

Muhammad Ardi Fahdini.(5990718). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP RUMAH BILLIARD DI SURABAYA DITINJAU DARI GAYA HIDUP. Skripsi. Sarjana Strata 1. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Laboratorium Psikologi Industri dan Organisasi (2007).

INTISARI

Setiap individu mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap suatu stimuli. Persepsi juga dipengaruhi dari gaya hidup individu tersebut. Dari survei awal peneliti terhadap 19 konsumen dari 12 rumah billiard berbeda yang ada di Surabaya didapatkan beberapa perbedaan kriteria dan harapan dalam memilih rumah rumah billiard. Konsumen dari rumah billiard yang ada di Surabaya sangat beragam, dari yang belum bekerja sampai karyawan swasta dan dari pelajar sampai sarjana dan tidak sedikit perempuan yang menjadi konsumen di rumah billiard sekarang ini. Hal tersebut membuat peneliti jadi tertarik untuk mengetahui tentang persepsi tiap individu tersebut terhadap rumah billiard yang ada di Surabaya ditinjau dari gaya hidup individu tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemetaan gaya hidup konsumen rumah billiard di Surabaya dan untuk mendapatkan gambaran mengenai persepsi konsumen dalam memilih rumah billiard untuk bermain ditinjau dari gaya hidup. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif sehingga data yang didapat merupakan hasil dari gambaran persepsi konsumen terhadap rumah billiard di Surabaya ditinjau dari gaya hidup. Pengambilan data dilakukan dengan metode angket yang disebarakan kepada 72 responden di 5 rumah billiard. Data yang diperoleh diolah dengan teknik analisis *cluster* dengan metode *K-Means Cluster*.

Hasil dari penelitian ini diperoleh 4 kelompok yang memiliki perbedaan dan persamaan, perbedaannya yaitu kelompok umum mayoritas bergaya hidup *strivers* (63,9%) lebih mempersepsikan rumah billiard pada harga yang murah/terjangkau, kelompok fasilitas mayoritas bergaya hidup *achievers* (100%) lebih mempersepsikan rumah billiard pada fasilitas yang diberikan oleh rumah billiard, kelompok kenyamanan mayoritas bergaya hidup *experiencers* (63,9%) lebih mempersepsikan pada kenyamanan yang diberikan, dan kelompok privasi mayoritas bergaya hidup *strivers* (50%) dan *experiencers* (50%) lebih mempersepsikan jaminan terhadap privasi konsumen. Persamaan dari ke-4 kelompok tersebut adalah mayoritas berjenis kelamin laki-laki dan berstatus belum menikah serta memiliki persamaan persepsi bahwa konsumen tidak akan bermain atau menghentikan permainan jika sudah mengetahui lawan/teman bermain lebih mahir.

Saran terhadap rumah billiard di Surabaya agar membedakan tempat bermain bagi konsumen yang mahir dan yang biasa, selain menjaga privasi konsumen dan meningkatkan fasilitas serta pelayanan yang diberikan.

Kata kunci : Persepsi konsumen, gaya hidup, rumah billiard.