

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU VENTELA MELALUI *MARKETPLACE***

Oleh

Kadek Buda Purnayasa, Nim 2017041014

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari gaya hidup dan kelompok acuan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian sepatu ventela melalui *marketplace*. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel menggunakan *metode non probability sampling* melalui *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 130 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah : (1) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Implikasi penelitian ini yaitu gaya hidup dan kelompok acuan memiliki pengaruh yang bersifat positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND REFERENCE GROUP ON
PURCHASING DECISIONS
VENTELA SHOES VIA MARKETPLACE***

By

Kadek Buda Purnayasa, Nim 2017041014

Department of Management

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of lifestyle and reference groups both partially and simultaneously on the decision to buy ventela shoes through the marketplace. The research design used is causal quantitative research. The sample was determined using the non-probability sampling method through purposive sampling. The number of samples used was 130 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 has a positive and significant effect on purchase decisions, (2) reference groups have a positive and significant effect on purchase decisions, (3) lifestyle and reference groups have a significant effect on purchase decisions. The implication of this study is that lifestyle and reference groups have a positive and significant influence on purchase decisions.

Keywords : Lifestyle, Reference Group, Purchase Decision