

ABSTRAK

Penelitian ini menguji tentang kelompok referensi, kualitas produk, keragaman produk yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Toko Arshaka. Metode penelitian ini adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Toko Arshaka. Dengan sampel penelitian sebanyak 110 responden dengan metode *Convenience Sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kelompok referensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Arshaka.

Kata Kunci: *Kelompok Referensi, Kualitas Produk, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study examines reference group, product quality, product diversity that influence customer purchase decision Toko Arshaka. This research method is causal research with a quantitative approach. The population of this study are a consumer Toko Arshaka. With a research sample of 110 respondents with the Convenience Sampling method. The data analysis method used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with a Smart-PLS analysis tool. The results of this study show that the variables of reference group have a positive significant effect on consumer purchase decision, product quality have a positive significant effect on consumer purchase decision and product diversity have a positive significant effect on consumer purchase decision at Toko Arshaka.

Keywords: Reference Group, Product Quality, Product Diversity, Purchase Decision.

