

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK WARDAH PADA  
MAHASISWI PRODI MANAJEMEN KELAS A SEMESTER VI DAN VIII  
UNIVERSITAS ISLAM KADIRI**

**Lina Nur Sabrina .. 17.13021.0287 (2021)**

Universitas Islam Kediri  
[sabrinalina836@gmail.com](mailto:sabrinalina836@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the Influence of Lifestyle and Reference Groups on the Purchase Decision of Wardah Lipstick Products on Students of Management Study Program Class A semester VI and VIII, Kadiri Islamic University.*

*The variables of this research are Lifestyle (X1), Reference Group (X2) and Purchase Decision (Y). By using data collection techniques in the form of interviews, observations, literature studies and questionnaires. While the analysis used is descriptive analysis with hypothesis testing using the SPSS version 22 software program.*

*Based on the tests conducted with multiple linear regression analysis, it is proven that the Lifestyle (X1) and Reference Group (X2) variables simultaneously affect the Purchase Decision (Y). Shown by the Fcount of 131,366 with a significant value of  $0.000 < 0.05$ . The t-test shows that the Lifestyle (X1) and Reference Group (X2) variables have a significant effect on Purchase Decisions (Y). This is indicated by the significant value for the variable X1  $0.000 < 0.05$  and for the variable X2  $0.035 < 0.05$ . The coefficient of determination test shows that the value (R Square) is 0.773. This means that the Lifestyle variable (X1) and the Reference Group (X2) have an influence on the Purchase Decision variable (Y) of 77.3%.*

**Keywords: Lifestyle, Reference Group, Purchase Decision**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Kelas A semester VI dan VIII Universitas Islam Kadiri.

Adapun variabel penelitian ini adalah Gaya Hidup ( $X_1$ ), Kelompok Referensi ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian (Y). Dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, studi pustaka dan kuesioner. Sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan uji hipotesis dengan menggunakan program *software* SPSS versi 22.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda, terbukti bahwa variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Kelompok Referensi ( $X_2$ ) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 131.366 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Untuk uji t menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Kelompok Referensi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan untuk variabel  $X_1$   $0,000 < 0,05$  dan untuk variabel  $X_2$   $0,035 < 0,05$ . Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai (*R Square*) adalah 0,773. Artinya variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Kelompok Referensi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 77,3%.

**Kata kunci: Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Keputusan Pembelian**

## **Pendahuluan**

Seiring dengan berkembangnya jaman dan kesibukan yang padat membuat mahasiswa prodi manajemen kelas A semester VI dan VIII membutuhkan sesuatu hal untuk melepas penat. Aktivitas yang biasa dilakukan untuk melepas penat antara lain adalah seperti mempercantik diri. Perubahan gaya hidup seperti ini menjadikan sebuah kebutuhan hidup baru. Dengan adanya kebutuhan hidup seperti ini menjadikan banyak pelaku bisnis membuka peluang usaha. Dalam hal ini dijadikan salah satu modal bagi pengusaha dalam menciptakan usaha baru. Usaha dengan produk yang menarik dan baru merupakan daya pikat pembeli.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang meliputi usia tahap siklus hidup, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep pembelian (Kloter, 2004:191).

Menurut Olson (dalam Sangadji, 2013:332) yang dimaksud keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

Memahami gaya hidup sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen akan membantu pemasar dalam merumuskan strategi pemasaran. Konsep gaya hidup mempermudah pemasar untuk mengerti apa yang dipikirkan, dirasakan dan dipilih oleh konsumen serta bagaimana konsumen dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya seperti kelompok referensi.

Sunarwan (2011:305) Kelompok referensi (*referensi group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok referensi mempengaruhi anggota setidaknya dengan tiga acara yaitu memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri dan

menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk mereka (Kloter dan Keller 2009:170).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan melihat gaya hidup dan juga kelompok referensi dalam mewujudkan keputusan pembelian, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswi Prodi Manajemen Kelas A Semester VI dan VIII Universitas Islam Kadiri”**.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstick wardah pada mahasiswi prodi manajemen kelas A semester VI dan VIII Universitas Islam Kadiri?
2. Apakah kelompok referensi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstick wardah pada mahasiswi prodi manajemen kelas A semester VI dan VIII Universitas Islam Kadiri?
3. Apakah Gaya Hidup dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lipstick wardah pada mahasiswi prodi manajemen kelas A semester VI dan VIII Universitas Islam Kadiri?

