

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menjelaskan bagaimana motivasi konsumen terhadap suatu produk. Perusahaan yang memahami konsep motivasi konsumen dalam memilih suatu produk yang ditawarkan, akan dapat memenuhi serta memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen menjadi pelanggan yang loyal.

Dalam penelitian ini, produk yang diteliti adalah komputer rakitan dan penelitian ini hanya ditujukan pada konsumen mahasiswa di Yogyakarta.

Kuesioner digunakan sebagai data primer dan didukung oleh data sekunder yang diperlukan, baik melalui literatur maupun jurnal. Penelitian ini menggunakan analisis rata-rata dan anova. Analisis rata-rata digunakan untuk mengetahui variabel motivasi yang paling dominan. Sedangkan anova digunakan untuk menguji apakah ada perbedaan motivasi konsumen dalam memilih komputer rakitan berdasarkan uang saku/penghasilan.

Hasil dari penelitian ini adalah harga merupakan motivasi konsumen yang paling dominan dalam memilih komputer rakitan dan ada perbedaan motivasi konsumen dalam memilih komputer rakitan berdasarkan uang saku/penghasilan.

Kata Kunci : Motivasi, Analisis Rata-rata, Anova dan Harga