



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *REFERENCE GROUP*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DISTRO
PREMIUM NATION)**

SKRIPSI

**ESTIANA RISKHA
1414 1111 628**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 19 Juli 2018

Ttd.

ESTIANA RISKHA

1414 1111 628

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Estiana Riska
NIM : 1414.1111.628
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle* dan *Reference Group* terhadap
Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen
Distro Premium Nation)

Jakarta, 19 Juli 2018

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

(Arifin Nugroho, SE. MM)

(Zurlina Lubis, SE.MM)

Mengetahui,
Puket I Bidang Akademik STIE JIC

(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi diselenggarakan :.....

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	:	
Anggota	: 1	
	2	
	3	
	4	

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Lifestyle* dan *Reference Group* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Distro Premium Nation)”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College.

Selama penulisan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, MM, Ketua STIE Jakarta International College.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, selaku Puket 1 STIE Jakarta International College.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE.MM, selaku Kajor Manajemen dan sekaligus pembimbing utama skripsi ini.
4. Ibu Zurlina Lubis, SE.MM, selaku pembimbing pendamping skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf STIE Jakarta International College yang telah memberikan Pendidikan dan Pengajaran kepada Penulis selama dalam perkuliahan.
6. Pemimpin dan Karyawan Distro Premium Nation yang telah memberikan izin riset, data dan informasi yang dibutuhkan oleh penulis.

7. Untuk yang tersepesial yaitu keluarga tercinta, Nenek, Kakek, Ibu, Bapak dan seluruh kerabat yang telah membantu penulis dalam dukungan berupa semangat dan do'a.
8. Sahabat penulis (SEKOCANG & AFINMIF) serta teman dekat selama di STIE Jakarta International College (Wiwik Sudianti, Firianti, Eka Sulastri Sibarani, Siti Sofiatun) yang telah menemani serta mendukung dalam pembuatan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman di STIE Jakarta International College angkatan 2014-2018, khususnya teman-teman dari Manajemen Pemasaran yang telah membantu meluangkan waktu dan pikiran serta do'anya.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung selama dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak atas partisipasinya dalam membantu proses penyusunan skripsi ini semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Maka dari itu penulis memohon segala bentuk kritik, masukan dan saran yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, Penulis berharap semoga apa yang telah penulis selesaikan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca umumnya.

Aamiin

Jakarta, 19 Juli 2018

Estiana Riska

1414.1111.628

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Estiana Riska
NIM : 1414.1111.628
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh *Lifestyle* dan *Reference Group* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Distro Premium Nation)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 19 Juli 2018

ttd

Estiana Riska

1414.1111.628

ABSTRACTION

Estiana Riska, 1414.1111.628, Lifestyle and Reference Group Influence On Purchase Decision In Premium Nation Distro, 156 pages, 64 tables, and 9 pictures, Jakarta, 2018.

This research discusses the influence of lifestyle and reference group on the purchase decision at Distro Premium Nation, Cempaka Putih, Central Jakarta. The purpose of this research is to know how big influence of lifestyle to purchase decision and influence of reference group to partial purchasing decision. Also to find out how much influence of lifestyle and reference group to purchase decision simultaneously.

Distro Premium Nation Cempaka Putih, March to July 2017. The research method used is library research and field research. Quantitative analysis used is simple partial linear regression and multiple linear regression simultaneously. The result of lifestyle to partial purchasing decision is $\hat{Y} = 20,074 + 0,455 X$ and result of reference group to partial purchasing decision that is $\hat{Y} = 22,058 + 0,412 X$. Result of lifestyle and reference group to purchase decision simultant that is $\hat{Y} = 17,913 + 0,330 X1 + 0,185 X2$. The result of correlation coefficient between lifestyle to purchase decision is moderate. The result of correlation coefficient between reference group to partial purchase decision is moderate. And the result of multiple correlation coefficient between lifestyle and reference group to purchase decision is also being. Coefficient of determination of purchasing decision is 23,1% influenced by lifestyle, 18,6% influenced by reference group. Coefficient of purchasing decision is 25,1% influenced by lifestyle and reference group simultaneously. The conclusion of all research is to show that lifestyle and reference group variable have positive and significant influence on purchasing decision either partially or simultaneously.

References: 11 books (2010 - 2016), 24 journals, 11 websites, counselors: Arifin Nugroho and Zurlina Lubis

Keywords: Lifestyle, Reference Group, Purchase Decision.

ABSTRAKSI

Estiana Riska, 1414.1111.628, *Pengaruh Lifestyle dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Premium Nation*, 156 halaman, 64 tabel, dan 9 gambar, Jakarta, 2018.

Penelitiannya ini membahas tentang pengaruh *lifestyle* dan *reference group* terhadap keputusan pembelian di Distro Premium Nation, Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian dan pengaruh *reference group* terhadap keputusan pembelian secara parsial. Juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *lifestyle* dan *reference group* terhadap keputusan pembelian secara bersamaan.

