

ABSTRAK

Analisis Sikap Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Tempat Biliar di Q-Club *Pool Lounge Cafe*

Bermain olah raga biliar merupakan aktifitas yang akhir-akhir ini banyak digemari oleh kalangan muda maupun tua, bukan hanya pria saja yang kini mendominasi dalam bermain biliar, wanita juga kini banyak yang berlatih olah raga biliar, karena selain dapat dijadikan sebagai sarana hiburan dapat juga untuk penyaluran hobi, seiring dengan itu pula banyak bermunculan usaha tempat biliar.

Q-Club *Pool Lounge Cafe* merupakan salah satu tempat biliar yang memberikan nuansa berbeda dengan menghadirkan konsep bermain biliar dan *entertainment* atau disebut dengan konsep *sport cafe*.

Penelitian ini bertujuan untuk menetapkan sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dimiliki oleh Q-Club *Pool Lounge Cafe* serta menetapkan ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan antara sikap konsumen terhadap atribut-atribut pada Q-Club *Pool Lounge Cafe* berdasarkan karakteristik konsumen.

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan metode kuisioner dan observasi, dengan populasi pemakai/pengguna jasa tempat biliar Q-Club *Pool Lounge Cafe* Yogyakarta, dimana teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden.

Dari hasil penelitian berdasarkan analisis fishbein dapat diketahui bahwa sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh Q-Club *Pool Lounge Cafe* adalah positif dengan skor 1,14, dimana penilaian sikap paling tinggi yaitu pada atribut variasi hiburan dengan indeks sikap sebesar 1,71, sedangkan pada hasil analisis *Kruskal-Wallis* dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan sikap konsumen yaitu pada : atribut keramahan dan kebersihan berdasarkan gender (jenis kelamin), pada atribut lokasi strategis berdasarkan umur/usia responden, pada atribut kenyamanan, variasi hiburan, entertainmen menarik dan variasi makanan dan minuman berdasarkan tingkat pendidikan, pada atribut potongan harga variatif berdasarkan tingkat penghasilan.

Kata kunci : Sikap konsumen, atribut penelitian, karakteristik konsumen.