

ABSTRAK

Annisa Dwi Cahyani Yahya. 3402200430. Pengaruh *Lifestyle* Dan *Reference Group* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada *Smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis). Di bawah bimbingan Ibu Hj. Renny Sri Purwanti, S.Pd., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *lifestyle* dan *reference group* terhadap keputusan pembelian (Suatu Studi pada *Smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis). Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian *smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh *reference group* terhadap keputusan pembelian *smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh *lifestyle* dan *reference group* terhadap keputusan pembelian *smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian *smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis; 2) Pengaruh *reference group* terhadap keputusan pembelian *smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis; 3) Pengaruh *lifestyle* dan *reference group* terhadap keputusan pembelian *smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai konsumen yang membeli produk *Smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis pada bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2023 yaitu sebanyak 351 orang, sampel yang dipilih adalah sebanyak 78 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut: 1) *Lifestyle* konsumen *smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis berada pada kriteria tinggi. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis, artinya semakin tinggi *lifestyle* maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 2) *Reference group* konsumen *smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis berada pada kriteria baik. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *reference group* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis, artinya semakin baik *reference group* maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 3) *Lifestyle* dan *reference group* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis. Selama ini keputusan pembelian pada konsumen *smartphone Iphone* di Rosi Store Ciamis berada pada kriteria tinggi. Artinya semakin tinggi *lifestyle* dan *reference group* sudah baik maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: *Lifestyle*, *Reference Group* dan Keputusan Pembelian