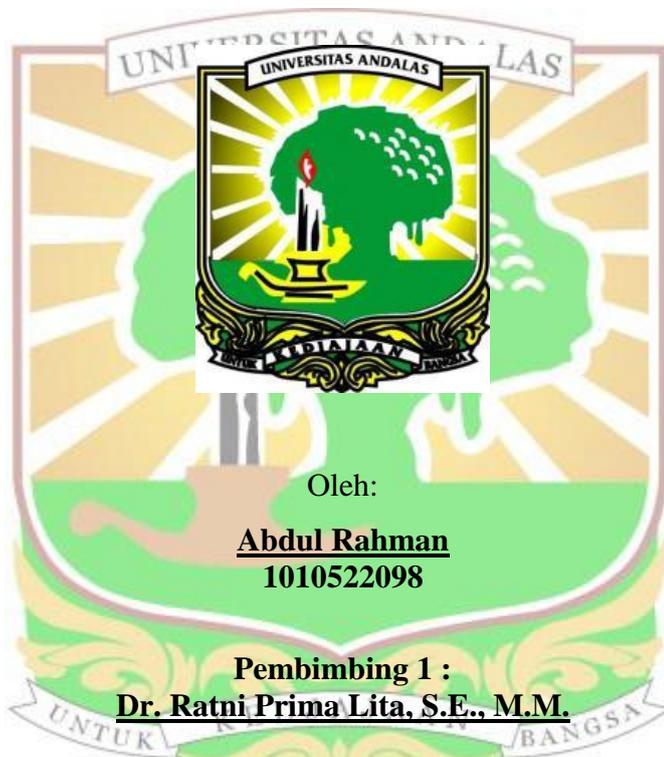


**PENGARUH KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada
Program Studi S1 Jurusan Manajemen**



Oleh:

Abdul Rahman

1010522098

Pembimbing 1 :

Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M.

Pembimbing 2 :

Ranny Fitriana Faisal, B.P.M., M.H.R.M.

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH**

2017

No. Alumni Universitas	ABDUL RAHMAN	No. Alumni Fakultas
a).Tempat/tanggal lahir: Bukittinggi/ 11 Agustus 1992, b). Nama Orang Tua: Sufriadi dan Emeli, c).Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No. BP: 1010522098, f). Tanggal Lulus: 20 Juli 2017, g).Predikat Lulus: Memuaskan, h). IPK: 2,86 i). Lama Studi: 6 tahun 11 bulan, j). Alamat Orang Tua: Jl. Diponegoro No. 25, Kelurahan Tarok Dipo, Kecamatan Guguak Panjang, Kota Bukittinggi.		

PENGARUH KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KOTA BUKITTINGGI

Skripsi oleh Abdul Rahman

Pembimbing 1 : Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M.

Pembimbing 2 : Ranny Fitriana Faisal, B.P.M., M.H.R.M.

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh semakin berkembangnya pariwisata menjadi titik tumbuh kembangnya ekonomi masyarakat sehingga penjualan suatu produk akan mengalami peningkatan setiap perilaku pembelian memiliki acuan tersendiri seperti kelompok acuan (orang tua, teman sebaya, saudara dan selebriti). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Kota Bukittinggi. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang membeli produk Eiger di Kota Bukittinggi, mengambil sampel sebanyak 170 orang yang menggunakan produk Eiger. Menggunakan teknik *nonprobability sampling* atau *sampling nonrandom*. Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Memperoleh data dari kuisioner yang disebarkan kepada konsumen yang menggunakan produk Eiger di Kota Bukittinggi. Penelitian ini memiliki variable bebas (orang tua, teman sebaya, saudara dan selebriti) dan variabel terikat (keputusan pembelian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel orang tua dan selebriti tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dan variable teman sebaya dan orang tua memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa dari keempat variabel yang diteliti, teman sebaya dan saudara yang menjadi pertimbangan utama bagi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Eiger di Kota Bukittinggi.

Keyword : Kelompok Acuan (orang tua, temansebaya, saudaradanselebriti) dan Keputusan Pembelian Konsumen

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 20 Juli 2017. Abstrak telah disetujui oleh Penguji dan Pembimbing:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama	Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M.	Ranny Fitriana Faisal, B.P.M., M.H.R.M.	Faisal Ali Ahmad, S.P., M.Si.	Erizal, N, S.E., M.M.

Mengetahui,

Koor. FEUA II Payakumbuh

: **Lukman, S.E.,M.Si.**

NIP: 196411231993031003

TandaTangan

No. Alumni Fakultas	Petugas Fakultas / Universitas
	Nama Tanda Tangan

No. Alumni Universitas

Nama Tanda Tangan

