

PENGARUH GAYA HIDUP, KELOMPOK REFERENSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE DI KOTA PADANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas




PROGRAM S1 INTAKE MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2019

	No. Alumni Universitas :	FAYUNI SYAFIRA	No. Alumni Fakultas :
	a). Tempat/Tgl Lahir: Padang/ 01 Juni 1994, b). Nama Orang Tua: Syafruddin Kotto dan Nurbaeni Harahap., c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No Bp : 1510526011, f). Tanggal Lulus: 16 Januari 2019, g). IPK 3,18 h). Predikssi Kelulusan: Sangat Memuaskan, i). Lama Studi: 3 Tahun 5 Bulan, j). Alamat: Jalan Angkasa Puri no 8 RT001 RW001 Tunggul Hitam, Padang, Sumatera Barat.		

PENGARUH GAYA HIDUP, KELOMPOK REFERENSI, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE DI KOTA PADANG




*Skripsi S1 oleh: Fayuni Syafira
Pembimbing: Ma'ruf, SE, M.Bus, M.Phil, DBA*

ABSTRAK

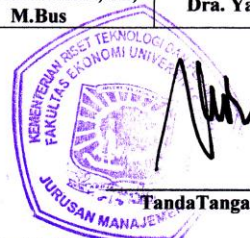
Perkembangan bisnis dibidang produk herbal semakin pesat. Hal ini ditandai oleh kesadaran konsumen dalam memperhatikan kesehatan hidup mulai meningkat. salah satu cara untuk menjaga kesehatan adalah dengan mengkonsumsi nutrisi sehat yang terbuat dari bahan alami atau yang disebut herbal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, kelompok referensi, dan brand image terhadap keputusan pembelian produk herbalife di Kota Padang. Populasi penelitian ini adalah masyarakat di Kota Padang yang pernah membeli herbalife. Sample penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini meneliti sebanyak 120 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis dengan Uji t dan Uji Koefisien Determinasi. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa gaya hidup, kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,769 berarti pengaruh gaya hidup, kelompok referensi, dan brand image terhadap keputusan pembelian sebesar 76,9%. dan sebesar 23,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Brand Image, Keputusan Pembelian

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal 16 Januari 2019. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Ma'ruf, SE, M.Bus, M.Phil, DBA	Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus	Dra. Yanti, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Verinita, SE., M.Si
NIP : 197208262003122004

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas
No. Alumni Fakultas	Nama: Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama: Tanda Tangan: