

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM NHK PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Muhammad Martawi

Nim : 212019085

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN
2023**

SKRIPSI
PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM NHK PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Muhammad Martawi

Nim : 212019085

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN
2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Martawi

NIM : 212019085

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Helm NHK Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan ini saya menyatakan:

3. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
4. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
5. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
6. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2023



Muhammad Martawi

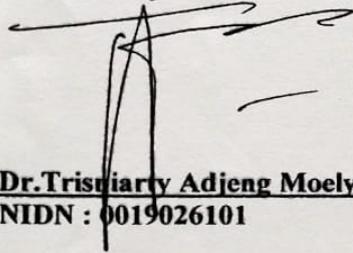
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Helm NHK Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
Nama : Muhammad Martawi
Nim : 212019085
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

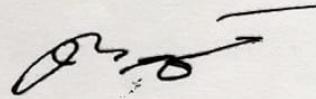
Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Juni 2023

Pembimbing I



Dr. Trisnaryati Adjeng Moelyati, S.E., M.M.
NIDN : 0019026101

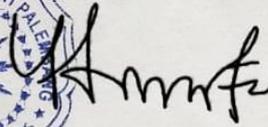
Pembimbing II



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si
NIDN : 0226107001

**Mengetahui
Dekan**

U.b Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si.
NIDN: 0229057501

MOTO DAN PERSEMBAHAN

- ❖ “Boleh Jadi Kamu Membenci Sesuatu Padahal Ia Amat Baik Bagimu, Dan Boleh Jadi Pula Kamu Menyukai Sesuatu Padahal Ia Amat Buruk Bagimu, Allah Mengetahui Sedang Kamu Tidak Mengetahui” (QS : Al Baqarah : 216).
- ❖ “Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan) tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap (Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

Terucap syukur pada MU ya Allah

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Ibu (Yuni Arisanti) dan Bapak ku
(Agustiawan) Tercinta
- ❖ Adik (Dwi Setya Rini)
- ❖ Teman-temanku
- ❖ Almamater

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul **“Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hekm NHK Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang”**. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku Bapak Hairizon dan Ibu Maziroh yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd. M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Lesi Agusria S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E, M.M dan Bapak Randy Hidayat, SE.M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Bapak Amidi, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra , S.Pd., M.Si selaku Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal
7. Terima kasih kepada PT. Belitang Panen Raya yang mengizinkan saya untuk melakukan penelitian, dan juga responden yang membantu mengisi pertanyaan kuesioer.
8. Seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu persatu, Sahaba-sahabat seperjuangan terbaikku angkatan 2019 (Luluk Oktiani, Muhammad Nico Tandanu, Robby Decaniago, M. Imam Gazali, Yandhikara) dan yang lainnya.

Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah Subahahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya abbal 'alamin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.

Palembang, Agustus 2023
Penulis,

M.MARTAWI
NIM : 212019085

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| HALAMAN PRKATA | vi |
| HALAMAN DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| A. Kajian Pustaka | 8 |
| 1. Landasan Teori..... | 8 |
| 2. Penelitian Sebelumnya..... | 25 |
| B. Kerangka Pemikiran | 29 |

