

ABSTRACT

This study aims to determine the effect Lifestyle, Reference Group and Trust Buying Decision Against Zalora sites. This research was conducted against 170 respondents using quantitative descriptive approach. Sample this study is a student / i University of Mercu Buana The ever shopped at Zalora. This study uses a sampling method in Sampling Convenience metode data collection using a questionnaire (questionnaire) and data obtained from the research is a survey research field through the statistical analysis used is using structural equation model based Partial Least Square (Smart-PLS). The results of this study indicate that partial, variable Lifestyle and Faith influential Against Zalora Purchasing decision on the site but does not affect the variable Reference Group Buying Decision Against Zalora. This is evidenced from the findings of the partial test (test R) that showed significant values of two variables which supports the hypothesis and one independent variable Yang showed the value is not significant and does not support the hypothesis. Therefore, the results of the test findings of this study stated that influences of the partial Operates between variables and Faith Lifestyle Buying Decision Against Zalora And Reference Group site does not affect the partial terhadap Buying Decision Zalora sites.

Keywords: Lifestyle, Reference Group, Trust and Purchase Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kelompok referensi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian situs Zalora. Penelitian ini dilakukan terhadap 170 responden dengan menggunakan Pendekatan Deskriptif Kuantitatif. Sampel Penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Mercu Buana yang pernah berbelanja di Zalora. Penelitian ini menggunakan metode sampling dalam Convenience sampling menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (angket) dan data yang diperoleh dari penelitian berupa melalui survei penelitian lapangan maka analisis statistik yang dipergunakan adalah menggunakan metode structural equation model yang berbasis Partial Least Square (Smart-PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel gaya hidup dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian situs Zalora namun variabel kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Zalora. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (uji R) yang menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesa dan satu variabel bebas yang menunjukkan nilai tidak signifikan dan tidak mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian situs Zalora dan kelompok referensi tidak berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian situs Zalora.

Kata kunci: Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian

