

## ABSTRACT

*This research aims to know the influence of life style, group references and social class on buying decision. The object for this research is college student of Mercu Buana university in South Meruya, West Jakarta. This research was done to 100 respondents by using quantitative-descriptive approach. Thus, data analysis which is used is statistics in the form of double linear regression test. This research design is causal and sampling technique of this research is purposive sampling.*

*The result of this research shows that in partially the variable of life style and class social significantly influence on buying decision of brand shoe Vans on college student of Mercu Buana university with the  $t$  count  $\geq t$  table value that is  $(3.687 \geq 1.98498)$  and  $(3.855 \geq 1.98498)$ , and just the variable of group references in partially not significantly influence on buying decision of brand shoe Vans on college student of Mercu Buana university with the  $t$  count  $\leq t$  table value that is  $(1.075 \geq 1.98498)$ , and while simultaneously the variable of life style, group references and class social significantly influence on buying decision of brand shoe Vans on college student of Mercu Buana university with the  $F$  count  $\geq F$  table value that is  $(40.809 \geq 2.70)$ . It has been proven from the result significantly of ( $F$ ) simoultant test shows smaller than 0,05 is as 0,000 and the result of ( $t$ ) partial test variable of life style and class social shows smaller than 0,05 is as 0,000, and just variable of group references shows greater than 0,05 is as 0,285. In the test the coefficient of determination ( $R^2$ ) 54,7% purchase decision can be explained by the variable product differentiation, brand image, and price. While 45,3% of purchase decisions can be explained by other variables besides these three variables.*

*Keywords: life styles, group references, class social, buying decision.*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kelompok referensi dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Mercu Buana yang berlokasi di Meruya Selatan, Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda. Desain penelitian yang digunakan adalah kausal dan teknik pengambilan sampel yaitu dengan *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup dan kelas sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Vans pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana dengan nilai  $t$  hitung  $\geq t$  tabel yaitu ( $3.687 \geq 1.98498$ ) dan ( $3.855 \geq 1.98498$ ), dan hanya variabel kelompok referensi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Vans pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana dengan nilai  $t$  hitung  $\leq t$  tabel yaitu ( $1.075 \leq 1.98498$ ), Sedangkan secara simultan variabel gaya hidup, kelompok referensi dan kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Vans pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana dengan nilai  $F$  hitung  $\geq F$  tabel yaitu ( $40.809 \geq 2.70$ ). Hal ini juga dibuktikan dari nilai signifikansi uji simultan (uji  $F$ ) lebih kecil dari 0,5 yaitu sebesar 0,000 dan hasil uji parsial (uji  $t$ ) gaya hidup dan kelas sosial lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 sedangkan hanya kelompok referensi yang lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,285. Pada uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) 54,7% keputusan pembelian dapat dapat dijelaskan oleh variabel gaya hidup, kelompok referensi dan kelas sosial. Sedangkan 45,3% keputusan pembelian dapat dijelaskan dari variabel lain selain ketiga variabel tersebut.

Kata kunci: gaya hidup, kelompok referensi, kelas sosial, keputusan pembelian.