

Lingga Junita (2006). **Hubungan Antara Gaya Hidup Dengan Kepuasan Konsumen Clarins Sogo Department Store Plasa Tunjungan 4 Surabaya.**  
Skripsi Strata I, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya

ABSTRAK

Dengan banyaknya merek kosmetika import yang ada sekarang, maka masyarakat akan lebih sulit untuk menentukan pilihan. Salah satu merek kosmetika import adalah Clarins. Layanan memuaskan yang diberikan Clarins merupakan salah satu aspek untuk menentukan pilihan. Akan tetapi dalam kenyataannya, layanan yang diberikan Clarins tidak selalu dapat memuaskan setiap konsumennya. Sejumlah konsumen merasa kurang puas akan pelayanan yang diberikan Clarins. Dalam menentukan tingkat kepuasan, dapat ditinjau dari gaya hidup. Peneliti mencoba meneliti apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen Clarins SOGO *Department Store* Plasa Tunjungan 4 ditinjau dari masing-masing gaya hidup.

Definisi gaya hidup yang dipakai oleh peneliti merupakan teori VALS 2 dimana teori ini membagi perilaku konsumen menjadi 8 bagian yaitu *Innovators, Thinkers, Believers, Achievers, Strivers, Experiencers, Makers, dan Survivors*. Sedangkan untuk teori kepuasan konsumen peneliti memakai teori dari Dutka (1994), Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa.

Dalam pengambilan data, peneliti menggunakan 2 macam angket. Untuk mengungkap gaya hidup, digunakan angket yang diperoleh dari [www.sric-bi.com](http://www.sric-bi.com) sebanyak 35 butir. Sedangkan untuk mengungkap kepuasan konsumen digunakan angket yang menggunakan dasar teori Dutka sebanyak 51 butir. Jumlah responden yang dipergunakan adalah 249 orang.

Hasil penelitian akan diolah dengan menggunakan SPSS untuk validitas, reliabilitas, dan juga untuk uji normalitas, uji homogenitas, uji beda, serta tabulasi silangannya.

Setelah peneliti melakukan penelitian maka diperoleh hasil bahwa ada hubungan yang signifikan yang menunjukkan adanya perbedaan tingkat kepuasan ditinjau dari masing-masing gaya hidup. Dengan demikian, Clarins dapat melakukan studi gaya hidup untuk memahami masing-masing gaya hidup, dan memberikan layanan yang sesuai dengan masing-masing karakteristik gaya hidup.

Kata kunci : Gaya Hidup, Kepuasan Konsumen