Distro Premium Nation Cempaka Putih, Maret sampai Juli 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian perpustakaan dan penelitian lapangan. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah regresi linier sederhana secara parsial dan regresi linier berganda secara simultan. Hasil *lifestyle* terhadap keputusan pembelian secara parsial yaitu $\hat{Y} = 20,074 + 0,455 X$ dan hasil *reference group* terhadap keputusan pembelian secara parsial yaitu $\hat{Y} = 22,058 + 0,412 X$. Hasil *lifestyle* dan *reference group* terhadap keputusan pembelian secara simultan yaitu $\hat{Y} = 17,913 + 0,330 X_1 + 0,185 X_2$. Hasil koefisien korelasi antar *lifestyle* terhadap keputusan pembelian adalah sedang. Hasil koefisien korelasi antar *reference group* terhadap keputusan pembelian secara parsial adalah sedang. Dan hasil koefisien korelasi ganda antar *lifestyle* dan *reference group* terhadap keputusan pembelian juga sedang. Koefisien determinasi keputusan pembelian adalah 23,1% dipengaruhi oleh *lifestyle*, 18,6% dipengaruhi oleh *reference group*. Koefisien keputusan pembelian adalah 25,1% dipengaruhi oleh *lifestyle* dan *reference group* secara bersamaan. Kesimpulan dari semua penelitian adalah menunjukkan bahwa variabel *lifestyle* dan *reference group* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial ataupun secara bersamaan.

Daftar acuan: 11 buku (2010 – 2016), 24 jurnal, 11 website, pembimbing : Arifin Nugroho dan Zurlina Lubis

Kata kunci: *Lifestyle*, *Reference Group*, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
	Hal
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian.....	12
 BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	15
A. Kajian Teoritis.....	15
1. <i>Lifestyle</i>	19
2. <i>Reference Group</i>	30
3. Keputusan Pembelian.....	41

B.	Penelitian Sebelumnya	51
C.	Kerangka Pemikiran.....	55
D.	Hipotesis.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		56
A.	Lokasi dan Waktu Penelitian	56
B.	Metode Penelitian.....	56
C.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	57
D.	Jenis dan Sumber Data	60
E.	Definisi Operasional Variabel.....	61
F.	Instrumen Penelitian	62
G.	Uji Kualitas Instrumen Penelitian	63
H.	Teknik Analisis Data.....	68-78
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		82
A.	Sejarah Singkat Perusahaan	82
B.	Struktur Organisasi	86
C.	Kegiatan Usaha	88
D.	Gambaran Keberhasilan dan Kendala Usaha	88
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		90
A.	Deskripsi Data Penelitian	90
B.	Pengolahan Data.....	117
C.	Pengujian Hipotesis	119
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	142
BAB VI KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN		148
A.	Kesimpulan	148
B.	Keterbatasan	152
C.	Saran	152

DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Daftar Distro yang Tersebar di Jakarta dan Sekitarnya	4
Tabel 1.2 Beberapa Distro Besar Pesaing yang berada di sekitar Distro Premium Nation	7
Tabel 2.1 Dimensi Gaya Hidup AIO	27
Tabel 2.2 Dimensi dan Indikator Gaya Hidup	29
Tabel 2.3 Dimensi dan Indikator <i>Reference group</i>	41
Tabel 2.4 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 2.5 Penelitian Sebelumnya	53
Tabel 3.1 Menentukan Ukuran Sampel.....	61
Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuesioner	66
Tabel 3.3 Uji Validitas <i>Lifestyle</i> (X1).....	67
Tabel 3.4 Uji Validitas <i>Reference Group</i> (X2)	68
Tabel 3.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 3.6 Uji Reabilitas <i>Lifestyle</i> (X1)	70
Tabel 3.7 Uji Reabilitas <i>Reference Group</i> (X2).....	70
Tabel 3.8 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 3.9 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	77
Tabel 5.1 Tanggapan Responden Pernyataan No.1 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1)	91
Tabel 5.2 Tanggapan Responden Pernyataan No.2 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1)	91
Tabel 5.3 Tanggapan Responden Pernyataan No.3 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1)	92
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Pernyataan No.4 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1)	93

