

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DAN GAYA HIDUP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SHAMPO CLEAR**
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WAHID HASYIM
SEMARANG)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Wahid Hasyim

Oleh :

Chintia Anggreani

151010023

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WAHID HASYIM SEMARANG
TAHUN 2019**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka, sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Semarang, 4 Maret 2019

Penulis

Chintia Anggraini



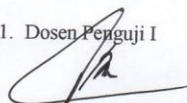
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Chintia Anggreani
NIM : 151010023
Fakultas/ Prodi : Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Clear (Studi Pada Mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang)

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dewan penguji pada ujian yang diselenggarakan pada tanggal 2 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS**.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

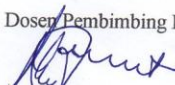
1. Dosen Penguji I



Drs. Umar Chadhiq, SE., MM

NIP: 195904161986031004

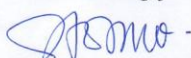
1. Dosen Pembimbing I



Dr. Maskudi, SE., MM

NPP: 03.11.1.0198

2. Dosen Penguji II



Yulaekhah Ariyanti, SE., MM

NPP: 03.11.1.0198

2. Dosen Pembimbing II



Yulaekhah Ariyanti, SE., MM

NPP: 03.05.1.0132



Semarang, 2 Maret 2019

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Khanifah, SE, MSi., Akt., CA

NPP: 03.05.1.0130

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jika engkau menuntut ilmu untuk bersaing-saingan, berbangga diri, menjadi yang paling unggul di antara kawan-kawan, mencari perhatian orang lain, dan meraih kekayaan materi duniawi, berarti engkau berusaha menghancurkan agamamu, membinasakan dirimu, dan menjual akhiratmu dengan duniamu”

(Imam Al Ghazali)

“Kebahagiaan adalah kesetiaan, setia atas indahnya merasa cukup, setia atas indahnya berbagi, setia atas indahnya ketulusan berbuat baik”

(Tere Liye, Moga Bunda Disayang Allah)

Sembah sujud serta puji dan syukurku pada-Mu Allah SWT. Tuhan semesta alam yang menciptakanku dengan bekal yang begitu teramat sempurna. Taburan cinta, kasih sayang, rahmat dan hidayat-Mu telah memberikan ku kekuatan, kesehatan, semangat pantang menyerah dan memberkatiku dengan ilmu pengetahuan serta cinta yang pasti ada disetiap ummat-Mu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu ku limpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Ku persembahkan skripsi ini untuk orang tercinta dan tersayang atas kasihnya yang berlimpah.

Teristimewa Ayahanda (Rahiman) dan Ibunda (Sugini) tercinta, tersayang, terkasih, dan yang terhormat.

Bapak-Ibu tercinta.

Lautan kasihmu hantarkan aku ke gerbang kesuksesan. Tiada kasih seindah kasihmu, tiada cinta semurni cintamu. Dalam derap langkahiku ada tetesan keringatmu. Dalam cintaku ada doa tulusmu.

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga semua ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Bapak bahagia karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu dan Bapak selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang,

selalu mendoakan, selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Terima kasih Ibu, Terima kasih Bapak,

Dalam setiap langkahku aku berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan didiriku, meski belum semua itu kuraih insyaAllah atas dukungan doa dan restu semua mimpi itu kan terjawab di masa penuh kehangatan nanti. Untuk itu kupersembahkan ungkapan terimakasihku kepada:

Kepada kakak dan adik-adikku, tiada yang paling mengharukan saat berkumpul bersama kalian, walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan, terima kasih atas doa dan bantuan kalian selama ini, hanya karya kecil ini yang dapat dipersembahkan. Maaf belum bisa menjadi panutan yang seutuhnya, tapi aku akan selalu menjadi yang terbaik untuk kalian semua.

Kepada my sweet heart "Danang Santoso Rahayu" sebagai tanda cinta kasihku, chintia persembahkan karya kecil ini buatmu. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian, dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, semoga engkau pilihan terbaik buatku dan masa depanku. Terima kasih sayang.

