

## INTISARI

Penelitian ini berjudul “Analisis Hierarki Proses untuk Menilai Motivasi Konsumen dalam Memenuhi Kebutuhan Rumah Tangga di Pasar Demangan, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memotivasi konsumen berbelanja di Pasar Demangan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang telah lama terjadi, seperti pengelolaan sampah yang belum maksimal serta lahan parkir yang sempit, yang sering menyebabkan kemacetan di sekitar pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Analisis Hierarki Proses (AHP).

Landasan kriteria perbandingan yang digunakan adalah konsep marketing mix 7P. Selain itu, teori Pilihan Rasional yang dikemukakan oleh Coleman digunakan untuk menganalisis hasil temuan, khususnya dalam memahami alasan konsumen tetap memilih berbelanja di Pasar Demangan meskipun terdapat berbagai permasalahan yang belum terselesaikan. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup, observasi, dan dokumentasi, dengan total 70 responden yang merupakan konsumen Pasar Demangan. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Formulir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor produk menjadi prioritas utama (18%), diikuti oleh tempat (17%) dan harga (15,30%). Faktor lain seperti proses, bukti fisik, orang, dan promosi tetap dibutuhkan, namun tidak menjadi dominan. Temuan ini memperkuat pandangan Coleman bahwa individu bertindak rasional untuk mencapai kepuasan tertinggi. Meskipun terdapat berbagai

permasalahan di Pasar Demangan, konsumen tetap memilih berbelanja di sana karena pasar tersebut dapat memenuhi kebutuhan utama mereka. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam perancangan dan evaluasi program sosial yang berkaitan dengan pasar tradisional, serta perumusan kebijakan revitalisasi pasar secara berkelanjutan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi dalam kajian Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan, khususnya terkait hubungan antara motivasi konsumen dan kebijakan sosial di sektor pasar tradisional.

Kata Kunci: Motivasi Konsumen; Pasar Tradisional; Analisis Hierarki Proses; Marketing Mix 7P; Revitalisasi Pasar

## ABSTARCT

This study is titled “Analytic Hierarchy Process to Assess Consumer Motivation in Fulfilling Household Needs at Demangan Market, Gondokusuman District, Yogyakarta City.” The objective of this research is to identify the factors that motivate consumers to shop at Demangan Market. The study is driven by longstanding issues such as inefficient waste management and limited parking space, which often causes traffic congestion around the market area. A quantitative approach was used, applying the Analytic Hierarchy Process (AHP) method.

The comparative criteria are based on the 7P marketing mix concept. Additionally, Rational Choice Theory by Coleman is employed to analyze the findings, particularly in understanding why consumers continue to shop at Demangan Market despite unresolved issues. Data collection was conducted through closed-ended questionnaires, observation, and documentation, with a total of 70 respondents who are consumers at Demangan Market. The data were gathered online using Google Forms.

The research findings show that the product factor is the top priority (18%), followed by place (17%) and price (15.30%). Other factors such as process, physical evidence, people, and promotion are still needed but are not dominant. These findings support Coleman's perspective that individuals act rationally to achieve maximum satisfaction. Despite the various issues at Demangan Market, consumers continue to shop there because it fulfills their essential needs. This research is expected to serve as a reference for the design and evaluation of social programs related to traditional markets, as well as for the

formulation of sustainable market revitalization policies. Furthermore, it is hoped to contribute to studies in Social Development and Welfare, especially in understanding the relationship between consumer motivation and social policy in the traditional market sector.

Keywords: *Consumer Motivation; Traditional Market; Analytic Hierarchy Process; Marketing Mix 7P; Market Revitalization*