Tabel 5.5 Tanggapan Responden Pernyataan No.5 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1)	93
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Pernyataan No.6 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1)	94
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Pernyataan No.7 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1)	95
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Pernyataan No.8 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1)	96
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Pernyataan No.9 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1)	97
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Pernyataan No.10 Indikator <i>Lifestyle</i> (X1).....	98
Tabel 5.11 Tanggapan Responden Pernyataan No.1 Indikator <i>Reference Group</i> (X2).....	99
Tabel 5.12 Tanggapan Responden Pernyataan No.2 Indikator <i>Reference Group</i> (X2).....	100
Tabel 5.13 Tanggapan Responden Pernyataan No.3 Indikator <i>Reference Group</i> (X2)	101
Tabel 5.14 Tanggapan Responden Pernyataan No.4 Indikator <i>Reference Group</i> (X2)	101
Tabel 5.15 Tanggapan Responden Pernyataan No.5 Indikator <i>Reference Group</i> (X2).....	102
Tabel 5.16 Tanggapan Responden Pernyataan No.6 Indikator <i>Reference Group</i> (X2).....	102
Tabel 5.17 Tanggapan Responden Pernyataan No.7 Indikator <i>Reference Group</i> (X2).....	103
Tabel 5.18 Tanggapan Responden Pernyataan No.8 Indikator <i>Reference Group</i> (X2).....	104

Tabel 5.19 Tanggapan Responden Pernyataan No.9 Indikator	
<i>Reference Group (X2)</i>	105
Tabel 5.20 Tanggapan Responden Pernyataan No.10 Indikator	
<i>Reference Group (X2)</i>	106
Tabel 5.21 Tanggapan Responden Pernyataan No.1 Indikator	
Keputusan Pembelian (Y)	108
Tabel 5.22 Tanggapan Responden Pernyataan No.2 Indikator	
Keputusan Pembelian (Y)	109
Tabel 5.23 Tanggapan Responden Pernyataan No.3 Indikator	
Keputusan Pembelian (Y)	110
Tabel 5.24 Tanggapan Responden Pernyataan No.4 Indikator	
Keputusan Pembelian (Y)	111
Tabel 5.25 Tanggapan Responden Pernyataan No.5 Indikator	
Keputusan Pembelian (Y)	111
Tabel 5.26 Tanggapan Responden Pernyataan No.6 Indikator	
Keputusan Pembelian (Y)	112
Tabel 5.27 Tanggapan Responden Pernyataan No.7 Indikator	
Keputusan Pembelian (Y)	113
Tabel 5.28 Tanggapan Responden Pernyataan No.8 Indikator	
Keputusan Pembelian (Y)	114
Tabel 5.29 Tanggapan Responden Pernyataan No.9 Indikator	
Keputusan Pembelian (Y)	115
Tabel 5.30 Tanggapan Responden Pernyataan No.10 Indikator	

Keputusan Pembelian (Y)	115
Tabel 5.31 Umur Responden	117
Tabel 5.32 Jenis Kelamin Responden	117
Tabel 5.33 Pekerjaan Responden	118
Tabel 5.34 Frekuensi Berkunjung Responden	119
Tabel 5.35 Uji Normalitas Menggunakan Komogorov-Mirnov (Ks)	122
Tabel 5.36 Uji Multikolonieritas Berdasarkan Nilai <i>Tolerance</i> Dan <i>Variance Inflation Factor</i> (Vif).....	123
Tabel 5.37 Uji Regresi Linear Sederhana Lifestyle (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	125
Tabel 5.38 Uji Regresi Linear Sederhana Reference Group (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	128
Tabel 5.39 Uji Regresi Linear Berganda.....	130
Tabel 5.40 Uji Koefisien Korelasi Sederhana (R) <i>Lifestyle</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	131
Tabel 5.41 Uji Koefisien Korelasi Sederhana (R) <i>Reference Group</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	132
Tabel 5.42 Uji Koefisien Korelasi Berganda	133
Tabel 5.43 Uji Koefisien Determinasi <i>Lifestyle</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	134
Tabel 5.44 Uji Koefisien Determinasi <i>Reference Group</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	135
Tabel 5.45 Uji Koefisien Determinasi <i>Lifestyle</i> (X1) Dan <i>Reference</i>	

<i>Group</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Stimulan	136
Tabel 5.46 Uji Statistik T <i>Lifestyle</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	137
Tabel 5.47 Uji Statistik T <i>Reference Group</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	139
Tabel 5.48 Uji Statistik F	141

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Ekonomi di Indonesia didominasi oleh 3 Subsektor	2
Gambar 1.2 Tahapan Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen	49
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram.....	120
Gambar 5.2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot.....	121
Gambar 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	124
Gambar 5.4 Grafik Regresi Linier Sederhana <i>Lifestyle</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	127
Gambar 5.5 Grafik Regresi Linier Sederhana <i>Reference Group</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	129
Gambar 5.6 Grafik Uji Statistik T <i>Lifestyle</i> (X1)Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	138
Gambar 5.7 Grafik Uji Statistik T <i>Lifestyle</i> (X1)Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	140

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data *Lifestyle*

Lampiran 3. Tabulasi Data *Reference Group*

Lampiran 4. Tabulasi Data Keputusan Pembelian

Lampiran 5. Tabel R

Lampiran 6. Tabel T

Lampiran 7. Tabel F

Lampiran 8. Surat Keterangan Riset

Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup