

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK ACUAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE SAMSUNG DI  
POLRES BELAWAN**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**ADE RIZKY SAHPUTRA  
178320213**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/12/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/12/22

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK ACUAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE SAMSUNG DI  
POLRES BELAWAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area

**OLEH :**

**ADE RIZKY SAHPUTRA**

**NPM : 178320213**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/12/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/12/22

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Polres Belawan  
Nama : ADE RIZKY SAHPUTRA  
NPM : 178320213  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komis Pembimbing




(Yuni Syahputri, SE, M.Si)  
Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Rafiqi, BBA (Hons), MMgt Ph.D, CIMA)  
Dekan



(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)  
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 26/September/2022

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dan berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Polres Belawan”. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan, atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisa ilmiah.

Saya bersedia menerima saksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya palgiat dalam skripsi ini.

Medan, 26 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Ade Rizky Sahputra  
NPM. 17 832 0213

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS/ UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ade Rizky Sahputra

NPM : 17 832 0213

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Polres Belawan”. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/Formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada tanggal : 26 September 2022  
Yang, menyatakan,

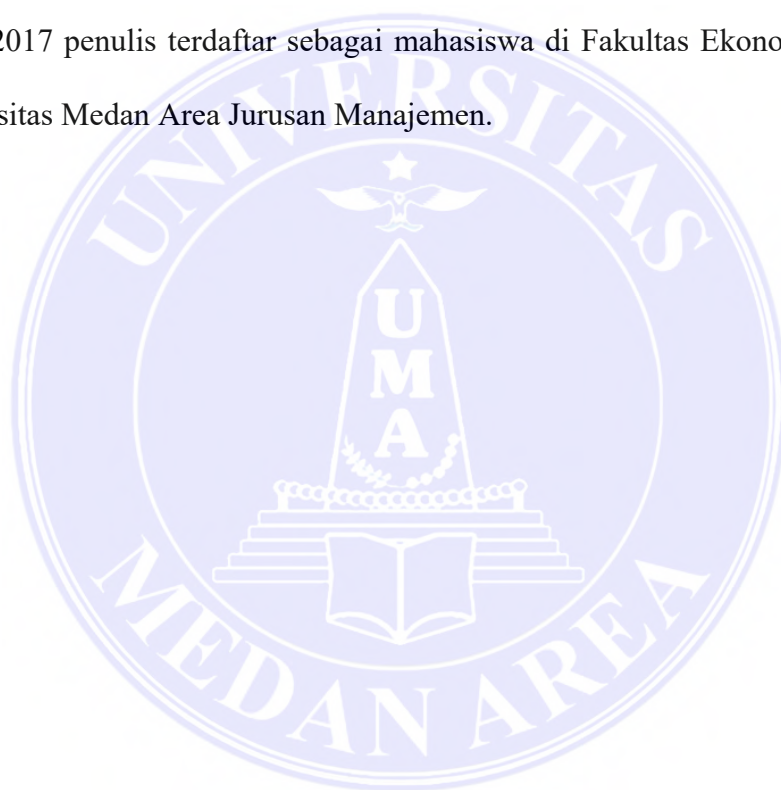


ADE RIZKY SAHPUTRA  
NPM. 17 832 0231

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Medan, Provinsi Sumatera Utara, pada tanggal 07 Mei 1999 dari Ayah Gunawan, S.H dan Ibu Erika Fauziah Lumban Tobing. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, adik pertama Adella Natasya Fitri dan adik kedua Arif Gun Lutfi.

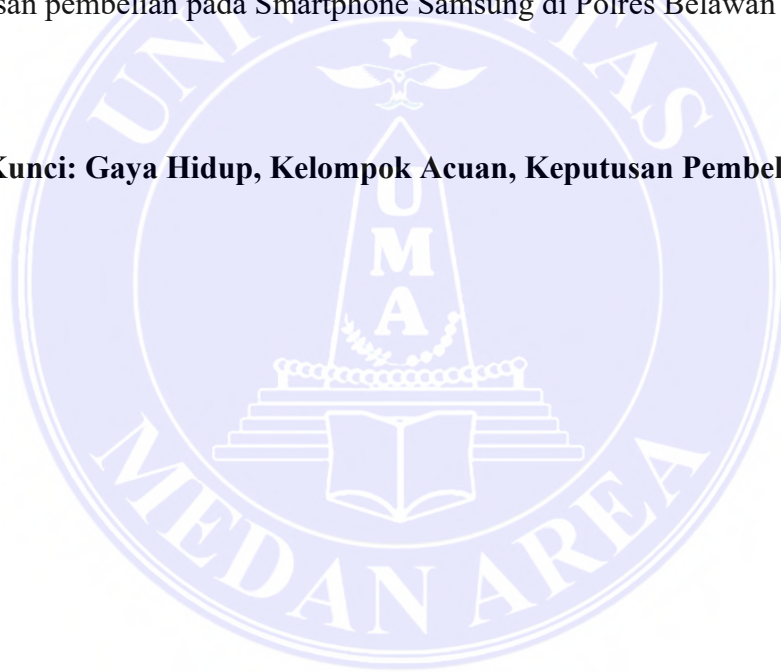
Tahun 2016 penulis lulus dari SMA Swasta Harapan Mandiri dan pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Jurusan Manajemen.



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Di Polres Belawan”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian polisi dan polwan yang berjumlah 150 orang dengan menggunakan teknik rumus slovin, maka diketahui jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 109 responden yang diambil dari sebagian populasi. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana taraf signifikan  $\alpha$  5% nilai nilai  $t_{hitung}$  3,458 >  $t_{table}$  1,659 dan nilai *p-value* pada kolom sig. 0,000 < 0.05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Smartphone Samsung di Polres Belawan taraf signifikan  $\alpha$  5% nilai nilai  $t_{hitung}$  6,015 >  $t_{table}$  1,659 dan nilai *p-value* pada kolom sig. 0,000 < 0.05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap signifikan terhadap keputusan pembelian pada Smartphone Samsung di Polres Belawan

**Kata Kunci: Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Keputusan Pembelian.**



## ABSTRACT

*This study aims to determine "The Influence of Lifestyle and Reference Groups on Decisions to Purchase Samsung Smartphones at Belawan Police". The type of research used is quantitative associative research. The population in the research of police and policewomen amounting to 150 people using the Slovin formula technique, it is known that the number of samples to be studied is 109 respondentstaken from part of the population. Based on the results of hypothesis testing (ttest) that lifestyle variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. Where the significance level is 5%, the tcount value is 3,458 > ttable 1,659 and the p-value is in the sig column. 0.000 < 0.05 means significant. This explains that the reference group has a positive and significant effect on purchasing decisions on Samsung Smartphones at the Belawan Police, a significant level 5%, the calculated value is 6.015 > table 1.659 and the p-value is in the sig column. 0.000 < 0.05 means significant. This explains that the reference group has a positive and significant effect on purchasing decisions on Samsung Smartphones at the Belawan Police Station*

**Keywords: Lifestyle, Reference Group, Purchase Decision.**



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Di Polres Belawan ”**. Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucap terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Terimakasih kepada kedua orang tua saya serta adik saya yang selama ini membantu dan memberikan semangat kepada saya dalam menulis skripsi ini yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya, dalam bentuk doa maupun materi dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. Kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt Ph,D, CIMA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

3. Ibu Sari Nuzullina R, SE. AK, M.Acc, selaku wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat merangkap Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Rizca Amelia SE, M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area sekaligus dosen sekretaris saya dalam yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menuntun serta memberikan arahan dan bimbingan didalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Wan SUriyani, SE, M.Si, Selaku Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area sekaligus Ketua Sidang saya yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan saran dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Ibu Rana Fathinah, SE, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Kerjasama dan Sistem Informasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
7. Ibu Nindya Yunita S.pd. M,si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, MSc, Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen.
9. Bapak H. Syahriandi SE, M.Si. Selaku Dosen Pembanding saya yang telah meluangkan waktunya untuk menuntun serta memberikan saran, kritik, bantuan dan arahan selama pengerjaan skripsi saya.

10. Ibu Yuni Syahputri Selaku Dosen Pembimbing saya yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
12. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
13. Untuk teman-teman tersayang dan orang terdekat saya Maulidya sari dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah bersedia meluangkan waktu dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, 29 Agustus 2022



Ade Rizky Sahputra

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN PERANYATAAN .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PERANYATAAN PUBLIKASI.....</b>	<b>III</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VVI</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    LATAR BELAKANG .....	1
1.2.    RUMUSAN MASALAH .....	5
1.3.    TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.4.    MANFAAT PENELITIAN .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>7</b>
2.1.    KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	7
2.1.1.    Pengertian Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2.    Proses Keputusan Pembelian .....	7
2.1.3.    Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	10
2.1.4.    Indikator Keputusan Pembelian .....	11
2.2.    GAYA HIDUP .....	11
2.2.1.    Pengertian Gaya Hidup .....	11
2.2.2.    Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	12
2.2.3.    Indikator Gaya Hidup.....	15
2.3.    KELOMPOK ACUAN .....	16
2.3.1.    Pengertian Kelompok Acuan .....	16
2.3.2.    Jenis-Jenis Kelompok Acuan .....	17
2.3.3.    Indikator Kelompok Acuan.....	17
2.4.    PENELITI TERDAHULU .....	18
2.5.    KERANGKA KONSEPTUAL.....	19
2.6.    HIPOTESIS.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1.    JENIS, LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN.....	23
3.1.1.    Jenis Penelitian.....	23
3.1.2.    Lokasi Penelitian.....	23
3.1.3.    Waktu Penelitian .....	23
3.2.    POPULASI DAN SAMPEL .....	24

3.2.1.	Populasi.....	24
3.2.2.	Sampel.....	24
3.3.	DEFENISI OPERASIONAL.....	25
3.4.	JENIS DAN SUMBER DATA.....	27
3.4.1.	Jenis Data.....	27
3.4.2.	Sumber Data.....	27
3.5.	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	28
3.6.	TEKNIK ANALISIS DATA.....	28
3.6.1.	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	28
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.6.3.	Uji Hipotesis.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>33</b>
4.1.	DESKRIPSI RESPONDEN.....	33
4.1.1.	Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.1.2.	Karateristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.1.3.	Karateristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	34
4.2.	PENYAJIAN DATA ANGKET.....	35
4.3.	TANGGAPAN RESPONDEN.....	35
4.3.1.	Variabel Gaya Hidup.....	35
4.3.2.	Variabel Kelompok Acuan.....	36
4.3.3.	Variabel Keputusan Pembelian.....	37
4.4.	TEKNIK ANALISIS DATA.....	37
4.4.1.	Uji Validitas.....	38
4.4.2.	Uji Reabilitas.....	39
4.5.	UJI ASUMSI KLASIK.....	40
4.5.1.	Uji Normalitas.....	40
4.5.2.	Uji Histogram.....	41
4.5.3.	Normality Probability Plot.....	42
4.5.4.	Uji Multikolinearitas.....	43
4.5.5.	Uji Heterokesdastisitas.....	43
4.6.	UJI STATISTIK.....	44
4.7.	UJI HIPOTESIS.....	46
4.7.1.	Uji Parsial (Uji T).....	46
4.7.2.	Uji Simultan (Uji F).....	48
4.7.3.	Koefisien Determinasi.....	48
4.8.	PEMBAHASAN.....	49
4.8.1.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>51</b>
5.1.	KESIMPULAN.....	51
5.2.	SARAN.....	51

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>54</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	24
Tabel 3.2 Defenisi dan Operasional Variabel .....	26
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket .....	29
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan .....	35
Tabel 4.4 Jawaban Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ).....	36
Tabel 4.5 Jawaban Variabel Kelompok Acuan ( $X_2$ ).....	37
Tabel 4.6 Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Data .....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas Variabel .....	41
Tabel 4.9 One-Sampel Kolmogrov –Smirnov Test.....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas .....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Linear Berganda .....	47
Tabel 4.12 Uji Parsial (Uji T) .....	49
Tabel 4.13 Uji Simultan (Uji F) .....	50
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 4.1 Grafik Histogram .....	43
Gambar 4.2 Grafik Normality Probability Plot.....	44
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	46





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner .....	56
Lampiran Data Kuesioner .....	60
Lampiran Surat Izin Riset .....	70
Lampiran Surat Balasan Izin Riset.....	71



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkembang pesat di Indonesia. Adapun sektor-sektor yang juga ikut mengalami kemajuan, seperti alat komunikasi, teknologi informasi, industri, dan sektor lainnya. Salah satunya adalah perkembangan smartphone (telepon pintar) yakni semakin banyak dan beragamnya produk smartphone yang ditawarkan oleh perusahaan. Setiap perusahaan akan selalu melakukan pengembangan suatu produk yang akan dipasarkan, yakni menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dimasa yang akan datang.

Pengembangan pada produk yang dilakukan oleh setiap perusahaan yang bergerak dalam industri *smartphone* baik itu dari segi desain (bentuk) yang memiliki fitur, canggih, ukuran, fasilitas kegunaan, harga yang cukup terjangkau, dan lain sebagainya. Seiring berjalannya waktu banyak perusahaan yang masuk ke kelas *smartphone* membentuk persaingan bisnis *smartphone* bertambah semakin ketat. Setiap merek merilis banyak seri dan dan yang bervariasi serta memberikan berbagai manfaat dan keunggulan dari setiap produk tersebut.

Pada dasarnya keputusan pembelian merupakan tindakan atau perilaku seorang konsumen dalam melakukan pembelian dan mempertimbangkan jadi atau tidaknya untuk membeli atau transaksi, beberapa jumlah konsumen yang melakukan pengambilan keputusan dapat menjadi salah satu bentuk tercapai atau tidaknya dalam tujuan perusahaan.

Menurut Balawera (2013) Keputusan pembelian adalah konsep dari perilaku konsumen untuk memutuskan dan bertindak dalam melakukan pembelian ataupun dalam pemanfaatan produk atau jasa tersebut. Keputusan pembelian konsumen dilakukan dalam memilih produk yang ingin dan dibutuhkan oleh konsumen. Dalam kegiatan keputusan pembelian dianggap hal utama yang dapat dipertimbangkan konsumen untuk memilih produk ialah dengan melihat atribut produk. Atribut produk memiliki 2 peran dikatakan penting bagi seorang individu konsumen dapat melakukan keputusan pembelian. Dimana suatu produk tentu memiliki beberapa unsur atribut produk yang dapat dilakukan atau memberi pengaruh terhadap konsumen dengan melakukan keputusan pembelian diantaranya kualitas produk, harga, merek, dan fitur. Tersebut merupakan hal-hal yang dapat menjadi pertimbangan paling utama pada konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Gaya hidup dapat mempengaruhi minat konsumen kepada suatu produk dan produk yang mereka beli haruslah dapat mengekspresikan gaya hidup mereka. Gaya hidup adalah suatu pola hidup seorang individu yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup dapat memberitahukan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang, dan menggunakan waktunya. Kemudian, gaya hidup seseorang dapat berubah sewaktu-waktu. Perubahan yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu perkembangan sosial budaya masyarakat, pergeseran bidang pekerjaan, perkembangan tingkat pendidikan serta pengaruh perkembangan teknologi dan budaya yang datang dari luar.

Gaya hidup adalah sebuah konsep yang lebih mudah terukur dibandingkan dengan konsep kepribadian. Setiadi (2013) mendefinisikan gaya hidup seperti

syarat hidup yang dapat diidentifikasi oleh seseorang individu dalam menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang dilihat penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang dapat mempengaruhi pikiran pada diri sendiri dan juga lingkungan di sekitarnya (pendapat).

Menurut Peter dan Olson (2005) kelompok acuan merupakan dua atau lebih orang yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam perbandingan atau titik referensi yang menghasilkan tanggapan, kepercayaan dan perilaku seseorang. Seseorang memilih untuk bergabung dengan kelompok acuan tertentu untuk tiga alasan: pertama, demi memperoleh pengetahuan yang berharga; kedua, demi memperoleh penghargaan atau menghindari hukuman; ketiga, demi meningkatkan perilaku pribadi. Dari ketiga hal tersebut dapat menggambarkan pengaruh yang diberikan grup referensi.

Contoh salah satu perusahaan smartphone di Indonesia PT. Samsung Elektronik Indonesia. Perusahaan manufaktur elektronik ini berasal dari Korea Selatan yang sudah berdiri selama 25 tahun di Indonesia. Samsung adalah perusahaan *smartphone* yang dapat melakukan produksi *smartphone* berbasis android. Android merupakan suatu *Operating System* (OS) yang telah dikembangkan oleh Google sebagai *Mobile Device* atau biasa dikenal dengan penyebutan *smartphone*. Salah satu diantara kelebihan android merupakan yang memiliki ketersediaan aplikasi diantara berbagai macam kategori: Sosial, hiburan dan permainan, dsb.

Setelah peneliti melakukan survey terlebih dahulu terhadap permasalahan yang berhubungan dengan gaya hidup dan kelompok acuan berhubungan dengan

keputusan pembelian adalah karena dizaman sekarang perusahaan smartphone banyak berlomba-lomba membuat suatu yang berbeda dari perusahaan smartphone lainnya. Seperti perusahaan smartphone Samsung dan Apple, perubahan produk yang dilakukan kedua perusahaan smartphone besar tersebut baik dari segi desain (bentuk) yang cantik, ukuran, kecanggihan, fasilitas kegunaan dan harga yang bervariasi. Diantara perusahaan tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan masing masing, banyak konsumen yang menyatakan bahwa camera Iphone lebih bagus dari pada Samsung, ketahanan baterai Samsung dan Iphone jauh lebih hemat Samsung di bandingkan Iphone karena mesinnya sangat cepat panas, kecepatan loading yang di miliki Iphone jauh lebih cepat dari pada Samsung, kebanyakan konsumen yang ingin memiliki keamanan smartphone yang paling aman yaitu Iphone karena Iphone memiliki keamanan yang tidak akan pernah bisa di retas oleh sembarang orang karena setiap produk iphone memiliki kata sandi untuk setiap melakukan hal aktivitas yang berbeda dari biasanya. Dan harga jual kembali samsung lebih tinggi harga jual samsung dibandingkan iphone harga jual ulangnya turun hampir 50%. Jadi smartphone samsung kebanyakan digunakan oleh orang tua tetapi anak muda juga ada karena mungkin mereka lebih mementingkan ketahanan lamanya sebuah produk, berbeda dengan pengguna iphone yang lebih mementingkan fashion atau camera yang katanya jernih dan mulus.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan ?
2. Apakah kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan ?
3. Apakah gaya hidup dan kelompok berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis untuk menambah wawasan dan khususnya mengenai pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan.

2. Bagi peneliti lain penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi mengenai pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan.
3. Bagi akademis, hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dengan gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan.



## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### 2.1. Keputusan Pembelian

##### 2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian

Kegiatan membeli dan mengkonsumsi suatu terlebih dahulu seorang konsumen melakukan keputusan mengenai produk apa yang diperlukan, kapan, bagaimana dan dimana proses pembelian atau konsumsi itu akan terjadi. Dengan kata lain yang diperlukan dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) Keputusan pembelian adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen betul-betul membeli. Menurut Sciffman dan Kanuk (2002) mengartikan suatu keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu tindakan pilihan yaitu dua atau lebih menjadi pilihan alternative.

Dari beberapa pengertian Kotler dan Armstrong (2001) dan Sciffman dan Karuk (2002) yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan keputusan pembelian yaitu suatu proses pengambilan keputusan konsumen atas pembelian yang akan menentukan dibeli atau tidaknya pembelian tersebut yang diawali oleh kesadaran atas pemenuhan atau keinginan.

##### 2.1.2. Proses Keputusan Pembelian

Menurut Prof.Dr.H. Bachari Alma (2009) ada beberapa proses dalam pengambilan keputusan pembelian, yaitu :



### 1. *Need Recognition* (Pengenalan Kebutuhan)

Kebutuhan dapat dipicu oleh rancangan internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang seperti rasa lapar, haus, seks, timbul pada tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi dorongan. Kebutuhan juga dapat dipicu oleh ransangan eksternal misalnya ingin mentraktir teman, atau karena faktor iklan makanan tertentu.

### 2. *Information Search* (pencarian Informasi)

Pencarian informasi merupakan bagian proses keputusan pembelian dimana konsumen hendak mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara lebih aktif.

Pencarian informasi mengenai ingin membeli apa, model bagaimana, dimana, dsb, maka seseorang mencari informasi yang dapat diperoleh dari sumber pribadi seperti keluarga, teman, dan rekan. Dari sumber komersial seperti iklan, tenaga penjual, melihat display. Dari sumber publik seperti media masa, koran, televisi, dan radio. Dan dari pengalaman masa lalu, pernah menggunakan suatu produk, atau melihat produk tersebut.

### 3. *Evaluation of Alternatives* (Evaluasi Alternatif)

Dalam hal ini konsumen sangat berbeda evaluasinya karena bergantung pada pilihan atribut produk, sesuai atau tidak dengan keinginan mereka. Juga konsumen berlainan tingkat pemenuhan kebutuhan mereka, ada yang sangat memerlukan, ada yang tidak begitu memerlukan, dan masih bisa ditunda lain kali. Kemudian faktor merek juga sangat memastikan alternatif, karena ada konsumen yang sudah sangat fanatik terhadap suatu

merek, sulit untuk beralih ke merek lain. Akhirnya pertimbangan konsumen ialah kepuasan total terhadap alternatif yang ia ambil.

#### 4. *Purchase Decision* (Keputusan Pembelian)

Keputusan pembelian adalah terhadap tahap yang perlu diambil sesudah melalui tahapan diatas. jika konsumen mengambil keputusan, maka ia akan memiliki serangkaian keputusan terkait jenis produk, merek, kualitas, model, waktu harga, cara, pembayaran, dsb. Kadang-kadang dalam pengambilan keputusan ini ada saja pihak lain yang memberi pengaruh terakhir, yang harus dipertimbangkan kembali, sehingga dapat merubah seketika keputusan semula.

#### 5. *Postpurchase Behavior* (Perilaku Pasca Pembelian)

Perilaku pasca pembelian ini sangat ditentukan oleh pengalaman konsumen di dalam mengkonsumsi barang yang ia beli. Apakah ia bakal puas atau kecewa, jadi tergantung atas jarak ekspektasi dengan kenyataan yang dihadapi. Jika kenyataannya tidak puas, maka ia akan kecewa. Jika kenyataannya lebih bagus dari yang diharapkan dengan yang dialami, berarti puas, jika kenyataannya lebih bagus dari yang diharapkan maka akan sangat gembira. Biasanya ekspektasi konsumen makin besar, karena mendengar cerita penjual, atau karena komentar temen-temannya tentang produk itu sangat bagus, dan apabila tidak benar, maka ia akan sangat kecewa. Oleh sebab itu tidak perlu penjual terlalu berlebihan mengatakan keunggulan produknya, supaya jarak antara harapan dan kenyataan yang dialami konsu

men tidak terlalu jauh, sehingga konsumen merasa puas, akhirnya terjalin hubungan yang baik.

### **2.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Menurut Setiadi (2003) keputusan pembelian yang hendak dilakukan oleh konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis, berikut penjelasannya.

#### **1. faktor kebudayaan**

Adalah faktor yang menentukan atau melandasi kemauan dan perilaku seseorang. Faktor kebudayaan mempunyai dampak yang paling luas dan paling dalam atas perilaku konsumen. Pemasaran harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, sub-budayanya, dan kelas sosial pembeli.

#### **2. Faktor Sosial**

Terdiri atas kelompok referensi, keluarga seras peran dan status seseorang di dalam lingkungannya. Perilaku konsumen juga dapat terpengaruh oleh beberapa faktor-faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen.

#### **3. Faktor Pribadi**

Adalah faktor yang terdiri dari dasar umur dan tahapan pada siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Keputusan pembelian seseorang juga dipengaruhi terhadap karakteristik pribadi yaitu umur dan tahap daur-hidup pembeli, keadaan ekonomi, jabatan, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri seorang pembeli yang bersangkutan.

#### 4. Faktor Psikologis

Terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar dan kepercayaan diri terhadap sikap. Dalam melakukan pembelian individu juga dipengaruhi dengan faktor psikologis yang utama, melainkan faktor motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.