## **Tinjauan dan Kajian Pustaka Gaya Hidup**

Sumarwan (2014:57), “Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya

karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya”.

### Indikator Gaya Hidup

Menurut Kasali dalam Rusdiana (2014:12), Komponen-komponen segmentasi gaya hidup dalam bentuk aktifitas, interest dan opini.

### Kelompok Referensi

Mangkunegara dalam Zulfikri (2011:19), : “Kelompok referensi adalah suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Sebuah kelompok dapat menjadi kelompok referensi ketika kelompok tersebut membuat seseorang individu itu mengambil nilai, sikap, atau perilaku para anggota kelompok”.

### Indikator Kelompok Referensi

Menurut Blackwell, dkk. (2006:528) adalah indikator dari kelompok referensi, diantaranya sebagai berikut:

1. Pengetahuan kelompok referensi mengenai produk
2. Kredibilitas dari kelompok referensi
3. Pengalaman dari kelompok referensi

### Keputusan Pembelian

Armstrong (2016:129) “keputusan pembelian merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan”.

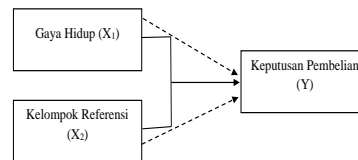
### Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) indikator keputusan pembelian terdiri dari :

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Evaluasi Pasca Pembelian

### Kerangka Teoritik

Gambar 2.1  
Kerangka Teoritik



## METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menghindari suatu pembahasan yang tidak sesuai dengan pendekatan yang diterapkan dalam penelitian, maka didalam penelitian ini ruang lingkup hanya mencakup :

1. Tentang pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk lipstik wardah pada mahasiswi prodi manajemen kelas A semester VI dan VIII di Universitas Islam Kadiri.
2. Objek Penelitian sebanyak 80 mahasiswa yang berasal dari 40 mahasiswa semester VI dan 40 mahasiswa semester VIII.
3. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari s/d Juni 2021 dengan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling.

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu data yang diinput ke dalam skala pengukuran statistik. Ditinjau dari tingkat eksplanasi ilmu penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan hubungan kasual. Statistik digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2015:7) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai “metode penelitian yang berdasarkan filosofi positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi, teknik pengambilan sampel umumnya acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian”.

### Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih tempat penelitian pada

mahasiswi fakultas ekonomi prodi manajemen kelas A semester VI dan VIII di Uniska Kediri Jln. Sersan Suharmadji No.38 Kediri.

## **Populasi dan Sampel**

### **Populasi**

Menurut Sugiyono (2019:126) **populasi** adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, yang menjadi populasi adalah pembelian produk lipstik wardah pada mahasiswi prodi manajemen Kelas A semester VI dan VIII di Uniska Kediri sebanyak 391 mahasiswi.

### **Sampel**

“Sampel adalah sub-set dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi” (Ferdinand, 2014:171). Peneliti tidak melakukan pengamatan terhadap keseluruhan populasi, tetapi hanya melakukan pengamatan terhadap jumlah yang lebih kecil yang disebut sampel. Sampel pada penelitian ini sebanyak 80 mahasiswi Prodi Manajemen Kelas A yang berasal dari semester VI sebanyak 40 mahasiswa dan semester VIII sebanyak 40 mahasiswa di Uniska Kediri.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner, pustaka/literatur, dokumentasi.

### **Identifikasi Variabel**

#### **Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Menurut Sugiyono (2015:39) menyatakan bahwa “Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang terjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Jadi variabel ini sifatnya menerangkan dan mempengaruhi variabel lain sifatnya menerangkan dan mempengaruhi variabel

lain yang tidak bebas. Variabel bebas juga memiliki nilai yang tidak tergantung pada variabel lainnya. Dalam hal ini yang merupakan variabel bebas adalah Gaya Hidup ( $X_1$ ), Kelompok Referensi ( $X_2$ ).

#### **Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Menurut Sugiyono (2015:39) “Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.” Adapun yang merupakan variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

### **Teknik Analisis**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan dengan taraf signifikan yang ditentukan sebesar 0,05. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka alat ukur yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka alat ukur yang digunakan tidak valid.

#### **Uji Reliabilitas**

Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabel (layak) jika *cronbach's alpha*  $> 0,60$  dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha*  $< 0,60$ .

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **1) Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013:160). Pengujian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  atau 5% maka data terdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  atau 5% maka data tidak terdistribusi normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2013:105). Metode pengujian yang digunakan untuk mengetahui multikolinearitas adalah dengan melihat *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Sebagai dasar acuannya dapat disimpulkan:

1. Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10, maka ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

“Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka dinamakan homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas” (Ghozali, 2013:139). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual. Jika pada pola tertentu teratur maka terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas serta terdapat titik-titik menyebar diatas serta bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Demikian model regresi linear berganda dapat dinyatakan dalam persamaan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

## Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variabel terikat (Ghozali, 2013:98). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significant*) sebagai berikut :

- a. Apabila nilai sig. < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, artinya bahwaterdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Apabila nilai sig. > 0,05 maka  $H_0$  diterima, artinya bahwatidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

## Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F disebut juga uji signifikan serentak (secara simultan). Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013:98). Tingkat signifikan menggunakan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Hasil uji F dilihat kriteria sebagai berikut :

- a. Apabila nilai sig. < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Apabila nilai sig. > 0,05 maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas yang disebabkan oleh variabel bebas jika  $R^2 >$  maka prosentase perubahan variabel tidak bebas yang disebabkan oleh variabel semakin tinggi, jika  $R^2 <$  maka perubahan prosentase perubahan variabel tidak bebas yang disebabkan oleh variabel bebas semakin rendah.

## HASIL PENELITIAN

### Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuisisioner terbukti valid dengan signifikan  $<0,05$ . Dari penyebaran kuisisioner yang berjumlah 80 responden dapat diperoleh hasil uji validitas yang menggunakan program SPSS sebagai berikut ini:

**Tabel Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X<sub>1</sub>)**

Item	Sig. 2 Tailed	Keterangan
X1.1	0,000	Valid
X1.2	0,000	Valid
X1.3	0,000	Valid
X1.4	0,000	Valid
X1.5	0,000	Valid
X1.6	0,000	Valid

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas instrument penelitian (kuisisioner) untuk variabel Gaya Hidup dengan masing-masing pertanyaan mendapatkan nilai signifikan dibawah 0,05 sehingga kuisisioner atau pernyataan tersebut dinyatakan valid.

**Tabel Hasil Uji Validitas Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>)**

Item	Sig. 2 Tailed	Keterangan
X2.1	0,000	Valid
X2.2	0,000	Valid
X2.3	0,000	Valid
X2.4	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas instrument penelitian (kuisisioner) untuk variabel Kelompok Referensi dengan

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	0,077	Normal
Kelompok Referensi (X <sub>2</sub> )	0,277	Normal
Keputusan Pembelian (Y)	0,064	Normal

masing-masing pertanyaan mendapatkan nilai signifikan dibawah 0,05 sehingga kuisisioner atau pernyataan tersebut dinyatakan valid.

**Tabel Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

Item	Sig. 2 Tailed	Keterangan
Y.1	0,000	Valid
Y.2	0,000	Valid
Y.3	0,000	Valid
Y.4	0,000	Valid
Y.5	0,000	Valid
Y.6	0,000	Valid

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas instrument penelitian (kuisisioner) untuk variabel Keputusan Pembelian dengan masing-masing pertanyaan mendapatkan nilai signifikan dibawah 0,05 sehingga kuisisioner atau pernyataan tersebut dinyatakan valid.

### Hasil Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah indikator yang digunakan dapat di percaya sebagai alat ukur variabel dengan menggunakan program SPSS 22.0 pada tabel berikut:

**Tabel Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reabilitas	Ket.
Gaya Hidup(X <sub>1</sub> )	0,641	0,60	Reliabel
Kelompok Referensi (X <sub>2</sub> )	0,624	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,615	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil nilai *cronbach's alpa* ( $\alpha$ ) Gaya Hidup (X<sub>1</sub>), Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>) dan Keputusan Pembelian (Y)  $> 0,60$  sehingga indikator atau kuisisioner dari ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel atau layak dipercaya sebagai alat ukur variabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1) Hasil Uji Normalitas

Pengujian uji normalitas ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan hasil sebagai berikut :

#### Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov Test*

Berdasarkan hasil analisis statistik dapat dilihat dari tabel diatas nilai signifikan *Asymp. Sig.* untuk variabel X<sub>1</sub> sebesar 0,077, X<sub>2</sub> sebesar 0,277 dan Y

sebesar 0,064 nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikan yang ditetapkan, yaitu sebesar 0,05 atau 5%. Sehingga menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

### Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut ini :

**Tabel Hasil Uji Multikolinieritas**

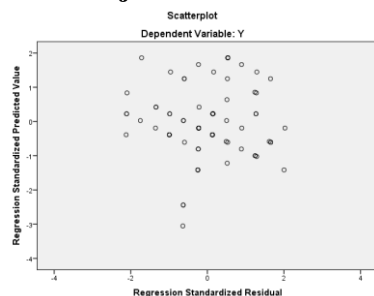
Variabel	Toleranc e	VIF	Kesimpulan
Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	0,288	3,467	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kelompok Referensi (X <sub>2</sub> )	0,288	3,467	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa model regresi antar variabel independen tidak terjadi korelasi atau tidak terjadi multikolinieritas. Pada variabel Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) dan Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>) memiliki *tolerance* untuk X<sub>1</sub> sebesar 0,288 dan X<sub>2</sub> sebesar 0,288 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF untuk X<sub>1</sub> sebesar 3,467 dan X<sub>2</sub> sebesar 3,467 yang lebih kecil dari 10,0 dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas, hal ini berarti antar variabel independen tidak terjadi korelasi.

### Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar grafik dibawah ini :

**Gambar Grafik Uji Heterokedastisitas**



Berdasarkan gambar diatas yang ditunjukkan oleh grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka

0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) dan Kelompok Refrensi (X<sub>2</sub>) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), dan untuk melihat hasil pengujian regresi linier berganda yang diajukan dapat di lihat pada table sebagai berikut :

**Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	B
(Constant)	2,308
Gaya hidup (X <sub>1</sub> )	0,672
Kelompok Referensi (X <sub>2</sub> )	0,319

Berdasarkan tabel maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 2,308 + 0,672X_1 + 0,319X_2$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa :

- Nilai konstanta sebesar 2,308 artinya Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) dan Kelompok referensi (X<sub>2</sub>) nilainya tetap atau tidak berpengaruh sama sekali, maka keputusan pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 2,308.
- Koefisien regresi Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) sebesar 0,672 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) bertambah sebesar satu satuan maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,672 dengan anggapan bahwa variabel yang lain bernilai konstan.
- Koefisien regresi Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>) sebesar 0,319 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>) bertambah sebesar satu satuan maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,319 dengan



anggapan bahwa variabel yang lain bernilai konstan.

### Hasil Uji Hipotesis

#### Uji t (Secara Parsial)

**Tabel Hasil Uji t secara parsial**

Variabel	t <sub>hitung</sub>	Sig.T	Ket.
Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	6,815	0,000	H <sub>1</sub> Diterima
Kelompok Referensi (X <sub>2</sub> )	2,150	0,035	H <sub>2</sub> Diterima

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pengaruh antar avariabel independen yaitu Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) dan Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>) secara parsial atau individu terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) maka digunakan signifikan <0,05. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS diketahui bahwa :

- 1) Pengaruh Gaya Hidup(X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Kelas A semester VI dan VIII di Uniska Kediri. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai Sig-t 0,000 < 0,05 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Kelas A semester VI dan VIII di Uniska Kediri.
- 2) Pengaruh Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Kelas A semester VI dan VIII di Uniska Kediri. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai Sig-t 0,035 < 0,05 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Kelas A semester VI dan VIII di Uniska Kediri.

#### Uji F (Uji secara Simultan)

**Tabel Hasil Uji Simultan (Uji F)**

F	Sig.	Keterangan
131.366	0,000	H <sub>3</sub> diterima

Berdasarkan hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig. 0,000 < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) dan Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Kelas A semester VI dan VIII di Uniska Kediri.

**Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**  
**Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**R<sup>2</sup> dan Koefisien Korelasi**

R	R Square
0,879	0,773

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> atau *R Square* sebesar 0,879. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) dan Kelompok Referensi (X<sub>2</sub>) mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian sebesar 77,3% dan sisanya 22,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hubungan ketiga variabel bisa dikatakan sangat kuat karena memiliki nilai R sebesar 0,879.

**Intepretasi Data**

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh signifikan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel. Penjelasan dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

**Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai dari variabel Gaya Hidup dengan nilai *t<sub>hitung</sub>* sebesar 6,815 dan sig. 0,000 < 0,05 sehingga H<sub>1</sub> diterima dan secara parsial Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Kelas A semester VI dan VIII di Universitas Islam Kadiri. Hal ini berarti bahwa gaya hidup sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Karena Gaya hidup dengan produk lipstik wardah memiliki keistimewaan tambahan seperti banyak varian warna terbaru. Lipstik Wardah selain keistimewaan tambahan juga memiliki tekstur lipstik saat dipakai di bibir terasa nyaman dipakai dan dengan adanya kuas lipstik tersebut jadi lebih mudah untuk cara pemakaiannya. Selain itu Lipstik Wardah ini dapat bertahan hingga 12 jam , agar hasil

makin flawless dan tahan lama menggunakan lip blam sekitar 5-10 menit, agar hasil bisa langsung sempurna ketika menggunakan lipstik wardah.

