

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MAKANAN MELALUI *GRABFOOD***

Oleh

Kadek Putri, NIM 1617041090

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari gaya hidup dan kelompok referensi baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *proportional sampling* dan *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood*. (2) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood*. (3) Kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan melalui *Grabfood*.

Kata-kata kunci : gaya hidup, kelompok referensi, keputusan pembelian

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MAKANAN MELALUI *GRABFOOD***

Oleh

Kadek Putri, NIM 1617041090

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aimed to examine the influence of lifestyle and reference groups both simultaneously and partially on food purchase decisions through Grabfood on students of the Faculty of Economics, Ganesha University of Education. The research design used is causal quantitative research. Determination of the sample in this study used proportional sampling and accidental sampling techniques. The number of samples used were 100 respondents. The instrument used in data collection was a questionnaire and the data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) Lifestyle and reference groups have a significant effect on food purchasing decisions through Grabfood. (2) Lifestyle has a positive and significant effect on food purchase decisions through Grabfood. (3) The reference group has a positive and significant effect on food purchase decisions through Grabfood.

Keywords: lifestyle, reference groups, purchasing decisions