Buat teman-teman Ekonomi Manajemen 15 seperjuangan, terutama buat mbak Kustianah, fianty, mia, abang fauzi dan hagem terima kasih atas bantuan, doa, nasehat, hiburan, candaan yang tak masuk akal, traktiran, dan semangat yang kalian berikan selama aku kuliah, aku tak akan pernah melupakan semua yang telah kalian berikan selama ini. Dan semua teman-teman yang lain terima kasih atas bantuan kalian, semangat kalian dan candaan kalian, tanpa kalian teman aku tak pernah berarti, tanpa kalian teman aku bukan siapa-siapa dan takkan jadi apa-apa, aku tak akan melupakan kalian. Terima kasih untuk kalian semua teman-temanku semoga keakraban di antara kita selalu terjaga.

Kepada Dosen Pembimbing Tugas Akhirku Bapak Dr. Maskudi, SE., dan Ibu Yulekiah Ariyanti, SE., MM terima kasih pak bu saya sudah dibantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari, terima kasih untuk semua ilmu, didikan, dan pengalam yang sangat berarti saya tidak akan melupakan atas bantuan dan kesabaran dari Bapak dan Ibu. Terima kasih banyak pak, bu.

Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan kepada kami.

Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat kupersembahkan kepada kalian semua,, Terima kasih beribu terima kasih kuucapkan, Atas segala kekhilafan salah dan kekuranganku, Kurendahkan hati serta diri menjabat tangan meminta Beribu-ribu maaf tercurah dalam skripsi ini kupersembahkan.

"Chintia Anggreani"

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk shampo clear. Sampel penelitian ini adalah semua mahasiswa Universitas Wahid Hayim Semarang. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Data penelitian ini bersifat *non-probability Sampling* dengan metode *accidental sampling*. Faktor-faktor yang diuji pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah faktor kelompok referensi dan gaya hidup. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik pengujian dalam penelitian ini yaitu pengujian validitas dan realibilitas, sedangkan teknik analisis data menggunakan ujia asumsi klasik, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) terdapat pengaruh positif antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian produk shampo clear, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,367 <$ dari t_{tabel} sebesar $1,984$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesa yang menyatakan bahwa H_a diterima. 2) terdapat pengaruh positif antara gaya hidup dengan keputusan pembelian produk shampo clear, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,710 <$ dari t_{tabel} sebesar $1,984$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesa yang menyatakan bahwa H_a diterima. 3) terdapat pengaruh positif antara kelompok referensi dan gaya hidup berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian produk shampo clear, karena nilai F_{hitung} sebesar $51,893 <$ dari F_{tabel} sebesar $3,90$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesa yang menyatakan bahwa H_a diterima. Berdasarkan perhitungan determinasi (R^2) diperoleh hasil sebesar $0,517$ ($51,7\%$), hal ini membuktikan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian shampo clear perlu memerhatikan kelompok referensi dan gaya hidup.

Kata Kunci : Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of reference and lifestyle group variables on purchasing decisions for clear shampoo products. The research sample was all students of the Wahid Hayim University Semarang. The sample studied was 100 respondents. This research data is non-probability sampling with accidental sampling method. The factors tested for their influence on purchasing decisions are reference group factors and lifestyle. This study uses multiple linear regression analysis. The testing technique in this study is testing validity and reliability, while the data analysis technique uses classical assumptions, t test, F test and coefficient of determination. The results of the study show that: 1) there is a positive influence between the reference group and the decision to purchase clear shampoo products, this is evidenced by the value of t count of 4.367 < from the table of 1.984 with a significant value of 0.000 < 0.05. Thus the hypothesis states that H_a is accepted. 2) there is a positive influence between lifestyle and clear shampoo product purchasing decisions, this is evidenced by the value of tcount of 4.710 < of ttable of 1.984 with a significant value of 0.000 < 0.05. Thus the hypothesis states that H_a is accepted. 3) there is a positive influence between reference groups and lifestyle simultaneous effects on purchasing decisions for clear shampoo products, because the calculated F value is 51,893 < from Ftable of 3.90 with a significant 0,000 < 0.05. Thus the hypothesis states that H_a is accepted. Based on the calculation of determination (R^2) obtained a result of 0.517 (51.7%), this proves that to improve purchasing decisions clear shampoo needs to pay attention to the reference group and lifestyle.

Keyword : Reference Groups, Lifestyle and Purchase Decisions.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan taufik dan hidayahNya, karena atas berkat dan rahmatNya lah penulis dapat menyelesaikan penuisan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Clear”** Studi Pada Mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang.

Skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dan bimbingan dari semua pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang ikut membantu dalam penyelesaian laporan ini, terutama kepada :

1. Terima kasih untuk Allah SWT atas semua rahmatNya masih diberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan setinggi-tingginya.
2. Prof. Dr. H. Mahmutarom, SH., MH. selaku rektor Universitas Wahid Hasyim Semarang.
3. Khanifah, SE., MSi., Akt., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang .
4. Dr, Maskudi, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberi arahan dan bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Yulaekhah Ariyanti, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wahid Hasyim Semarang serta selaku dosen pembimbing skripsi ini.

6. Umar Chadiq, SE., MM, selaku Dosen Wali saya selama menjadi mahasiswa.
7. Terima kasih kepada kedua orang tua saya Bapak Rabiman dan Ibu Sugini, dua sayap yang selalu memberikan dukungan dalam setiap hal yang saya lakukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku dan kawan-kawan seperjuangan manajemen ekstensi 2015 yang sudah banyak menghibur dalam penyelesaian penulisan skripsi, semoga bisa lulus bareng tepat waktu, Aamiin.

Semoga Allah SWT membalas budi baik tersebut dengan penuh berkelimpahan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan dan kendala yang dihadapi. Namun demikian penulis berharap bahwa skripsi ini bermanfaat bagi pembaca yang berminat dan dapat juga sebagai bahan bacaan untuk penelitian selanjutnya.

Akhir kata penulis terbuka atas semua kritik dan saran yang nantinya akan semakin mengembangkan dan penyempurnaan karya ini.

Semarang, 24 Januari 2019

Penulis,



Chintia Anggreani

NIM. 151010023

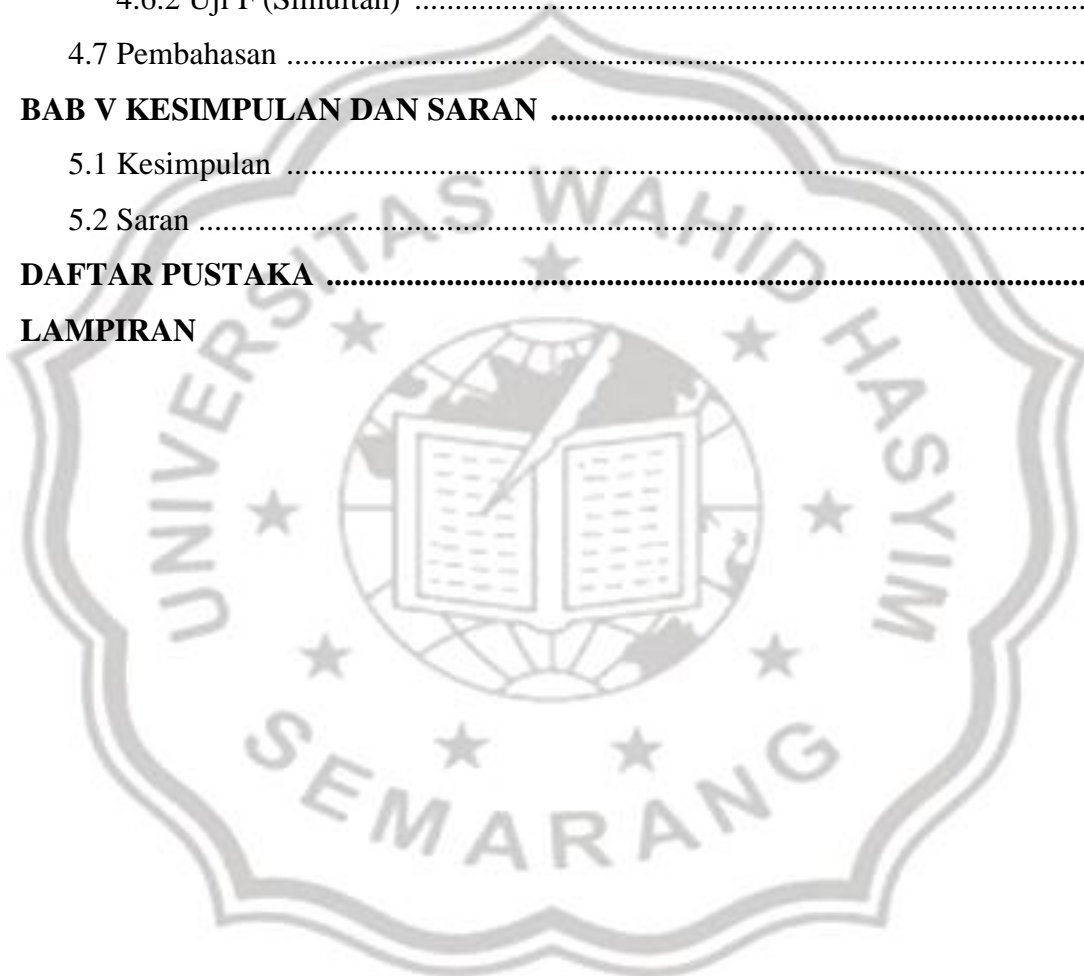
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	15
2.1.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.1.1.2 Model Proses Pembelian Oleh Konsumen	19
2.1.1.3 Studi Perilaku Konsumen	20
2.1.1.4 Karakteristik Konsumen	21

