

# **PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ENDEK MASTULI PADA JULY KEBAYA**

**Oleh**

**Luh Putu Sri Winanti, NIM 2017041116**

**Jurusan Manajemen**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan utama, 1) menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian endek Mastuli July Kebaya; (2) menguji pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian endek Mastuli pada July Kebaya; dan (3) menguji pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk endek Mastuli pada July Kebaya. Purposive sampling digunakan untuk mengidentifikasi 130 partisipan dalam penelitian ini. Kuesioner digunakan untuk pengumpulan data, dan teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk melakukan analisis data kuantitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang memiliki pengaruh yang baik dan besar terhadap keputusan mereka membeli endek Mastuli pada July Kebaya. Demikian pula, kelompok referensi mempunyai pengaruh yang menguntungkan dan patut diperhatikan dalam penilaian yang dibuat mengenai apa yang harus dibeli terkait dengan produk yang sama. Selain itu, perpaduan referensi dan gaya hidup.

**Kata Kunci:** keputusan pembelian, gaya hidup, kelompok referensi

## **ABSTRACT**

*This research has the main objectives, 1) to examine the influence of lifestyle on purchasing decisions for the Endek Mastuli July Kebaya; (2) testing the influence of reference groups on purchasing decisions for Mastuli endek at July Kebaya; and (3) examine the influence of lifestyle and reference group on purchasing decisions for Mastuli endek products in July Kebaya. Purposive sampling was used to identify 130 participants in this study. Questionnaires were used for data collection, and multiple linear regression analysis techniques were used to carry out quantitative data analysis. Research findings show that a person's lifestyle has a good and big influence on their decision to buy Endek Mastuli on July Kebaya. Likewise, reference groups have a beneficial and noteworthy influence on judgments made about what to buy regarding the same product. Apart from that, it is a mix of references and lifestyle.*

**Keywords:** purchasing decisions, lifestyle, reference group.