| | |
|--|----|
| C. Hipotesis | 31 |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian | 32 |
| B. Lokasi Penelitian | 33 |
| C. Operasionalisasi Variabel | 33 |
| D. Populasi dan Sampel..... | 34 |
| E. Data yang Diperlukan | 35 |
| F. Metode Pengumpulan Data..... | 36 |
| G. Analisis Data dan Teknik Analisis | 38 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Hasil Penelitian..... | 45 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 63 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Simpulan..... | 71 |
| B. Saran | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN..... | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel I.1 Pra Riset Alasan Tidak Memilih Helm NHK..... | 5 |
| Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya | 28 |
| Tabel III.1 Variabel, Definisi Variabel, dan Indikator..... | 33 |
| Tabel IV.1 Jenis Kelamin Responden..... | 47 |
| Tabel IV.2 Semester Pendidikan..... | 48 |
| Tabel IV.3 Fakultas Pendidikan Responden | 48 |
| Tabel IV.4 Variabel Keputusan Pembelian..... | 49 |
| Tabel IV.5 Variabel Kelompok Referensi | 52 |
| Tabel IV.6 Variabel Gaya Hidup | 54 |
| Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian | 57 |
| Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Kelompok Referensi | 57 |
| Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup..... | 58 |
| Tabel IV.10 Uji Reliabilitas | 58 |
| Tabel IV.11 Analisis Regresi Linear Berganda | 59 |
| Tabel IV.12 Hasil Uji F (Simultan)..... | 60 |
| Tabel IV.13 Hasil Uji t (Parsial) | 61 |
| Tabel IV.10 Koefisien Determinasi | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar I.1 Top Brand Helm Yang Diminati di Indonesia 2019-2023..... | 4 |
| Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen | 9 |
| Gambar II.2 Kerangka Pemikiran | 30 |
| Gambar IV.1 Jenis Kelamin Responden | 51 |
| Gambar IV.2 Pendidikan Responden..... | 51 |
| Gambar IV.3 Usia Responden..... | 52 |
| Gambar IV.4 Pekerjaan Responden | 52 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioener
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Surat keterangan telah melakukan riset
- Lampiran 11 : Bukti pelunasan BPP
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 13 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 14 : Plagiat Cheker
- Lampiran 15 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 16 : Sertifikat AIK
- Lampiran 17 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Muhammad Martawi/212019085/2023/Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Helm NHK Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian helm NHK pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, 2). pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian helm NHK pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, 3). pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian helm NHK pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian asosiatif. Variabel yang digunakan adalah keputusan pembelian, kelompok referensi dan gaya hidup. Sampel yang digunakan sebanyak 70 responden mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Palembang yang memakai helm NHK *Purposive Sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan berupa dokumentasi. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil regresi linier berganda membuktikan berpengaruh positif. 1). Hasil uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian helm NHK pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, 2). Hasil uji uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian helm NHK pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, 3). Hasil uji uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian helm NHK pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Harga, Pengetahuan dan Kelompok Referensi kerja mampu berkontribusi terhadap naik turunnya keputusan pembelian sebesar 53,2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Kelompok Refrensi, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhammad Martawi/212019085/2023/The Influence of Reference Groups and Lifestyle on the Decision to Purchase NHK Helmets in Students of the University of Muhammadiyah Palembang.

This study aims to determine 1). the influence of reference groups and lifestyle on purchasing decisions for NHK helmets in Palembang Muhammadiyah University students, 2). the influence of reference groups on purchasing decisions for NHK helmets in Palembang Muhammadiyah University students, 3). the influence of lifestyle on the decision to purchase NHK helmets for Palembang Muhammadiyah University students. This type of research uses the type of associative research. The variables used are purchase decisions, reference groups and lifestyle. The sample used was 70 student respondents at the Muhammadiyah University of Palembang who wore the NHK Purposive Sampling helmet. The data used are primary and secondary data. Methods of data collection using a questionnaire and in the form of documentation. The analysis technique uses multiple linear regression. The results of multiple linear regression prove a positive effect. 1). The results of the F test show that there is an influence of reference groups and lifestyle on the decision to purchase NHK helmets for Palembang Muhammadiyah University students, 2). The results of the t-test show that there is an influence of the reference group on the decision to purchase NHK helmets for Palembang Muhammadiyah University students, 3). The results of the t-test showed that there was an effect of lifestyle on the decision to purchase an NHK helmet for Palembang Muhammadiyah University students. The results of the coefficient of determination show that the variables Price, Knowledge and Work Reference Group can contribute to the ups and downs of purchasing decisions by 53.2% while the rest is influenced by other factors outside the research.

Keywords: Reference Group, Lifestyle and Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting bagi perkembangan sebuah bisnis, penjualan produk biasanya bisa meningkat jika dibarengi dengan strategi pemasaran yang tepat. Di sisi lain, perusahaan yang menawarkan produk yang bagus tidak bisa mencapai penjualan yang maksimal apabila strategi pemasaran tidak dilakukan dengan benar kepada konsumen. Menurut Sunyoto (2019:18) Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Pemasaran memiliki keterikatan pada perilaku konsumen.

Perilaku konsumen sebagai “dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku dan lingkungan di mana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan.” Dengan kata lain, perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi. Menurut Kotler dan Keller (2017:166) perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang/organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya.

Keputusan pembelian juga merupakan salah satu faktor dalam proses pemasaran. Menurut Setiadi dalam Sunyoto (2019:323) Keputusan pembelian

adalah proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan, suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Menurut Engel dkk dalam Kusumawati (2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan adalah 1)Faktor kebudayaan (budaya, sub budaya, kelas sosial), 2) Faktor Sosial (Kelompok referensi, keluarga, Peranan dan status sosial konsumen), 3)Faktor Pibadi (Umur dan tahapan daur hidup, Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, Gaya hidup, Kepribadian dan konsep diri pembeli), 4)Faktor Psikologis (Motivasi, Persepsi, Sikap, Pengetahuan). Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi, keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, iklan, bukti fisik, orang, dan proses (Alma, 2020: 96).

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah kelompok Referensi, menurut Sumarwan (2020:305) Kelompok Referensi (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok Referensi mempengaruhi anggota setidaknya dengan tiga cara, yaitu memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri, dan menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk mereka (Kotler dan Keller 2017:170).

Selanjutnya gaya hidup seseorang juga dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian, menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017:187) *“A lifestyle is a person pattern of life as expressed in activities, interests, and*

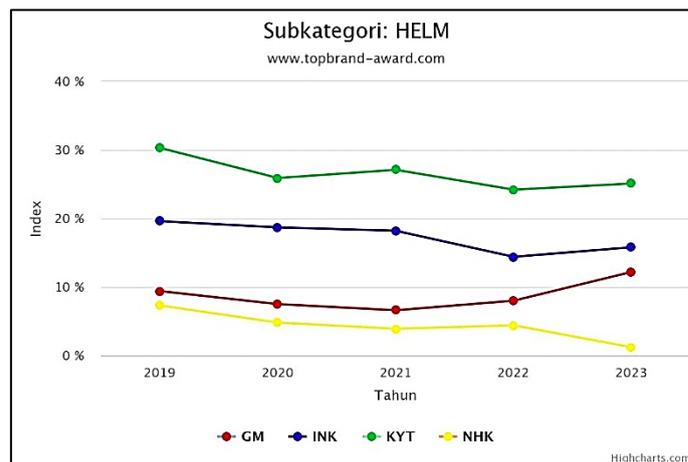
opinions. It portrays the whole person interacting with his or her environment.” Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang sebagaimana diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Ini menggambarkan orang seutuhnya berinteraksi dengan lingkungannya.

Masyarakat Indonesia mulai tumbuh beriringan dengan globalisasi ekonomi yang ditandai dengan menjamurnya berbagai jenis alat keselamatan dalam berkendara seperti helm. Seiring berjalannya waktu, para produsen helm menawarkan banyak pilihan model, motif dan warna, hingga berbagai macam bentuk, sehingga helm dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis yaitu separuh kepala (*half face*), tiga perempat (*open face / modular*), dan penuh (*full face*). Helm yang baik adalah helm yang aman dan nyaman ketika digunakan, biasanya helm semacam ini lulus persyaratan DOT (*Department Of Transportation*) atau standar eropa seperti ECE 22.0 atau SNELL, dan lulus persyaratan SNI (Standar Nasional Indonesia).

Saat ini banyak perusahaan helm baik dalam negeri maupun luar negeri yang menawarkan berbagai macam merek helm salah satunya PT Tara Kusuma Indah. PT Tara Kusuma Indah merupakan perusahaan yang telah berpengalaman lebih dari 30 tahun dalam memproduksi produk-produk keselamatan (*safety*). PT Tara Kusuma Indah memproduksi helm berkualitas dengan nama merek/brand INK, KYT, MDS di level middle up to high-end, serta merek BMC dan HIU di level low-end. Dari setiap masing-masing merek helm tersebut, perusahaan berusaha untuk membuat produk yang terbaik, sehingga helm tersebut memiliki keunggulan masing-masing dan akan sulit

bagi konsumen untuk memutuskan helm yang cocok untuk mereka. Saat ini helm sudah berkembang sebagai fashion bagi para pemotor, sehingga saat berkendara mereka juga sangat memperhatikan penampilan mereka. Produk dengan desain yang stylish, serta kualitas atau spesifikasi tinggi menjadi buruan bagi para penghobi kendaraan sepeda motor (*bikers*) khususnya remaja (Oktavianingsih & Setyawati, 2020).

Berikut hasil data yang di peroleh dari Top Brand Helm yang diminati di Indonesia selama 5 tahun sebagai berikut:



Sumber : <https://www.topbrand-award.com/>

Gambar I.1
Top Brand Helm Yang Diminati di Indonesia 2019-2023

Berdasarkan Gambar I.1 menunjukkan bahwa penggunaan berbagai merek helm di Indonesia selama 5 tahun bahwa mayoritas banyak menggunakan KYT, kemudian di posisi kedua banyak masyarakat yang menggunakan merek INK, selanjutnya posisi ketiga banyak masyarakat menggunakan GM dan posisi terendah di tempati oleh NHK yang mengalami penurunan minat dalam penggunaannya. Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan pengamatan mengenai alasan kenapa helm NHK kurang begitu di minati pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah

Palembang sebagai berikut :

Tabel I.1
Pra Riset Alasan Tidak Memilih Helm NHK

| No | Alasan Tidak memilih NHK | 20 Orang | |
|----|---|----------|-------|
| | | Setuju | Tidak |
| 1 | Helm NHK dipilih konsumen karena sangat bervariasi | 7 | 13 |
| 2 | Merek helm NHK lebih terkenal dari helm lainnya. | 5 | 15 |
| 3 | Helm NHK karena dapat dijumpai di beberapa toko-toko | 9 | 11 |
| 4 | Saya mendapatkan rekomendasi helm NHK karena sahabat. | 5 | 15 |
| 5 | Mayoritas saat kuliah teman-teman memakai helm NHK | 4 | 16 |
| 6 | Menggunakan helm NHK karena mengikuti tren seperti di media social saat ini | 7 | 13 |
| 7 | Saya menggunakan helm NHK untuk menunjang aktivitas saya. | 5 | 15 |
| 8 | Tertarik menggunakan helm NHK karena sesuai jenis motor yang digunakan. | 6 | 14 |
| 9 | NHK begitu nyaman saat digunakan sehingga berminat memilikinya | 3 | 17 |

Sumber: Hasil prariset mahasiswa, 2023.

Berdasarkan Tabel I.1 mengenai jawaban alasan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang kurang berminat memilih helm NHK dikarenakan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian

Hasil jawaban diperoleh bahwa helm NHK tidak dipilih konsumen karena kurang bervariasi, Merek helm NHK masih belum terkenal dari helm lainnya dan Helm NHK masing jarang dijumpai di beberapa toko-toko. Hal ini membuktikan bahwa terdapat fenomena pada keputusan pembelian.

2. Kelompok Referensi

Hasil jawaban diperoleh bahwa sahabat tidak merekomendasikan helm tersebut untuk digunakan, Hanya sedikit saat kuliah teman-teman memakai

helm NHK dan Sahabat media social tidak mengikuti tren menggunakan helm NHK. Hal ini membuktikan bahwa terdapat fenomena pada kelompok referensi.

3. Gaya Hidup

Hasil jawaban diperoleh bahwa gaya hidup seorang terbukti dengan adanya alasan menggunakan helm NHK untuk menunjang aktivitas, Kurang tertarik menggunakan helm NHK karena tidak sesuai jenis motor yang digunakan dan Menurut opini bahwa Helm NHK tidak memiliki bobot ringan sehingga tidak nyaman. Hal ini membuktikan bahwa terdapat fenomena pada gaya hidup.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Helm NHK Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian helm NHK pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Apakah ada pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian helm NHK pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?

3. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian helm NHK pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian helm NHK pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian helm NHK pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian helm NHK pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Bermanfaat sebagai bahan penambahan ilmu dan sebagai bahan acuan, perbandingan untuk dapat dimanfaatkan sebagai salah satu informasi untuk penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta
- Asiati Diah Isnaini, Fitriah Wani, Safitri Ervita, nurahmi Maftuhah Nurahmi dan Choiriyah. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri Hasan, Iqbal (2017). *Statistik II*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Indrawati, P. D., Wai, C. K., Ariyanti, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M. M., Tohir, L. M., ... & Yuliansyah, S. (2017). *Perilaku konsumen individu dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi*. First print. Bandung. PT Refika Aditama.
- Kothler, Philip, Amstrong. (2018). *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas.
- Kusumawati, N. N. (2019). *pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah di bri syariah kcp ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian Helm Kbc. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145-154.
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta
- Oktavianingsih, I., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh kelompok acuan, gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm merek INK. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 619-630.
- Setiadi, J. Nugroho. 2019. *Perilaku Konsumen: Edisi Pertama*. Cetakan Ketuju. Jakarta: Prenadamedia Group
- Setiawan, A. (2019). *Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Helm Ink Di Purwokerto* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta

- Sumarwan, Ujang. (2020). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan 2 Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. (2020). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wibowo, A. F., & Riyadi, E. S. H. (2017). Pengaruh gaya hidup, prestise dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Taiwan Tea House Semarang).
- Zahiroh, N., & Muzdalifah, L. (2022, September). Pengaruh Kelompok Referensi Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek Kyt Melalui Wom (Word Of Mouth). In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 6, pp. 3468-3483).