

Leny Njoeddy (2004) *Persepsi Konsumen Laki-laki dan Konsumen Perempuan Terhadap Pub*. Skripsi Sarjana S-1. Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

## ABSTRAK

Beberapa tahun belakangan ini banyak bermunculan tempat-tempat hiburan baru. Hal ini dikarenakan masyarakat metropolis memiliki kebutuhan akan hiburan. Salah satu tempat dapat memenuhi kebutuhan tersebut adalah pub. Persepsi konsumen pada saat datang pertama kali ke sebuah pub sangatlah penting. Konsumen membuat keputusan dan bertindak berdasarkan persepsinya. Perbedaan konsumen yang paling mudah untuk dilihat adalah berdasarkan jenis kelaminnya. Berpangkal dari adanya perbedaan struktur jasmaniah tersebut, dalam pertumbuhan dan perkembangan selanjutnya laki-laki dan perempuan di dalam masyarakat dibentuk dan diarahkan secara berbeda, yang akhirnya menimbulkan karakteristik perilaku yang berbeda.

Bentuk penelitian ini adalah eksploratif kualitatif karena peneliti ingin melakukan penggalian informasi secara lebih mendalam tentang persepsi konsumen laki-laki dan konsumen perempuan terhadap pub. Subyek penelitian berjumlah enam orang dengan perincian tiga orang laki-laki dan tiga orang perempuan. Metode pengumpulan data utama yang digunakan adalah wawancara, ditambah dengan observasi yang tidak sistematis. Setelah data terkumpul dilakukan reduksi data kemudian analisis dan interpretasi data.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah persepsi konsumen laki-laki dan konsumen perempuan dalam memandang pub serta alasan untuk pergi ke pub tidaklah jauh berbeda. Konsumen laki-laki dan perempuan memandang pub sebagai tempat untuk *hang-out* dimana ditempat itu menyediakan minuman keras, *live music* dan tempat untuk berdisko. Pub juga dianggap sebagai tempat untuk menghilangkan stress. Untuk alasan pergi ke JJ's, baik konsumen laki-laki dan perempuan sama-sama dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor individual dan faktor karakteristik JJ's. Yang menjadi perbedaan adalah hambatan dan dampak negatif yang sering di terima oleh konsumen perempuan dari orang-orang disekitarnya ataupun dari masyarakat ketika mereka berkunjung ke pub. Konsumen laki-laki jarang sekali menerima hambatan ataupun dampak negatif yang diperolehnya dari masyarakat disekitarnya.

Kata kunci : persepsi, konsumen laki-laki, konsumen perempuan, pub, kualitatif.