

**MOTIVASI KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH-BUAHAN  
BERDASARKAN JENIS PASAR  
DI KOTA PONOROGO PROVINSI JAWA TIMUR**

*Motivation Consumers To Buy Fruits Based On The Type Of Market In Ponorogo,  
East Java*

**Diah Ayu Cahya Ningrum  
Diah Rina Kamardiani/Widodo  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine consumer profiles, consumer motivation, and the relationship of consumer profiles with consumer motivation in buying fruits in traditional markets and modern markets in Ponorogo City. Determination of this location was done purposively at Laris Manis Fruit Kiosk and Hypermart Ponorogo City Center in Ponorogo City. Sampling in this study used quota sampling and accidental sampling with a number of 90 respondents where each place was 45 respondents. Data collection techniques using questionnaires, interviews, and observations were then analyzed descriptively and Rank Spearman. The profile of consumers who buy fruits in both places is dominated by female consumers aged 32-43 years, and in the modern market consumers aged 44-55 years because older consumers will tend to shop in modern markets, with high school education to undergraduate, the majority work as an entrepreneur, and have high income. The results of the study of 90 consumers showed that the motivation of consumers in both places was in the motivated category. The motivation of fruit kiosk consumers in the highly motivated category comes from the price variable and fruit diversity. While the motivation of modern market consumers is in the highly motivated category derived from service and time efficiency. The correlation values of consumers' age, education, and income profiles are related to maintenance factors and motivation factors at fruit kiosks higher than modern markets.*

***Keywords:*** Fruit Kiosk, Modern Market, Consumer Profile, Consumer Motivation.

## INTISARI

### **MOTIVASI KONSUMEN DALAM MEMBELI BUAH-BUAHAN BERDASARKAN JENIS PASAR DI KOTA PONOROGO PROVINSI JAWA TIMUR (Skripsi dibimbing oleh DIAH RINA KAMARDIANI & WIDODO).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil konsumen, motivasi konsumen, dan hubungan profil konsumen dengan motivasi konsumen dalam membeli buah-buahan di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Ponorogo. Penentuan lokasi ini dilakukan secara purposive di Kios Buah Laris Manis dan Hypermart Ponorogo City Center di Kota Ponorogo. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *quota sampling* dan *accidental sampling* dengan jumlah 90 responden dimana masing-masing tempat sebanyak 45 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, dan observasi kemudian dianalisis dengan deskriptif dan *Rank Spearman*. Profil konsumen yang membeli buah-buahan di kedua tempat didominasi oleh konsumen perempuan berusia 32-43 tahun, dan pada pasar modern konsumen berusia 44-55 tahun dikarenakan konsumen yang berusia lebih tua akan cenderung berbelanja ke pasar modern, dengan pendidikan SMA hingga sarjana, mayoritas bekerja sebagai wiraswasta, dan memiliki pendapatan tinggi. Hasil penelitian terhadap 90 konsumen menunjukkan bahwa motivasi konsumen di kedua tempat berada pada kategori termotivasi. Motivasi konsumen kios buah berada pada kategori sangat termotivasi berasal dari variabel harga dan keberagaman buah. Sedangkan motivasi konsumen pasar modern berada pada kategori sangat termotivasi berasal dari pelayanan dan efisiensi waktu. Nilai korelasi profil konsumen usia, pendidikan, dan pendapatan berhubungan dengan *maintenance factors* dan *motivation factors* di kios buah lebih tinggi dibandingkan dengan pasar modern.

**Kata kunci:** Kios Buah, Pasar Modern, Profil Konsumen, dan Motivasi Konsumen.