

Judul Penelitian: Pengaruh *Life Style*, Kelompok Referensi, dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Potong Rambut *Jack barbershop* Kota Kediri

Dosen Pembimbing I : Taufik Akbar, S.E., M.E

Dosen Pembimbing II: Dr. Karari Budi Prasasti,
S.Pd., M.SE

Nama Mahasiswa : Iqbal Oktavian

NPM : 21130210219

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *life style*, kelompok referensi, dan *E-WOM* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis linear berganda. Data dikumpulkan melalui kuisioner dengan skala *likert* dan dianalisis menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil peneltian ini menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan variabel *life style*, kelompok referensi, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefesien determinasi mendukung hasil penelitian ini dengan menunjukkan sebesar 80,1% variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dan sisanya dipengaruhi faktor lain. Peran variabel bebas dalam penelitian ini sebagai informasi dan rekomendasi dalam membentuk keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa potong rambut di *Jack Babershop* Kota Kediri

Kata Kunci: E-WOM, kelompok referensi, keputusan pembelian, *life style*

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iiv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Abstraksi.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Operasional	6
1.5.2 Manfaat Akademik	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka.....	16
2.3 Teori Hubungan antar variabel	35
2.4 Kerangka teoritik	37
2.5 Hipotesis	38
2.6 Hipotesis Operasional.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
3.2 Jenis Penelitian	42

3.3 Lokasi Penelitian	42
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	43
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	43
3.7 Data dan Teknik Pengumpulannya	44
3.8 Identifikasi Variabel	46
3.9 Definisi Operasional Variabel	46
3.10 Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum	56
4.2 Identitas Responden	58
4.3 Statistik Deskriptif	59
4.4 Hasil Uji Instrumen	63
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	67
4.6 Analisis Linear Berganda	69
4.7 Hasil Uji Hipotesis	70
4.8 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	77
Daftar Pustaka	78
Lampiran	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2. 2 Dimensi Life style	21
Tabel 3. 1 Skor Dalam Skala Likert	45
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 4. 1 Responden Jack Babershop Kota Kediri	58
Tabel 4. 2 Jawaban Variabel Life Style	59
Tabel 4. 3 Jawaban Variabel Kelompok Referensi	60
Tabel 4. 4 Jawaban Variabel E-WOM	61
Tabel 4. 5 Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Life style (X1)	64
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kelompok Referensi (X2)	64
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas E-WOM (X3)	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linearitas	68
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Linear Berganda	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	38
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Jack Barbershop	57
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2 Data Uji Spss.....	91
Lampiran 3 Dokumentasi di <i>Jack barbershop</i>	107
Lampiran 4 Berita Acara Ujian Kualifikasi	109
Lampiran 5 Beita Acara Bimbingan Skripsi DP 1	110
Lampiran 6 Beita Acara Bimbingan Skripsi DP 2	111