#### 2.1.4. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2007) terdapat beberapa indikator keputusan pembelian, yaitu:

1. Tujuan di dalam membeli sebuah produk
2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek
3. Kemantapan pada suatu produk
4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
5. Melakukan pembelian ulang

### 2.2. Gaya Hidup

#### 2.2.1. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana gaya hidup juga bisa di artikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalankan hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan atau ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan.

Menurut Sumarwan (2012) menjelaskan bahwa gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, opini dan minat dari seseorang (*activities opinion, and interst*). Dan lebih mendefinisikan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

Menurut Mowen (2002) gaya hidup adalah memperlihatkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana membagikan waktu. Menurut Kotler dan Keller (2009) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tergambar dalam kegiatan, minat dan kesimpulan.

Dari beberapa pengertian Menurut Mowen (2002) dan Kotler dan Keller (2009) yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah suatu pola hidup seseorang akan bagaimana mereka hidup menggunakan uangnya dan menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap paling penting terhadap diri mereka dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana pandangan mereka tentang diri mereka ataupun tentang dunia luar sekitar mereka.

### **2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup individu dapat dilihat dari beberapa perilaku yang dilakukan oleh seseorang yaitu kegiatan untuk memiliki atau mempergunakan produk dan jasa, diantaranya terdapat cara dalam pengambilan keputusan dan pemastian kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang memberikan pengaruh dalam gaya hidup individu ada 2 yaitu faktor yang dimulai dari dalam diri seseorang (internal) dan faktor yang berasal dari luar seorang individu (eksternal). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dan adapun dengan penjelasannya dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup seorang individu yaitu sebagai berikut:

### 1. Sikap

Sikap merupakan keadaan seseorang yang memiliki jiwa dan keadaan dalam pikir yang telah dipersiapkan untuk mengemukakan tanggapan pada suatu objek yang telah diorganisasi lewat pengalaman dan berpengaruh secara langsung terhadap perilaku. Keadaan jiwa seseorang yang dapat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

### 2. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman memiliki pengaruh mengenai pengamatan sosial berdasarkan tingkah laku, pengalaman dalam semua tindakannya pada masa lampau dan mudah dipelajari, melalui proses belajar seseorang akan dapat memiliki pengalaman. Adapun hasil dari pengalaman sosial tersebut akan dapat dapat dibentuk oleh pandangan terhadap suatu objek.

### 3. Kepribadian

Kepribadian merupakan ciri karakteristik seseorang dan bagaimana cara seseorang berperilaku yang dapat memastikan perbedaan sikap dari setiap individu.

### 4. Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri telah menjadi proses pendekatan yang telah dikenal memiliki arti sangat luas dalam mendefinisikan hubungan diantara konsep diri konsumen dengan gambaran merek. Bagaimana seorang individu memandang dirinya dan akan memberi pengaruh terhadap minat dalam suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian yang akan

ditentukan oleh perilaku individu yang telah menghadapi permasalahan di hidupnya.

#### 5. Motif

Perilaku individu timbul disebabkan oleh adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise adalah beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang pada kebutuhan akan prestise itu cukup besar maka dapat membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

#### 6. Persepsi

Persepsi adalah proses saat individu memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi dalam membentuk gambar yang dapat diartikan tentang dunia.

Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni (2011) sebagai berikut :

#### 1. Kelompok referensi

Yaitu kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung pada sikap dan perilaku seorang individu. Kelompok yang memberikan pengaruh adalah kelompok yang dimana individu tersebut dapat menjadi anggotanya dan sering berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung ialah dimana individu tidak menjadi bagian dalam anggota kelompok tersebut seperti melihat orang-orang dimedia sosial akan memberikan dampak terhadap gaya hidup.

#### 2. Keluarga

Memiliki peran terenting dan terbesar saat pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal tersebut didasarkan karena pola asuh orang tua akan

membentuk karakter dan kebiasaan anak yang secara tidak langsung memberikan pengaruh pada pola hidupnya.

### 3. Kelas sosial

Adalah suatu kelompok relatif yang homogen dan bersifat tahan lama pada suatu masyarakat, tersusun di dalam urutan jenjang, diantara para anggota pada setiap jenjang dianggap memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

### 2.2.3. Indikator Gaya Hidup

Menurut Sunarto (2009) memiliki tiga indikator gaya hidup individu yaitu:

#### 1. Kegiatan (*Activity*)

Merupakan kegiatan yang dikerjakan konsumen, sebuah produk yang telah dibeli dan digunakan, kegiatan apa yang dapat dilakukan dalam memanfaatkan waktu luang. Namun jika kegiatan tersebut dapat diamati, tetapi memiliki alasan untuk bertindak jarang dapat diukur secara langsung.

#### 2. Minat (*Interest*)

Merupakan objek peristiwa, atau topik di pada tingkat kegairahan yang dapat mengikuti perhatian khusus maupun secara terus-menerus kepadanya. *Interest* berupa kesukaan, kegemaran, prioritas terdapat pada hidup konsumen. Minat adalah bagaimana konsumen dapat tertarik ntuk meluangkan waktunya serta mengeluarkan uang. Minat adalah faktor pribadi seorang konsumen dalam memberi pengaruh dalam proses pengambilan keputusan.



### 3. Opini (*Opinion*)

Merupakan sisi pandangan dan perasaan konsumen terhadap suatu hal isu-isu global, lokal oral ekonomi dan sosial. Opini juga digunakan dalam mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, diantanya yaitu kepercayaan pada penyampaian orang lain, antisipasi terhadap peristiwa di masa yang akan datang dan penimbangan konsekuensi dalam memberi balasan atau menghukum sehingga menjadi tindakan alternatif.

## 2.3. Kelompok Acuan

### 2.3.1. Pengertian Kelompok Acuan

Sebuah kelompok merupakan kumpulan diantara dua atau lebih seseorang yang akan berinteraksi dalam mencapai suatu tujuan yang sama, tujuan tersebut dapat merupakan tujuan individu atau tujuan bersama. Di dalam perspektif pemasaran, masing-masing kelompok mempunyai konsumen dapat menjadi anggota dapat mempengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi dari seorang konsumen tersebut.

Menurut Sumarwan (2011) kelompok acuan (*reference group*) yaitu perilaku seorang individu atau sekelompok orang yang bertindak secara langsung dalam memberikan pengaruh pada perilaku seseorang. Kelompok acuan dapat dipergunakan oleh individu sebagai landasan untuk melakukan perbandingan atau suatu referensi yang dapat membentuk respon afektif, kognitif dan perilaku.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) kelompok acuan yaitu setiap orang atau sekelompok yang dianggap sebagai landasan untuk perbandingan (atau rujukan) terhadap seseorang dalam memberikan bentuk nilai-nilai dan sikap

umum, khusus, atau pedoman bagi perilaku. Kelompok acuan merupakan kelompok yang dianggap menjadi kerangka rujukan pada seorang individu yang dianggap dapat mengambil keputusan pembelian atau konsumsi mereka.

Dari beberapa pengertian menurut Sumarwan (2011) dan Schiffman dan Kanuk (2007) yang telah dijelaskan diatas tersebut maka dapat ditarik kesimpulan kelompok acuan merupakan seorang atau sekelompok yang dapat secara nyata memberikan pengaruh terhadap perilaku seseorang.

### **2.3.2. Jenis-Jenis Kelompok Acuan**

Menurut Sumarwan (2011) menyimpulkan bahwa jenis-jenis kelompok acuan terdiri dari tiga, yaitu :

1. Kelompok Formal dan Informal
2. kelompok Primer dan Sekunder
3. Kelompok Aspirasional dan Disosias

### **2.3.3. Indikator Kelompok Acuan**

Menurut Blackwell, Miniard, dan Engel (2001) indikator kelompok acuan antara lain:

1. Pengetahuan Kelompok referensi mengenai produk.

Menunjukkan seberapa penting kelompok referensi ini dapat mengetahui pembagian produk yang diinformasikan pada konsumen yang lainnya.

2. Kredibilitas dari Kelompok referensi

Kredibilitas ini memberikan gambaran nama baik dalam kelompok referensi yang dilihat dari perilakunya yang berada di lingkungan.

### 3. Pengalaman dari Kelompok Referensi

Pengalaman dari kelompok referensi dalam mengkonsumsi atau menggunakan produk yang diinformasikan kepada konsumen.

