

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, kelompok referensi dan komunikasi pemasaran terhadap keputusan melakukan tindakan LASIK di Klinik Mata Nusantara. Objek dalam penelitian ini adalah pasien yang sudah melakukan tindakan LASIK di Klinik Mata Nusantara. Penelitian ini dilakukan terhadap 95 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk metode SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan program *Partial Least Square (SmartPLS* versi 3.0). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam hubungan antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam hubungan antara komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian. Semua variabel memiliki nilai t-statistik lebih dari 1,96.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Komunikasi Pemasaran dan Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of lifestyle, reference group and marketing communication on the decision to take LASIK actions at the Nusantara Eye Clinic. The objects in this study were patients who had performed LASIK at Nusantara Eye Clinic. This research was conducted on 95 respondents using a quantitative descriptive approach. The data analysis used is statistical analysis in the form of SEM (Structural Equation Modeling) with Partial Least Square (SmartPLS version 3.0). The results showed that lifestyle variables had a positive and significant effect on purchase decision, there were positive and significant influences in the relationship between reference group on purchase decision, there was a positive and significant effect on the relationship between marketing communication on purchase decision. The variables having a t-statistic value of more than 1.96.

Keywords: Lifestyle, Reference Group, Marketing Communication and Purchase Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA