

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *Sneakers* Pada Toko Jeensneakers Kota Blitar” ini ditulis oleh Dyah Eka Rahayu, NIM 126405203231, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan dosen pembimbing Siswahyudianto, M.M.

Perkembangan model sepatu sneakers semakin beragam dan fleksibel dipadukan dengan berbagai *style* berpakaian. Saat ini banyak toko sepatu yang ada di Kota Blitar salah satunya yaitu Toko Jeensneakers. Untuk itu diperlukan promosi yang menarik dan penetapan harga yang berdaya saing agar dapat mempertahankan posisi toko diantara toko lain.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan penilaian menggunakan skala *likert*, diuji menggunakan aplikasi statistik *SPSS* versi 26.0 melalui uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian melalui uji T menunjukkan variable gaya hidup berpengaruh signifikan namun negatif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variable kelompok referensi, promosi dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Untuk hasil uji F menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan antara variable gaya hidup, kelompok referensi, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Harga, Kelompok Referensi, Keputusan Pembelian, Promosi

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Lifestyle, Reference Groups, Promotions, and Prices on Sneakers Purchasing Decisions at Jeensneakers Stores in Blitar City" was written by Dyah Eka Rahayu, NIM 126405203231, majoring in Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with supervisor Siswahyudianto, M.M.

The development of sneakers models is increasingly diverse and flexible combined with various styles of clothing. Currently, there are many shoe stores in Blitar City, one of which is Jeensneakers Store. For this reason, attractive promotions and competitive pricing are needed in order to maintain the store's position among other stores.

This study used a quantitative approach. There are two types of data used in this study, namely primary data and secondary data. Primary data were obtained through the distribution of questionnaires to 100 respondents with assessments using Likert scales, tested using SPSS statistical application version 26.0 through data quality tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and determination coefficient tests.

The results of research through the T test show that lifestyle variables have a significant but negative effect on purchasing decisions. While the reference group variables, promotions and prices have a significant and positive effect on purchasing decisions. The results of the F test show that there is a simultaneous influence between lifestyle variables, reference groups, promotions, and prices on purchasing decisions.

Keywords: Lifestyle, Promotion, Price, Purchase Decision, Reference Group