### 4. Keaktifan Kelompok Referensi

Dapat ditunjukkan dari seberapa seringnya kelompok referensi ini memberikan informasi terhadap konsumen tentang produk sehingga konsumen dapat merasakan daya tarik terhadap produk yang bersangkutan.

### 5. Daya Tarik Kelompok Referensi

Daya tarik ini mengarah pada performance (penampilan) dari kelompok referensi, misalnya daya tarik dari tutur katanya, daya tarik dari kerapiannya, dan lainnya

## 2.4. Peneliti Terdahulu

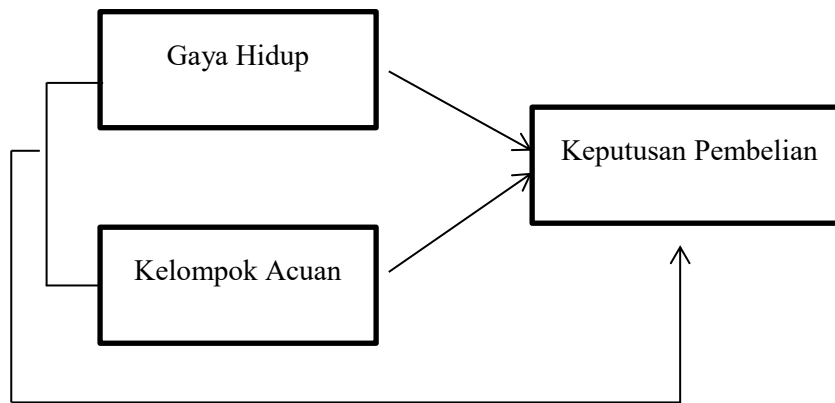
**Tabel 2.1**  
**Peneliti Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Izzatul Ulyah 2019	Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Pendapatan Sebagai Pemoderasi Pada Konsumen Warkop Radja di Kabupaten Gowa	X1: Pengaruh Gaya Hidup X2: Kelompok Acuan Y: Keputusan Pembelian	Menunjukkan bahwa gaya hidup dan kelompok acuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Bintang Jalsena Anoraga, Sri Setyo Iriani 2018	Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy	X1: Pengaruh Gaya Hidup X2: Kelompok Acuan Y: Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy	Bahwa terdapat pengaruh positif antara gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smarphone samsung galaxy secara simultan dan penagruh yang dominan adalah variabel gaya hidup diikuti oleh variabel komunitas maya.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3	Noni Nevi Kanisa 2017	Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Pada Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Studi Foto	X1: Pengaruh Gaya Hidup X2: Kelompok Acuan Y: Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Studi Foto	Bahwa gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh secara parsial dan simultan pada keputusan konsumen menggunakan jasa studio foto.
4	Siti Choiriyah 2019	Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam	X1: Pengaruh Gaya Hidup X2: Kelompok Acuan Y: Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam	Bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mahasiswi sedangkan variabel kelompok acuan berpengaruh positif dan tidak signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku mahasiswi.
5	Frila Elvi Nistania 2019	Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Celebrity Endorser Sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiwi Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung	X1: Pengaruh Gaya Hidup X2: Kelompok Acuan X3: Citra Merek dan Label Halal Y: Keputusan Pembelian	Bahwa gaya hidup, kelompok acuan, citra merek, label halal dan <i>celebraty endorser</i> secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik pada mahasiswi jurusan perbankan syariah di IAIN Tulungagung.

## 2.5 Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2014) Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual berisi variabel-variabel yang akan diteliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dalam suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas juga dapat dipuji.



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

### 1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2019) mengungkap bahwa gaya hidup yang merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Gaya hidup pada saat ini mulai menjadi pusat perhatian dalam dunia bisnis karena gaya hidup seseorang atau masyarakat sangat berpengaruh dengan keputusan konsumsi orang tersebut. Maka, perusahaan harus tahu bagaimana gaya hidup konsumen pada saat ini guna untuk membuat strategi pemasaran yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

### 2 Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Sumarwan (2019) kelompok acuan dipergunakan seorang individu sebagai landasan untuk dapat membandingkan atau suatu referensi dalam memberikan gambaran respons afektif, kognitif, dan perilaku. Dengan adanya peran kelompok acuan hal ini secara tidak langsung dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk strategi pemasaran dalam hal promosi, karena jika

konsumen merasa puas akan suatu produk maka konsumen secara tidak langsung akan merekomendasikan produk tersebut ke orang lain.

### 3 Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Rio Kamara (2019) Kelompok acuan dan gaya hidup pada saat ini mulai menjadi pusat perhatian dalam dunia bisnis. Kelompok acuan dan gaya hidup merupakan faktor penting dalam mempengaruhi proses keputusan konsumen. Perilaku konsumen adalah merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan keputusan pembelian konsumen.

#### 2.5. Hipotesis

Menurut Suryani dan Hendryadi (2015:98) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan. Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang masih harus diuji oleh karena itu, hipotesis berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran. Maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah :

1. Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan.
2. Kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan
3. Gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone di Polres Belawan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **3.1.1. Jenis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013:2) Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian ialah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan penelitiannya. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan hubungan antar variabel dengan menganalisis data numerik (angka) menggunakan metode statistik melalui pengujian hipotesis.

##### **3.1.2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian berada di Polres belawan. Jalan Raya Pelabuhan Belawan, Bagan Deli, Medan Belawan, Kota Medan, Sumatera Utara 20411.

##### **3.1.3. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2021 sampai bulan Agustus 2021 meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung. Berikut waktu penelitian yang penulis rencanakan

**Tabel 3.1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	2021												2022
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Au g	Se p	Okt	Nov	Des	Sep
1	Pembuatan Proposal													
2	Seminar Proposal													
3	Pengumpulan Data													
4	Analisis Data													
5	Penyusunan Skripsi													
6	Seminar Hasil													
7	Penyelesaian Skripsi													
8	Sidang Meja Hijau													

### 3.2. Populasi dan Sampel

#### 3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dapat dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pendapat diatas yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota kepolisian Belawan yang menggunakan *smartphone* yaitu 150 orang.

#### 3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk menyimpulkan atau menggambarkan populasi. Pemilihan sampel dapat menggunakan metode yang dapat dipilih untuk menggambarkan kondisi populasi sesungguhnya yang akurat dan juga menghemat biaya dari penelitian yang secara efektif. Sampel yang terlalu kecil memberikan dampak pada penelitian memiliki gambaran pada kondisi populasi yang seharusnya. Sebaliknya, sampel yang cukup besar dapat



memberikan akibat terhadap pemborosan biaya penelitian. Salah satu diantaranya metode yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel yaitu menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana: n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tarif Kesalahan (Standart Error 5%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{150}{1 + 150(0,05)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 0,375}$$

$$n = 109 \text{ sampel}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin maka diketahui jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 109 responden.

### 3.3. Defenisi Operasional

Secara teoritis, defenisi operasional variable merupakan unsur-unsur penelitian yang dapat memberikan penjelasan atau karangan tentang variable-variable operasional juga dapat diukur dan diperhatikan. Defenisi operasional adalah informasi yang dapat membantu penelitian untuk menggunakan variable yang sama, disebut defenisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan.

**Tabel 3.2**  
**Defenisi dan Operasional variabel**

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Ukur
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler (1999:222) keputusan pembelian sebagai preferensi yang dibentuk oleh pelanggan atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan, pelanggan tersebut juga dapat membantu niat untuk membeli merek yang paling disukai	Menurut kotler (2007:222) indikator keputusan pembelian yaitu :  1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemelihan merek 3. Kemantapan pada sebuah produk 4. Memberikan rekomendasi pada orang lain 5. Melakukan pembelian ulang	Skala Likert
Gaya Hidup (X1)	Menurut Mowen (2002:282) gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu	Menurut Sunarto (dalam Mandey 2009:93) Indikator gaya hidup yaitu:  1. Kegiatan 2. Minat 3. Opini	Skala Likert
Kelompok Acuan (X2)	Menurut sumaran (2011:305) kelompok acuan ( <i>Reference Group</i> ) adalah seorang individu atau kelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang	Menurut Blackwell, Miniard, dan Engel (2001:53) Indikator kelompok acuan yaitu :  1. Pengetahuan kelompok referensi mengenai produk 2. Kredibilitas dari kelompok referensi 3. Pengalaman dari kelompok referensi 4. Keaktifan kelompok referensi 5. Daya tarik kelompok referensi	Skala Likert

### 3.4. Jenis dan Sumber Data

#### 3.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif. Menurut Sugiono (2016) data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dan ditulis untuk pertama kalinya dan merupakan data yang diperoleh dari lokasi penelitian, melalui pengamatan serta wawancara serta buku atau literature lainnya. Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah kuesioner kepada pengguna.