Somad dan Priansa (2014:94) “gaya hidup adalah pola seseorang dunia yang terungkap pada aktivitas, minat opininya. Bahwa gaya hidup merupakan sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi setiap individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk di dalam hubungan sosial, konsumsi barang, *entertainment*, dan secara berbusana”. Jadi sehubungan teori diatas dibuktikan dengan adanya hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai dari variabel Gaya Hidup dengan nilai *t<sub>hitung</sub>* sebesar 2,150 dan sig. 0,035 < 0,05 sehingga H<sub>2</sub> diterima dan secara parsial Kelompok Referensi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswi Prodi Manajemen Kelas A semester VI dan VIII di Universitas Islam Kadiri. Karena kelompok referensi ini mengetahui spesifikasi produk Lipstik Wardah yang diinformasikan kepada konsumen yang lainnya. Serta harga Lipstik Wardah sudah disesuaikan dengan kemampuan daya beli konsumen yang menjadi target pasar. Dan kelompok referensi ini memberitahukan kepada konsumen dengan menawarkan produk lipstik Wardah agar konsumen merasa tertarik pada produk yang ditawarkanya. Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen karena sebelum memutuskan pembelian produk Lipstik Wardah konsumen akan mencari tau harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan daya belinya. Selain itu konsumen juga menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas produk yang bersangkutan.

Kelompok Referensi (Suryani, 2008:2015) “adalah Seorang konsumen

mungkin akan terlibat atau menjadi bagian dari satu atau lebih kelompok. Dari berbagai kelompok yang ada, bentuk kelompok yang mempunyai relevansi dengan perilaku konsumen”. Jadi sehubungan teori diatas dibuktikan dengan adanya hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Gaya hidup dan Kelompok referensi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan  $F_{hitung}$  sebesar 131.366 dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Sehingga  $H_3$  diterima, yang artinya secara bersama-sama Gaya Hidup dan Kelompok Referensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai  $R$ -Square sebesar 0,773 yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Kelompok Referensi ( $X_2$ ) terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar 77,3%. Yang berarti masih ada variabel lain sebesar 22,7% yang dapat mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil perhitungan, penelitian dan pengujian yang telah dilakukan tersebut dapat ditarik kesimpulan untuk variabel Gaya Hidup dan Kelompok Referensi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka dapat diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswi Prodi

Manejemen Kelas A semester VI dan VIII di Universitas Islam Kadiri. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  6,815 dan nilai signifikansi hitung  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,672.

2. Kelompok Referensi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswi Prodi Manejemen Kelas A semester VI dan VIII di Universitas Islam Kadiri. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  2,150 dan nilai signifikansi hitung  $0,035 < 0,05$  dan koefisien regresi memiliki nilai positif 0,319.
3. Gaya Hidup dan Kelompok Referensi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah pada Mahasiswi Prodi Manejemen Kelas A semester VI dan VIII di Universitas Islam Kadiri. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 131.366 dengan nilai signifikansi  $F$  sebesar  $0,000 < 0,05$ .

### **Daftar Pustaka**

- Apriyandani, H dan Sunarti, Y.S. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi dan Bisnis* 50(2) [online]. 180-189 Tersedia di: <http://administrasibisnis.-studentjournal.ub.ac.id> (15 Februari 2021)
- Azwar, Saifuddin (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Engel, Blackwell. (2006). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM*

*SPSS 21 Update PLS Regresi.*  
Universitas Diponegoro:  
Semarang.

Jakarta

Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. (2014).  
*Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2.*  
Salemba empat: Jakarta

Kholifah, N.F. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merk Wardah. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 3(1) [online]. 147-152. Tersedia di: <http://jab.polinema.ac.id> (14 Februari 2021).

Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan.* Erlangga: Jakarta.

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13.* Erlangga:

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12.* Erlangga: Jakarta

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing.* New Jersey: Prentice Hall.

Ningsih, M. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah Studi Kasus Masyarakat Kampung Talang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak. *Skripsi*. Tersedia di: <http://repository.uin-suska.ac.id>. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.