

**STUDI DESKRIPTIF MENGENAI GAYA HIDUP MAHASISWA PENGUNJUNG
KAFE DI JATINANGOR**

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
Pada Fakultas Psikologi
Universitas Padjadjaran

YOLANDA THERESIA PASARIBU

190110120035



UNIVERSITAS PADJADJARAN

FAKULTAS PSIKOLOGI

JATINANGOR

2016

ABSTRAK

Setiap konsumen memiliki gaya hidup masing-masing dalam mengunjungi kafe. Setiap tipe gaya hidup memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain. Gambaran mengenai gaya hidup yang dimiliki oleh pengunjung kafe di Jatinangor penting untuk ditelaah untuk dapat memahami karakteristik mereka sebagai konsumen. Dengan memahami karakteristik konsumen, diharapkan pemilik kafe di Jatinangor dapat mengembangkan strategi pemasaran dan melakukan penyesuaian-penyesuaian tertentu agar dapat membentuk kepuasan dalam diri pengunjungnya. Konsep yang digunakan adalah VALS₂TM dari SRI International yang terdiri atas dua dimensi komitmen.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan teknik *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Jumlah sampel penelitian adalah 360 responden, berusia 18-21 tahun, berkuliah dan berdomisili di Jatinangor, dan mengunjungi kafe minimal 4 kali dalam sebulan. Alat ukur penelitian ini berupa kuesioner komitmen berdasarkan konsep VALS₂TM dari SRI International.

Dari hasil penelitian, sebanyak 328 responden (91%) memiliki gaya hidup *thinkers*. Gaya hidup ini menggunakan prinsip dan kepercayaan yang dimiliki dalam mengonsumsi barang dan jasa, mementingkan reliabilitas dan fungsi produk, serta memiliki sumber daya yang tinggi untuk memenuhi orientasinya tersebut.

Kata Kunci: gaya hidup, pengunjung kafe, kafe

ABSTRACT

Every consumer has each own lifestyle in visiting café. Each type of lifestyle has different characteristics. It is important to explore descriptions of the lifestyle that is owned by cafe visitors in Jatinangor, in order to understand their characteristics as consumer. With an understanding of consumer characteristics, cafe owners in Jatinangor are expected to develop marketing strategies and also perform certain adjustments to induce satisfaction in visitors.

The concept used in this research is the VALS 2 TM from SRI International in which consists of two dimensions of commitment.

Descriptive quantitative method used along with accidental sampling technique.

360 of total respondents are college students aged 18-21 years living in Jatinangor who visits cafe at least 4 times in a month. Measuring instrument of this study is a questionnaire commitments under VALS₂TM concept of SRI International.

Research found a total of 328 respondents (91%) own a thinkers lifestyle.

Thinkers lifestyle employs the principles and trust conveyed in the consumption of goods and services, concerned with the reliability and functionality of the product, as well as having high resources to meet these orientations.

Keywords: lifestyle, cafe visitors, cafes