

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH
MAHASISWI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOKYAKARTA**

Oleh:

Ardian samsudin

Ekonomi Syariah (Konsentrasi ; Manajemen Pemasaran)
Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah
ardianbepe20samsudin@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendiskusikan pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian Kosmetik . Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan skala pengukuran menggunakan Likert. Hasil tentang pengaruh Gaya hidup dan kelompok referensi menunjukkan bahwa koefisien determinasi (adjusted R square) adalah 43,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Uji-t menunjukkan bahwa variabel Gaya hidup memiliki pengaruh lebih kecil dari pada kelompok referensi, sehingga dapat disimpulkan keputusan pembelian Kosmetik Wardah Mahasiswa universitas Muhammadiyah Yogyakarta lebih banyak dipengaruhi oleh kelompok referensi responden yaitu kolega.

Kata Kunci: gaya hidup, kelompok referensi, keputusan pembelian, kosmetik wardah, mahasiswa

ABSTRAK

This study aims to analyze and discuss the influence of lifestyle and reference groups on cosmetic purchasing decisions. The sampling technique uses purposive sampling method. The population used was students of Muhammadiyah Yogyakarta University, with a total sample of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression with a measurement scale using Likert. The results of the influence of lifestyle and reference groups

indicate that the coefficient of determination (adjusted R square) is 43.5% and the rest is influenced by other variables not mentioned in this study. The t-test shows that lifestyle variables have less influence than the reference group, so it can be concluded that the purchasing decisions of wardah mahasiwi cosmetics cosmetics at muhammadiyah Yogyakarta are more influenced by the respondent's reference group, namely colleagues.

Keywords: lifestyle, reference group, purchasing decisions, wardah cosmetics, female students