

**PENGARUH KELOMPOK ACUAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

Oleh

Komang Tri, NIM 2017041098

Purnaminingsih Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh parsial dan simultan dari kelompok acuan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Scarlett Whitening pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha. Rancangan desain yang dipergunakan pada studi ini yaitu pendekatan kuantitatif kausal berfokus pada hubungan sebab akibat. Teknik sampling proporsional dan *purposive sampling* digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini. Banyak responden pada studi ini yaitu 100 orang. Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan kuesioner untuk memperoleh data. Metode yang dipilih untuk menganalisis data adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil temuan dari penelitian menunjukkan bahwa: (1) ada pengaruh positif dan signifikan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Scarlett Whitening pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha, (2) ada pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Scarlett Whitening pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha, (3) ada pengaruh signifikan kelompok acuan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Scarlett Whitening pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha.

Kata kunci: kelompok acuan, gaya hidup, keputusan pembelian

***THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUPS AND LIFESTYLE
ON PURCHASING DECISIONS SCARLETT
WHITENING SKINCARE PRODUCTS IN
GANESHA UNIVERSITY OF EDUCATION STUDENTS***

By

Komang Tri Purnaminingsih, NIM 2017041098

Department of Management

ABSTRACT

This research was conducted to test the partial and simultaneous influence of the reference group and lifestyle on purchasing decisions for Scarlett Whitening skincare products among Ganesha University of Education students. The design used in this study is a causal quantitative approach focusing on cause and effect relationships. Proportional and purposive sampling techniques were used to select samples in this research. The number of respondents in this study was 100 people. In collecting data, this research used a questionnaire to obtain data. The method chosen to analyze data was to use multiple linear regression analysis. The findings from the research show that: (1) there is a positive and significant influence of the reference group on the decision to purchase Scarlett Whitening skincare products among Ganesha Education University students, (2) there is a positive and significant influence of lifestyle on the decision to purchase Scarlett Whitening skincare products among University students Ganesha Education, (3) there is a significant influence of reference group and lifestyle on purchasing decisions for Scarlett Whitening skincare products among Ganesha Education University students.

Keywords: reference group, lifestyle, purchasing decisions