2.1.2 Keputusan Pembelian	23
2.1.2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	24
2.1.2.2 Struktur Keputusan Pembelian	30
2.1.2.3 Peran dalam Pembelian	31
2.1.2.4 Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan	31
2.1.2.5 Keputusan untuk membeli dan perilaku sesudah membeli	32
2.1.2.6 Proses Keputusan Pembelian	32
2.1.2.7 Indikator-indikator dalam Keputusan Pembelian	35
2.1.3 Kelompok Referensi.....	36
2.1.3.1 Tipe-tipe Pengaruh Kelompok Referensi	37
2.1.3.2 Jenis-jenis Kelompok Referensi	39
2.1.3.3 Beberapa Kelompok Referensi yang Terkait dengan Konsumen	41
2.1.3.4 Indikator-indikator dalam Kelompok Referensi	45
2.1.4 Gaya Hidup	46
2.1.4.1 Identifikasi Gaya Hidup	47
2.1.4.2 Tipikal Konsumen Gaya Hidup	49
2.1.4.3 Indikator-indikator dalam Gaya Hidup	50
2.2 Penelitian Terdahulu	52
2.3 Kerangka Pemikiran	54
2.4 Hipotesis	55
2.5 Pengaruh antara Variabel	55
2.5.1 Pengaruh Kelompok Referensi dengan Keputusan Pembelian	55
2.5.2 Pengaruh Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	57
2.5.3 Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	59
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1 Variabel Penelitian	61
3.2 Definisi Operasional	65
3.3 Penentuan Populasi Sampel	66
3.4 Jenis dan Sumber Data	68

3.5	Metode Pengumpulan Data	69
3.6	Metode Analisis	70
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.6.1.1	Uji Validitas	70
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	71
3.6.2	Teknik Analisis Data	72
3.6.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda	72
3.6.2.2	Koefisien Determinasi (R^2)	73
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	73
3.6.3.1	Uji Normalitas Data	74
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas	74
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	74
3.6.4	Uji Hipotesis	74
3.6.4.1	Uji Parsial (Uji t)	74
3.6.4.2	Uji Simultan (Uji f)	75
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	77
4.1.1	Profil Universitas Wahid Hasyim Semarang (UNWAHAS)	77
4.1.2	Visi dan Misi Universitas Wahid Hasyim Semarang (UNWAHAS)	78
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	79
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	79
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	80
4.2.2.1	Kelompok Referensi	81
4.2.2.2	Gaya Hidup	82
4.2.2.3	Keputusan Pembelian	83
4.3	Hasil Uji Statistik	85
4.3.1	Hasil Uji Validitas	85
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	88
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	89
4.4.1	Uji Normalitas Data	89

4.4.2 Uji Multikolinearitas	90
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	91
4.5 Hasil Analisis Data	92
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	92
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94
4.6 Hasil Uji Hipotesis	94
4.6.1 Uji t (Parsial)	94
4.6.2 Uji F (Simultan)	96
4.7 Pembahasan	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Presentase Pertumbuhan Penjualan	8
Tabel 2.1	Inventarisasi Gaya Hidup	48
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3.1	Variabel Penelitian	62
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Variabel Kelompok Referensi	81
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup	82
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	84
Tabel 4.6	Nilai Validitas Kelompok Referensi	86
Tabel 4.7	Nilai Validitas Gaya Hidup	86
Tabel 4.8	Nilai Validitas Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.9	Nilai Pengujian Realibilitas	88
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	91
Tabel 4.11	Analisis Regresi Berganda	93
Tabel 4.12	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94
Tabel 4.13	Hasil Uji t	96
Tabel 4.14	Hasil Uji F	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pembelian Model Lima Tahap	32
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	54
Gambar 4.1 Normalitas Residual Data	90
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	92

