

ABSTRACT

Mengingat pemakaian Bahasa Inggris yang begitu luas sekarang ini, penulis mengangkat sebuah topik berjudul Perbandingan Gaya Hidup Mahasiswa D3 Program Bahasa Inggris dan S1 Sastra Inggris di Universitas Maranatha Dihubungkan dengan Persepsi Mahasiswa dan Preferensinya. Penulis tertarik untuk memilih topik ini karena dari hasil pengamatan sebelumnya penulis melihat adanya perbedaan gaya hidup antara mahasiswa/i di D3 dan S1 Bahasa Inggris, dimana masing-masing dari mereka memiliki persepsi yang berbeda mengenai jurusan yang mereka ambil. Maka dari itu penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang membuat mereka memutuskan tempat untuk belajar.

Penulis menggunakan alat ukur gaya hidup, yang dapat melihat persamaan dan perbedaan nilai-nilai yang dianut dalam suatu kelompok atau budaya tertentu. Alat ukur ini bernama *Rokeach Value Survey* yang berupa kuesioner yang berisi sejumlah nilai-nilai yang dianggap penting dan tidak penting dalam hidup seseorang. Dalam *Rokeach Value Survey* ini, penulis memperoleh *terminal values* atau nilai-nilai yang menjadi tujuan hidup seseorang dan *instrumental values* atau nilai-nilai yang dianut untuk mencapai terminal values. Maka dari itu, penulis memilih alat ini untuk mengukur gaya hidup mahasiswa/i di D3 dan S1 Bahasa Inggris, yang kemudian dihubungkan dengan persepsi dan preferensi mereka tentang jurusan tersebut.

Pada kesempatan ini penulis akan menjelaskan apa yang menjadi tujuan dari pembuatan karya tulis ini. Penulis ingin mengetahui gaya hidup seperti apa yang dimiliki oleh mahasiswa/i D3 dan S1 Bahasa Inggris, dan bagaimana persepsi serta preferensi mereka tentang jurusan masing-masing. Semoga informasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat berguna bagi fakultas untuk lebih mengenal gaya hidup mahasiswanya dan untuk memfokuskan promosi pada target market yang tepat. Selain itu karya tulis ini disusun untuk dijadikan panduan bagi para pembaca untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa/i D3 dan S1 Bahasa Inggris di Universitas Kristen Maranatha.

TABLE OF CONTENTS

ABSTRACT	i
DECLARATION OF ORIGINALITY	ii
PREFACE	iii
TABLE OF CONTENTS	v
CHAPTER ONE: INTRODUCTION	1
1.1. Background of the Study	
1.2. Identification of the Problem	
1.3. Objectives and Benefits of the Study	
1.4. Limitation of the Study	
1.5. Data Gathering Process	
1.6. Concise History of the Organization	
1.7. Layout of the Term Paper	
CHAPTER TWO: THEORETICAL REVIEW	6
2.1. Service Business	
2.2. Consumers' Buying Behaviour	
2.3. Personality and Self-Concept	
2.4. Lifestyle	
2.5. Psychological Process	
2.6. Rokeach Value Survey	
CHAPTER THREE: COMPARATIVE ANALYSIS	15
3.1. Respondents' Profile	
3.2. The Result of Rokeach Value Survey	
3.3. Summary	
CHAPTER FOUR: CONCLUSION AND SUGGESTIONS	24
4.1. Conclusion	
4.2. Suggestions	
BIBLIOGRAPHY	
APPENDICES:	
1. Format of Questionnaire	
2. The Result of Questionnaire	