#### 3.4.2. Sumber Data

##### 1. Data Primer

Menurut Ikhsan (2014) Data primer adalah sumber data yang telah diperoleh secara langsung oleh sumber asli atau pihak pertama. Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan kuesioner yang disebarkan kepada responden, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

##### 2. Data Sekunder

Menurut Ikhsan (2014) Data sekunder adalah sumber data penelitian yang telah diperoleh peneliti yang secara tidak langsung melalui media perantara. Data yang telah diperoleh dalam melengkapi data primer meliputi berbagai sumber-sumber bacaan seperti indeks, kamus, jurnal, e-journal, ensiklopedia, handbook dan direktori. Serta data tentang sejarah perkembangan perusahaan dan struktur organisasi, serta uraian tugas perusahaan yang telah diperoleh sehubungan antara masalah yang telah diteliti.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain :

1. Wawancara (*Interview*) yaitu percakapan dua orang atau lebih yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. (Ikhsan, 2014)
2. Pengamatan (*Observation*) yaitu pengumpulan data dengan pengamatan langsung. Pengambilan data dengan metode ini menggunakan mata tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi atau bantuan alat-alat standar lain untuk keperluan tersebut. (Ikhsan, 2014)
3. Kuesioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. (Sugiyono, 2017)

**Tabel 3.3**  
**Bobot Nilai Angket**

<b>Pernyataan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.6. Teknik Analisis Data

#### 3.6.1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

##### a. Uji Validitas

Menurut Ikhsan (2014) Validitas adalah akurasi temuan penelitian yang mencerminkan kebenaran sekalipun responden yang dijadikan objek pengujian berbeda. Suatu instrument yang valid atau sah yang mempunyai Validitas yang

tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki Validitas yang rendah. Pengujian Validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2017) Uji Reliabilitas adalah uji instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner atau angket untuk mencari realibitasnya digunakan program SPSS.

#### **3.6.2. Uji Asumsi Klasik**

Menurut Ikhsan (2014) Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrika, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam metode *Ordinary Least Square* (OLS). Sedikitnya terdapat tiga uji asumsi yang harus dilakukan terhadap suatu model regresi linear yakni Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas dan Uji Heteroskedastisitas.

#### **a. Uji Normalitas**

Menurut Suliyanto (2011) Uji normalitas yaitu dapat menguji nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Sebagai pengujian normalitas data pada penelitian tersebut dideteksi melalui analisa grafik, statistik yang dapat dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

## b. Uji Multikolinieritas

Menurut Suliyanto (2011) Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk bias menguji dalam model regresi yang terbentuk ada kolerasi tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka medel regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier.

## c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ikhsan (2014) Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear kesalahan pengganggu (e) mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

### 3.6.3. Uji Hipotesis

#### 1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2012) Uji t-test dapat dipergunakan dalam menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang telah digunakan di dalam penelitian ini sehingga individual dapat menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan menggunakan uji t yaitu sebagai berikut :

Pengujian hasil pengujian (penerimaan/penolakan  $H_0$ ) dapat dilakukan dengan membandingkan t nilai tingkat signifikasinya. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh sikap variabel nyata atau tidak.

$$t = \frac{r_n \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r_n)^2}}$$

Dengan taraf signifikan 5% uji dua pihak dan  $dk = n-2$

- a. Bila  $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  maka tidak ada hubungan signifikansi masing-masing variabel terhadap x.
- b.  $H_a$  lain tolak  $H_o$ , ada hubungan signifikansi masing-masing variabel terhadap variabel y.

## 2. Uji Simultan (Uji f)

Menurut Ghozali (2012:98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan nilai  $F_{\text{tabel}}$  maka  $H_o$  ditolak yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / (b1-b)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

K = Jumlah variabel independen ditambah *intercept* dari suatu model persamaan

$B_1, B_2$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

N = Jumlah sampel

### 3.6.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan koefisien determinasi yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau

penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan terhadap variabel terkait atau angka yang menunjukkan seberapa variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1 dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan bebas dengan terikat.

$$kd = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah :

- a. Jika kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap dependen lemah,
- b. Jika kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap dependent kuat.



## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengaruh gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Polres Belawan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kelompok acuan memiliki pengaruh keputusan pembelian smartphone Samsung di Polres Belawan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Polres Belawan.

### 5.2. Saran

1. Untuk pihak perusahaan *smartphone* Samsung sebaiknya tetap mempertahankan kualitas premiumnya. Karena di era globalisasi ini masyarakat menggunakan *smartphone* bukan hanya melihat dari sisi kegunaannya melainkan mereka juga ingin memenuhi kebutuhannya untuk tetap mengikuti perkembangan jaman. Dengan kualitas premium milik *smartphone* akan mendorong seseorang dengan gaya hidup yang terus mengikuti perkembangan *smartphone*.
2. Variabel gaya hidup dan kelompok acuan memiliki pengaruh yang signifikan diharapkan bapak dan ibu yang bekerja di Polres Belawan lebih

selektif dalam memilih Smartphone yang digunakan. Karena *smartphone* yang digunakan dapat memudahkan aktivitas dalam bekerja.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bachari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Engel, J. F., G. Blackwell, dan P.W. Miniard 2001. *Consumer Behavior 9<sup>th</sup>*. Ohio: South.
- Ghozali, Imam. 2011. “Apakah Analisa Multivriate dengan program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikhsan, Arfan,dkk. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Bandung: Citapustaka Media.
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid II*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. (Edisi ke 13). Jilid I. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, and Keller. 2007. *Marketing Management: The Millenium Edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Amastrong, Gary. 2016. *Principles of Marketing. Global Edition, Pearson Education*. Harlow.
- Mowen, Jhon C & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi kedelapan. Jilid I. Terjemahan oleh Lina Salim. 2004. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. P., & Olson, C. J. (2005). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 4 Jilid 2*. (Damos, Penerj.) Jakarta: Erlangga.

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran I : Kuesioner

Kepada yang terhormat, Mahasiswa/i responden, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah saya mohon kesediaannya untuk membantu mengisi dan menjawab dari beberapa pertanyaan dengan sebenarnya dari kuesioner yang diberikan di bawah ini. Atas kerjasama dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

### I DATA RESPONDEN

#### No. Responden:

1. Nama :
2. Usia : a. 20 – 35 Thn b. 26 – 30 Thn c. 31 – 35 Thn d. >36 Thn
3. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1

### II PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban anda serta beri tanda contrenng/*checkbox* ( $\checkmark$ ) pada kolom yang tersedia sesuai jawaban yang tepat dengan menurut tanggapan anda. Responden hanya dapat diperbolehkan untuk memilih satu jawaban.

