

ABSTRAK

Nama Mahasilswa: Rudy

Skripsi

Analisis Motivasi, Persepsi, Sikap dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Anjing Mini Pom Di Surabaya

Banyak binatang peliharaan yang digemari oleh manusia, diantaranya adalah anjing. Dimana anjing dianggap sebagai salah satu sahabat atau teman manusia yang paling setia. Bagi beberapa manusia, anjing merupakan sesuatu hal yang penting dan tidak dapat ditinggalkan kemanapun mereka pergi. Memelihara anjing peliharaan, bukan hanya sekedar semata-mata hanya sebatas hubungan antara manusia dan binatang peliharaan saja, melainkan ada nilai tersendiri yang tidak dapat dijelaskan atau dipahami secara sederhana. Di dalam penelitian ini, prosedur penelitian yang digunakan penulis adalah dengan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan proses wawancara kepada 10 narasumber agar mencapai jawaban yang lebih dalam. Hal ini dilakukan penulis dengan tujuan untuk menggali psikologi konsumen dalam memilih anjing Mini Pom di Surabaya. Langkah yang digunakan yaitu *open coding* dimana peneliti menganalisis teks dan kemudian meringkasnya dengan memberi label berupa kode. Peneliti juga mengukur gaya hidup seseorang yang diwujudkan dalam psikologi narasumber dengan menggunakan teknik dimensi *AIO*. Hasil yang diperoleh penulis dalam penelitian ini adalah bahwa seseorang pada umumnya memiliki binatang peliharaan telah menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dijelaskan dan digambarkan secara sederhana. Hampir semua narasumber memilih anjing Mini Pom dikarenakan narasumber memiliki *emotional velevu* tersendiri terhadap anjing Mini Pom.

Kata kunci : Motivasi, Persepsi, Sikap dan Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, Anjing Mini Pom

ABSTRACT

Name: Rudy

Thesis

Analysis Of Motivation, Perception, Attitude and Consumer Confidence In Purchasing Mini Pom Dogs In Surabaya

Many pets are favored by humans, including the dog. Where the dog is considered as one of the companions or humans most loyal friend. For some people, the dog is something that is important and can not be left wherever they go. Maintaining a pet dog and not just merely limited to the relationship between humans and pets only, but there is no value of its own that can not be explained or understood simply. In this study, the research procedure used by the author is the descriptive qualitative research with interviews with 10 informants process in order to achieve a more extensive answer. This is accomplished author with the aim to explore the psychology of consumers in choosing Dog Mini Pom in Surabaya. Measures used open coding where researchers analyzed the text and then summarize the label in the form of a code. Researchers also measure a person's lifestyle is embodied in psychology sources by using the technique of AIO dimensions. The results obtained by the author in this study is that one generally having a pet has become a necessity that can not be simply explained and illustrated. Almost all the speakers chose dogs because Mini Pom speaker has its own emotional value to dogs Mini Pom.

Keywords: Motivation, Perception, Attitudes and beliefs Consumer Purchase Decision, Dog Mini Pom