

## ABSTRAK

Dalam bisnis hiburan memiliki tingkat persaingan yang cukup ketat membuat NAV Karaoke Keluarga harus lebih memperhatikan keinginan dan selera konsumen, baik itu berupa fasilitas maupun kualitas dari layanannya misalnya jumlah kamar yang banyak, pelayanan yang ramah, tersedianya berbagai macam jenis lagu. Jika seluruh fasilitas yang disediakan dapat berfungsi dengan baik maka hal ini akan menjadi alternatif utama dalam pengambilan keputusan konsumen. Permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi bahwa sebagian besar pelanggan mempersepsikan harga NAV karaoke masih relatif mahal.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah *conclusive research* dengan target populasi yang digunakan adalah responden yang pernah berkunjung ke NAV karaoke RMI Kebon Bibit di Surabaya. Karakteristik populasi yang digunakan adalah responden yang menggunakan jasa NAV karaoke RMI Kebon Bibit di Surabaya dalam enam bulan terakhir yang berdomisili di Surabaya. Model penelitian yang digunakan adalah regresi linier dan *chow test* dengan pengujian statistik yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji F, uji t dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan variabel bebas pendapatan yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel permintaan NAV karaoke dan ada perbedaan pengaruh antara pendapatan terhadap permintaan jasa NAV saat harga Rp35.000,- dan pada saat harga Rp45.000,-. Berdasarkan penelitian ini maka kebijakan penetapan harga NAV karaoke perlu mempertimbangkan kualitas jasa karena kebijakan harga disatu sisi, harga yang murah dapat dijangkau banyak lapisan konsumen, namun disisi lain, harga murah sering diidentifikasi dengan kualitas yang buruk. Bila NAV karaoke menaikkan harga karena kenaikan biaya-biaya, maka perlu diiringi dengan peningkatan layanan diantaranya dengan memberdayakan karyawan yang berkualitas dan fasilitas fisik (*sound system*, ruang karaoke) yang lebih baik.