#### Keterangan :

SS = Sangat Setuju (diberi nilai 5)

S = Setuju (diberu nilai 4)

KS= Kurang Setuju (diberi nilai 3)

TS = Tidak Setuju (diberi nilai 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (diberi nilai 1)

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Gaya Hidup	1. Aktivitas	1. Memiliki <i>smartphone</i> adalah keinginan saya 2. <i>smartphone</i> menemani saya dalam menjalankan aktivitas saya
	2. Minat	1. <i>smartphone</i> memiliki fitur dan akses yang sangat bagus 2. <i>smartphone</i> telekomunikasi yang berkualitas
		3. Opini
Kelompok Referensi	1. Pengetahuan kelompok referensi terhadap produk	1. Saya menggunakan <i>Smartphone</i> karena memiliki kualitas bagus 2. Harga yang diberikan <i>smartphone</i> sesuai dengan kualitas produknya
	2. kredibilitas terhadap kelompok referensi	1. perkembangan <i>smartphone</i> semakin maju 2. <i>smartphone</i> memiliki website yang lengkap
	3. Pengalaman dari kelompok referensi	1. Smartphone memberikan kepercayaan diri penggunanya 2. Penggunaan <i>smartphone</i> membantu saya dalam bekerja
	4. Keaktifan kelompok referensi	1. Saya merasa nyaman ketika menyimpan data saya di <i>smartphone</i> 2. Smartphone memiliki ketahanan baterai yang bagus
	5. Daya Tarik kelompok referensi	1. Smartphone memberikan informasi mengenai perbaruan aplikasi untuk kemudahan penggunaannya 2. Smartphone aktif menyapa konsumennya dengan media sosial
Keputusan Pembelian	1. Tujuan dalam membeli sebuah produk	1. Smartphone memberikan bentuk ponsel terbaru 2. Warna dan fitur memiliki daya tarik tersendiri
	2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek	1. <i>Smartphone</i> memudahkan saya dalam beraktivitas 2. saya membeli <i>smartphone</i> karena kebutuhan dalam komunikasi
		1. Saya bertanya dahulu kepada teman yang sudah menggunakan merek <i>smartphone</i> sebelum saya melakukan pembelian 2. Saya mendownload aplikasi yang tersedia di playstore

	3. Kemantapan pada suatu produk	1. Saya yakin memilih smartphone karena telah membandingkannya dengan produk lain. 2. Kualitas produk yang sangat canggih
	4. memberikan rekomendasi kepada orang lain	1. Saya memutuskan membeli smartphone karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan saya 2. berasal dari brand ternama
	5. melakukan pembelian ulang	1. Saya merasa puas karena smartphone sesuai ekspektasi saya sebelum membeli 2. Karena kepuasan saya terhadap smartphone saya mengajak kerabat saya untuk membeli smartphone

## Lampiran 2 : Data Kuesioner

### 1. Variabel gaya hidup

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total.X
5	4	4	4	5	5	27
5	4	5	5	5	4	28
5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	5	5	5	28
5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	5	5	4	28
5	4	5	4	4	5	27
5	4	4	4	4	3	24
5	3	3	4	3	4	22
5	4	3	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	5	28
5	4	4	5	5	5	28
5	4	5	5	5	5	29
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	5	4	4	26
5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	5	5	4	28
5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	29

5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	29
5	4	4	5	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	5	5	5	29
5	4	4	5	4	4	26
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	4	5	4	26
5	5	4	5	4	4	27
5	3	5	5	5	5	28
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	5	4	26
5	4	4	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
5	5	3	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
5	5	3	5	5	5	28
5	5	3	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30

5	5	4	4	4	5	27
5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	5	5	28
5	4	4	4	4	5	26
5	4	4	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	3	24
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	4	5	29
5	5	1	4	5	4	24
5	4	4	5	5	3	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	4	5	28
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	5	5	4	26
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	4	5	4	28
4	5	4	3	3	4	23
4	4	4	5	3	4	24
5	5	5	4	3	2	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	3	2	24
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	3	4	25
4	5	4	4	4	4	25
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	5	3	4	24
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	4	29
4	5	4	4	4	4	25
5	5	4	5	3	4	26



## 2. Variabel Kelompok Acuan

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total.X2
4	4	5	5	4	4	3	5	4	2	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	41
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	46
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	45
5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	42
4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	36
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	37
4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	40
4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	36
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	44
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	46
4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

5	4	5	5	5	5	2	5	4	4	44
4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	44
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	4	5	5	4	3	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	45
5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	45
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
5	5	5	5	5	3	5	5	5	2	45
4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	41
4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	42
5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	46
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	43
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	46
5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	43
5	5	5	5	5	4	2	4	4	3	42
5	5	5	5	5	4	2	4	4	3	42
5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	46
4	5	5	4	4	5	2	4	4	4	41
5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	46
5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	43
5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	44
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
5	5	5	5	5	3	5	5	5	2	45
4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	4	3	2	3	3	40
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45

5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	42
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	4	5	2	4	4	4	43
5	5	1	4	5	4	3	2	3	3	35
5	4	4	5	5	3	4	3	3	5	41
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	41
4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	41
4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	43
5	5	5	4	5	4	3	2	3	3	39
4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	41
4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	44
5	5	5	4	3	2	4	3	4	2	37
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
5	5	5	4	3	2	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
4	5	4	5	3	4	3	2	3	3	36
4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
5	5	4	4	4	4	2	5	5	5	43
4	4	4	5	3	4	2	5	5	5	41
5	5	4	4	4	4	4	2	4	3	39
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
5	5	5	5	5	4	4	3	4	2	42
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41

### 3. Variabel Keputusan Pembelian

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Total.Y
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	43
5	4	4	5	5	4	2	2	2	4	37
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	43
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45

5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	37
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	3	4	1	1	1	1	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43
4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	3	5	5	5	4	4	4	3	3	41
4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	46
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	1	1	5	5	5	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	42
5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
5	5	5	5	5	5	1	4	5	4	44
4	2	5	4	5	4	4	5	5	3	41
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	42
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	40
5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	41
5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	44

5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	42
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	42
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	46
5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	46
5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	41
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	45
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	43
5	5	5	5	5	5	4	2	3	1	40
5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	44
4	4	4	4	4	4	4	5	2	1	36
5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	47
5	4	5	5	5	4	5	3	1	5	42
5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	46
5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	46
5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	44
4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	41
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	46
5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46
5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	46
5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
5	3	5	1	5	5	5	5	5	4	43
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	44
4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	42
4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	42
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	46
5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	42
5	3	4	3	2	5	5	5	5	4	41

5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	43
5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	46
3	3	5	4	3	5	5	5	5	3	41
4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	44
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	44
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	44
3	4	4	5	4	5	3	5	4	5	42
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	55	50,5%
2	Perempuan	54	49,5%
<b>Total</b>		<b>109</b>	<b>100.0</b>

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	20 – 29	26	23,9%
2	30 – 40	61	56,0%
3	>40	22	20,0%
<b>Total</b>		<b>109</b>	<b>100.0</b>

No	Tahun	Frekuensi	Persentase
1	>1	12	11.0%
2	1-3	18	16.5%
3	4-10	62	56.9%
4	>10	17	15.6%
<b>Total</b>		<b>109</b>	<b>100.0</b>

	Alternatif Jawaban X1										Total	
	SS (5)		S (4)		RR (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	95	87.2	14	12.8	0	0	0	0	0	0	109	100
2	53	48.6	54	49.5	2	1.8	0	0	0	0	109	100
3	47	43.1	55	50.5	6	5.5	1	.9	0	0	109	100
4	72	66.1	36	33.0	1	.9	0	0	0	0	109	100
5	59	54.1	42	38.5	8	7.3	0	0	0	0	109	100
6	57	52.3	47	43.1	3	2.8	2	1.8	0	0	109	100

	Alternatif Jawaban X2										Total	
	SS (5)		S (4)		RR (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	57	52.3	49	45.0	2	1.8	1	.9	0	0	109	100
2	61	56.0	46	42.2	1	.9	1	.9	0	0	109	100
3	60	55.0	47	43.1	1	.9	0	0	1	.9	109	100
4	61	56.1	46	42.2	2	1.8	0	0	0	0	109	100
5	56	51.4	46	42.2	7	64.4	0	0	0	0	109	100
6	57	52.3	47	43.1	3	2.8	2	1.8	0	0	109	100
7	45	41.3	52	47.7	10	9.2	2	1.8	0	.9	109	100
8	56	51.4	41	37.6	7	6.4	5	4.6	0	0	109	100
9	65	59.6	35	32.1	9	8.3	0	0	0	0	109	100
10	43	39.4	44	40.4	14	12.8	8	7.3	0	0	109	100

	Alternatif Jawaban Y										Total	
	SS (5)		S (4)		RR (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	69	63.3	36	33.0	4	3.7	0	0	0	0	109	100
2	48	44.0	49	45.0	10	9.2	1	.9	1	.9	109	100
3	60	55.0	46	42.2	1	.9	1	.9	1	.9	109	100
4	61	56.0	44	40.4	3	2.8	0	0	1	.9	109	100
5	53	48.6	51	46.8	3	2.8	2	1.8	0	0	109	100
6	62	56.9	45	41.3	2	1.8	0	0	0	0	109	100
7	40	36.7	62	56.9	4	3.7	1	.9	2	1.8	109	100
8	56	51.4	41	37.6	7	6.4	5	4.6	0	0	109	100
9	53	48.6	47	43.1	5	4.6	3	2.8	1	.9	109	100
10	29	26.6	61	56.0	11	10.1	5	4.6	3	2.8	109	100

