelitian sebanyak 60 orang responden diambil dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Data penelitian dianalisis menggunakan korelasi *Rank Spearman*, serta analisis deskriptif kuantitatif dan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi, motivasi, dan sikap konsumen dalam membeli kubis termasuk kriteria tinggi. Faktor-faktor internal (pengetahuan, kebiasaan, keinginan, kebutuhan, dan pendapatan) dan faktor-faktor eksternal (harga, warna, kesegaran, ketersediaan, daya simpan, kebersihan kubis, keamanan kubis, pelayanan pasar dan kenyamanan pasar) berhubungan nyata dengan persepsi konsumen dalam membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung. Persepsi konsumen berhubungan nyata dengan motivasi, sedangkan motivasi konsumen berhubungan nyata dengan sikap konsumen dalam membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung.

Kata kunci: kubis, motivasi, persepsi, dan sikap