

ABSTRAK

Pada saat ini, teknologi berkembang sangat cepat, salah satunya adalah transportasi darat, yaitu mobil. Mobil ini merupakan sarana yang sangat membantu dalam kehidupan manusia dan memudahkan manusia dalam melakukan suatu kegiatan, seperti mengangkut dan mengantar barang maupun untuk bepergian. Saat ini mobil masih dikategorikan sebagai kebutuhan tersier, artinya hanya orang-orang tertentu saja yang mampu untuk membelinya, karena harganya sangat mahal. Mobil yang dibeli oleh konsumen dapat mencerminkan gaya hidup dari konsumen tersebut. Semakin berkembangnya industri yang bergerak dalam bidang otomotif, khususnya mobil, menyebabkan adanya persaingan yang sengit diantara perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang industri tersebut, dan untuk memenangkan persaingan ini, para perusahaan tersebut perlu untuk mengetahui gaya hidup dari konsumen pada saat konsumen ingin membeli mobil.

Konsep yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah konsep gaya hidup menurut Assael. Konsep ini melihat gaya hidup sebagai suatu kehidupan dari orang-orang yang terbentuk dari tiga aspek, yaitu: aktivitas yang dilakukan untuk menghabiskan waktu, minat orang-orang yang kemudian menjadi hal yang penting dalam lingkungannya, dan pikiran orang-orang mengenai dirinya sendiri dan dunia disekelilingnya yang tertuang dalam berbagai pendapat.

Jenis penelitian yang digunakan adalah eksploratori, dimana penelitian ini merupakan sebuah penelitian awal yang dilakukan untuk mengklasifikasikan dan menentukan sifat masalah. Dalam mengukur gaya hidup digunakan pendekatan AIO. Dalam penyusunan penelitian ini dipergunakan data primer melalui wawancara langsung secara mendalam dengan responden. Dan yang menjadi target populasi adalah konsumen yang merupakan pembeli dan pemakai mobil Honda Odyssey di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *nonprobability sampling*, Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan adalah jenis *judgemental sampling*. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah panduan wawancara *in depth interview* (wawancara secara mendalam).

Setelah dilakukan penelitian terhadap masing-masing responden, maka ditemukan tiga segmen gaya hidup yang dominan dari masing-masing responden, yaitu: *the affluents*, *the achievers*, dan *the anxious*.