### Hasil Uji Validitas Data

No	Variabel	Butir	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	X1.1	1.851	1,659	Valid
2		X1.2	1.842	1,659	Valid
3		X1.3	1.693	1,659	Valid
4		X1.4	1.666	1,659	Valid
5		X1.5	1.952	1,659	Valid
6		X1.6	1.992	1,659	Valid
9	Kelompok Acuan (X <sub>2</sub> )	X2.1	1.193	1,659	Valid
10		X2.2	1.701	1,659	Valid
11		X2.3	1.992	1,659	Valid
12		X2.4	1.663	1,659	Valid
13		X2.5	1.606	1,659	Valid
14		X2.6	1.711	1,659	Valid
15		X2.7	1.821	1,659	Valid
16		X2.8	1.814	1,659	Valid
17		X2.9	1.808	1,659	Valid
18		X2.10	1.670	1,659	Valid
19	Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	1.660	1,659	Valid
20		Y1.2	1.686	1,659	Valid
21		Y1.3	1.767	1,659	Valid
22		Y1.4	1.969	1,659	Valid
23		Y1.5	1.341	1,659	Valid
24		Y1.6	1.703	1,659	Valid
25		Y1.7	1.685	1,659	Valid
26		Y1.8	1.665	1,659	Valid
27		Y1.9	1.992	1,659	Valid
28		Y1.10	1.761	1,659	Valid

### Realibilitas Variabel

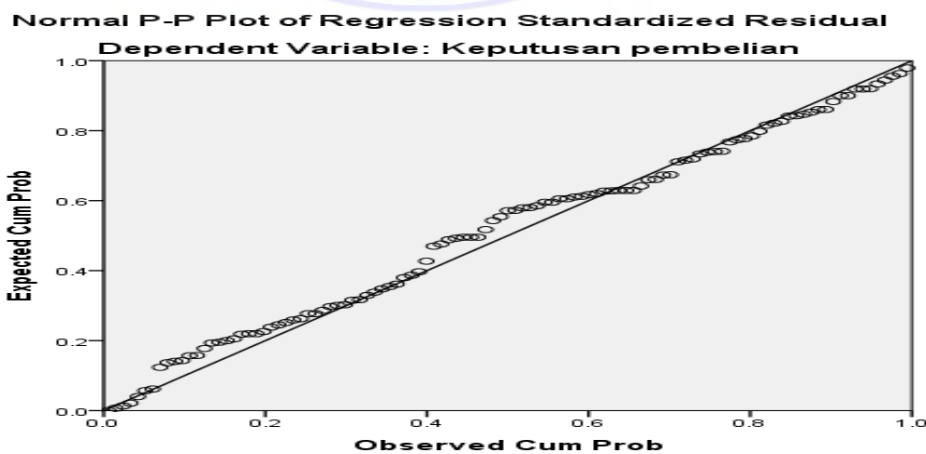
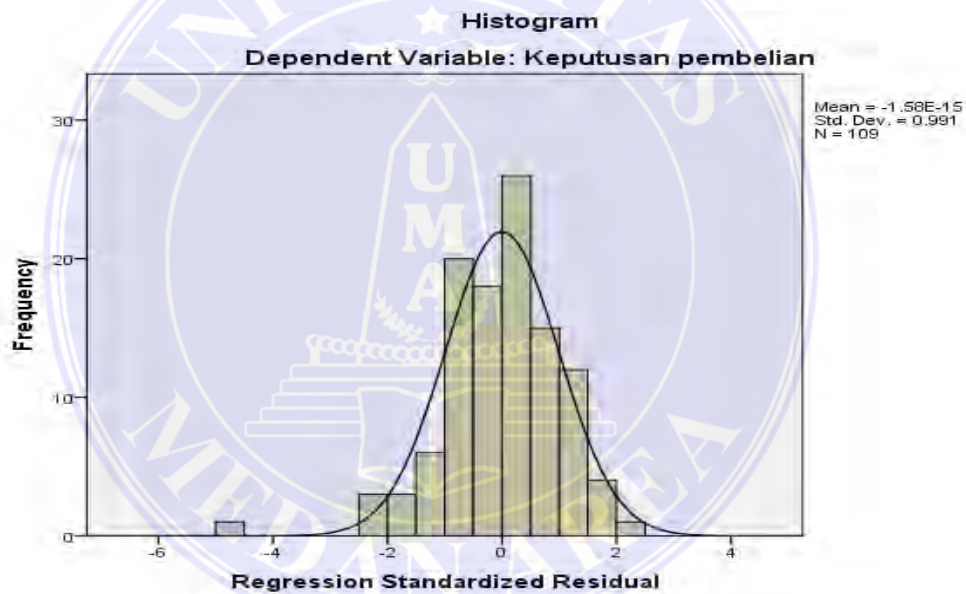
Variabel	Nilai Realibilitas	Keterangan
Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	0.718	Reliable
Kelompok Acuan (H <sub>2</sub> )	0.706	Reliable
Keputusan Pembelian (Y)	0.618	Reliable



**One-Sampel Kolmogorov-Sminorv Test**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Predicted Value
N		109
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	43.6697248
	Std. Deviation	1.34159864
	Absolute	.082
Most Extreme Differences	Positive	.056
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.860
Asymp. Sig. (2-tailed)		.450

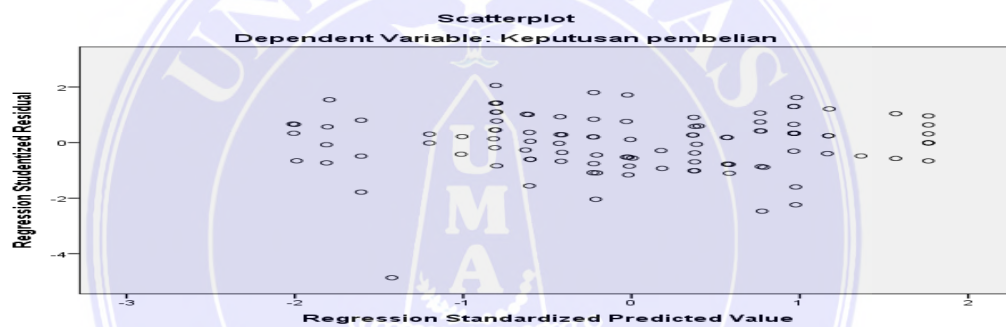
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.810	4.356		5.695	.000		
Gaya hidup	.260	.156	.168	1.673	.097	.794	1.260
Kelompok Acuan	.268	.093	.290	2.892	.005	.794	1.260

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

**Uji Analisis Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.810	4.356		5.695	.000		
Gaya hidup	.260	.156	.168	1.673	.097	.794	1.260
Kelompok Acuan	.268	.093	.290	2.892	.005	.794	1.260

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

**Uji Parsial (Uji T)****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	24.810	4.356		5.695	.000
	Gaya Hidup	.260	.156	.168	1.673	.000
	Kelompok Acuan	.268	.093	.290	2.892	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Uji Simultan (Uji F)****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.388	2	97.194	9.796	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1051.722	106	9.922		
	Total	1246.110	108			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian


b. Predictors: (Constant), Kelompok Acuan, Gaya Hidup

**Koefisien Determinasi****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.395 <sup>a</sup>	.156	.640	3.14991

a. Predictors: (Constant), Kelompok Acuan, Gaya Hidup

## Lampiran 3 : Surat Izin Riset


**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998  
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331  
 Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 88 / FEB.1/01.1/III / 2021 22 Maret 2021  
 Lamp. :  
 Perihal : Izin Research / Survey

Kepada, Yth  
Smartphone Di Polres Belawan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

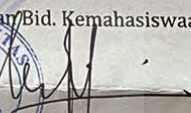
Nama : ADE RIZKY SAHPUTRA  
 N P M : 178320213  
 Program Studi : MANAJEMEN  
 Judul : Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Polres Belawan


Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Dua Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan/Bid. Kemahasiswaan

  
 M. Yama Siregar, MM



**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiinggal

### Lampiran 4 : Surat Balasan Izin Riset

