ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan di Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri" ini ditulis oleh Novela Nuraini Ningrum, NIM 17402153047 pembimbing Hj. Amalia Nuril Hidayati, M. Sy.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena bahwa pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya adalah industri kecantikan. Industri kecantikan dalam hal ini adalah pembelian produk perawatan yang seiring perkembangannya telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Dalam rangka melakukan keputusan pembelian, maka penting bagi perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) Apakah Kelompok Referensi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan di Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri?;(2) Apakah Gaya Hidup Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan di Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri?;(3) Apakah Motivasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan di Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri?; (4) Apakah Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Motivasi Berpengaruh Secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan di Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan di Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* yang merupakan salah satu bagian dari teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 40 responden konsumen pembeli produk perawatan Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi (R).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk perawatan secara parsial. Sedangkan hasil pengujian secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan variabel kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk perawatan.

Kata kunci: Kelompok Referensi, Gaya Hidup, Motivasi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis untitled “The Influence of Reference Groups, Lifestyle and Motivation on Purchasing Care Products Decision in Larissa Aesthetic Center, Kediri Branch" written by Novela Nuraini Ningrum, registered number 17402153047 with advisor Hj. Amalia Nuril Hidayati, M. Sy.

This research is motivated by the phenomenon that the importance of understanding consumer behavior has finally become the concern of various industries, one of which is the beauty industry. The beauty industry in this case is the purchase of care products that along with its development have become part of the lifestyle of the community. In order to make purchasing decision, it is important for companies to know the factors that influence purchasing decision, including reference groups, lifestyle, and motivation.

The formulation of the problem in this study are (1) Does the Reference Group Significantly Influence the Purchase Care Products Decision in the Larissa Aesthetic Center in the Kediri Branch?; (2) Does Lifestyle Influence Significantly on the Purchasing Care Products Decision in Larissa Aesthetic Center in the Kediri Branch?; (3) Does Motivation Influence Significantly on Purchasing Care Products Decision in Larissa Aesthetic Center in the Kediri Branch ?; (4) Do Reference Groups, Lifestyle and Motivation Influence in the Same Time on the Purchasing Care Products Decision in Larissa Aesthetic Center in the Kediri Branch? This research aims to determine the influence of Reference Groups, Lifestyle and Motivation on Purchasing Care Products Decision in the Larissa Aesthetic Center in Kediri Branch both partially and simultaneously.

This study uses a quantitative approach with the type of associative research. The sampling technique in this study is accidental sampling which is one part of the non-probability sampling technique. The samples taken in this study amounted to 40 respondents who were buyers of the Larissa Aesthetic Center care products in Kediri Branch. The measurement in this study uses a Likert scale. This study uses data analysis techniques, namely test validity, reliability, classic assumption test, multiple linear regression test, T test, F test, and test the coefficient of determination (R).

The results of the study shows that the reference groups, lifestyle, and motivation variables have a significant positive influence on the purchasing care product decision partially. While in the results of testing simultaneously there is a significant positive influence of the reference group, lifestyle, and motivation variables on the purchasing care products decision.

Keywords: Reference Group, Lifestyle, Motivation, and Purchasing Decision