

Yasa, I Gede Mustika (2026), Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Kelompok Rujukan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Kredit Pegawai, Tesis, Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I : Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E. M.Si. dan Pembimbing II: Dr. Ni Made Ary Widiastini, S.St.Par.,M.Par.

Kata-kata kunci: kelompok rujukan, kepercayaan, minat beli, keputusan pembelian kredit.

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kelompok rujukan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian kredit dengan minat beli sebagai variabel mediasi pada produk Kredit Pegawai (KUPEG) di Bank Woori Saudara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS. Kelompok rujukan dan kepercayaan diposisikan sebagai variabel independen, keputusan pembelian sebagai variabel dependen, serta minat beli sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok rujukan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kredit maupun minat beli. Selain itu minat beli juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kredit serta mampu memediasi pengaruh kelompok rujukan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mendukung Teori Kotak Hitam *Black Box Theory* yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian terbentuk melalui proses psikologis internal konsumen sebelum menghasilkan tindakan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak perbankan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan kepercayaan nasabah, serta mengoptimalkan peran kelompok rujukan dalam mendorong keputusan pembelian produk kredit.

*Yasa, I Gede Mustika (2026), The Mediating Role of Purchase Intention on the Influence of Reference Groups and Trust on Employee Credit Purchase Decisions, Master's Thesis, Master of Management Science, Graduate Program, Ganesha University of Education.*

*This thesis has been reviewed and approved by Supervisor I: Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. and Supervisor II: Dr. Ni Made Ary Widiastini, S.St.Par., M.Par.*

*Keywords: reference group, trust, purchase intention, credit purchase decision.*

### **Abstract**

*This study aims to analyze the influence of reference groups and trust on credit purchase decisions, with purchase intention serving as a mediating variable in the Employee Credit (KUPEG) product at Bank Woori Saudara. The study employed a quantitative approach using the Partial Least Squares (PLS) method through the SmartPLS application. Reference groups and trust were positioned as independent variables, credit purchase decision as the dependent variable, and purchase intention as the mediating variable linking the relationships among the variables.*

*The results indicate that reference groups and trust have a positive and significant effect on both credit purchase decisions and purchase intention. Furthermore, purchase intention was found to have a positive and significant effect on credit purchase decisions and to significantly mediate the influence of reference groups and trust on credit purchase decisions. These findings support the Black Box Theory, which explains that consumer purchase decisions are formed through internal psychological processes before resulting in actual purchasing behavior. The findings are expected to serve as a reference for banking institutions in formulating effective marketing strategies, enhancing customer trust, and optimizing the role of reference groups in encouraging credit purchase decisions.*