

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SPOTIFY PREMIUM* PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

Oleh

Kadek Meivia Ari Dewanty, NIM 2117041100

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Eksplorasi ilmiah dimaksudkan guna menelaah implikasi dari pola hidup serta kolektivitas acuan terhadap determinasi pembelian, baik secara terpadu maupun individual. Rancangan investigasi yang diterapkan ialah pendekatan kuantitatif-kausalitas. Subjek dalam kajian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang merupakan partisipan aktif dalam penggunaan layanan Spotify Premium. Adapun entitas yang disoroti dalam riset ini meliputi pola hidup dan komunitas referensial. Strategi pengambilan contoh yang diterapkan adalah non-probabilistik. Teknik seleksi partisipan yang digunakan untuk menjangkau 120 responden ditentukan melalui pendekatan purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Instrumen kuesioner digunakan dalam proses perolehan data, sedangkan pendekatan analitik regresi linear berganda dimanfaatkan dalam pemrosesan data numerik. Temuan studi ini memperlihatkan bahwa (1) pola hidup dan komunitas referensial memiliki pengaruh yang nyata terhadap penetapan keputusan pembelian. (2) Pola hidup memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap determinasi pembelian. (3) Komunitas referensial juga berdampak secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

***THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND REFERENCE GROUPS ON THE
PURCHASE DECISION OF SPOTIFY PREMIUM AMONG STUDENTS OF
THE FACULTY OF ECONOMICS AT UNIVERSITAS PENDIDIKAN
GANESHA***

By

Kadek Meivia Ari Dewanty, NIM 2117041100

Management Study Program

ABSTRACT

This scientific exploration aims to examine the implications of lifestyle patterns and reference groups on purchasing decisions, both collectively and individually. The research design employed is a quantitative-causal approach. The subjects of this study are students of the Faculty of Economics at Universitas Pendidikan Ganesha who are active users of the Spotify Premium service. The entities highlighted in this research include lifestyle and reference groups. A non-probability sampling strategy was applied. Participant selection was carried out using purposive sampling based on specific criteria, resulting in 120 respondents. A questionnaire instrument was used for data collection, while multiple linear regression analysis was utilized for numerical data processing. The findings of this study indicate that (1) lifestyle and reference groups have a significant influence on purchasing decisions, (2) lifestyle contributes positively and significantly to purchase determination, and (3) reference groups also have a positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: *lifestyle, purchasing decisions, and reference groups,*