

ABSTRAK

Penulis mengadakan penelitian tentang “ANALISIS MOTIVASI PEMENUHAN KEBUTUHAN KONSUMEN DI MALL MALIOBORO JOGJAKARTA” (Berdasarkan Jenjang Kebutuhan Maslow), dikarenakan untuk mengetahui yang pertama, untuk mengetahui hubungan antara karakteristik konsumen dengan variabel motivasi (berdasarkan Maslow) didalam pemenuhan kebutuhan konsumen di Mall Malioboro. Kedua untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara masing-masing variabel karakteristik konsumen dengan variabel motivasi (berdasarkan Maslow) dalam pemenuhan kebutuhan konsumen di Mall Malioboro. Ketiga untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam pemenuhan kebutuhan di Mall Malioboro Yogyakarta. Penelitian ini ditujukan bagi konsumen yang berbelanja di Mall Malioboro dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemenuhan kebutuhan konsumen di Mall Malioboro Yogyakarta berdasarkan jenjang kebutuhan Maslow (Kebutuhan dasar atau fisiologis, Kebutuhan keamanan dan keselamatan, Kebutuhan milik dan kecintaan (sosial), Kebutuhan penghargaan, dan Kebutuhan aktualisasi diri). Rumusan Hipotesis adalah *Gender*, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan tingkat pendapatan mempunyai pengaruh dengan variabel motivasi seperti pemenuhan kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri dalam melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen di Mall Malioboro. Kedua *gender*, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan tingkat pendapatan mempunyai hubungan yang erat dengan motivasi pemenuhan kebutuhan konsumen di Mall Malioboro yaitu: kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Ketiga faktor yang paling dominan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan konsumen di Mall Malioboro adalah faktor ingin memenuhi kebutuhan penghargaan (*prestise*). Penulis menggunakan alat analisis untuk membuktikannya yaitu Chi Kuadrat. Berdasarkan analisa kualitatif dan analisa kuantitatif maka hipotesis penelitian terbukti. Semoga hasil penelitian ini berguna untuk menembah wawasan serta pengetahuan. Bagi Mall Malioboro, penelitian ini dapat dijadikan pedoman dalam menyusun strategi perusahaan.