

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DAN GAYA HIDUP
KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE OLEH
GEN-Z DI KOTA SINGARAJA**

Oleh

Tiur Maria Br Sitorus, NIM 2117041019

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel kelompok referensi dan gaya hidup konsumtif baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian iPhone oleh Gen-Z di Kota Singaraja. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Pemilihan sampel menggunakan metode *non probability sampling* melalui *purposive sampling*. Keseluruhan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 140 responden. Sarana yang digunakan dalam pengumpulan data responden adalah kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil yang ditemukan dalam penelitian adalah (1) kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) kelompok referensi dan gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: gaya hidup konsumtif, kelompok referensi, keputusan pembelian.

***THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUPS AND CONSUMPTIVE
LIFESTYLES ON IPHONE PURCHASING DECISIONS BY
GEN-Z IN SINGARAJA CITY***

By

Tiur Maria Br Sitorus, NIM 2117041019

Management Department

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of reference group variables and consumptive lifestyle both partially and simultaneously on the decision to purchase an iPhone by Gen-Z in Singaraja City. This research design is causal quantitative research. Sample selection using non probability sampling method through purposive sampling. The total number of samples used was 140 respondents. The means used in collecting respondent data is a questionnaire and the analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results found in the study are (1) reference groups have a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) consumptive lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) reference groups and consumptive lifestyles have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: consumptive lifestyle, reference group, purchasing decisions.