



**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DAN ACER PADA MAHASISWA FEB  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)**

Oleh :

**KEVIN JOHAN DELARIS PUTRA**

**NPM 21901081403**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MALANG  
2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian laptop merek asus dan acer. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang didapat sebanyak 70 responden yang merupakan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Malang yang menggunakan laptop asus dan acer. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier berganda, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji t dan koefisien determinasi R<sup>2</sup>. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop asus dan acer dan kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop asus dan acer.

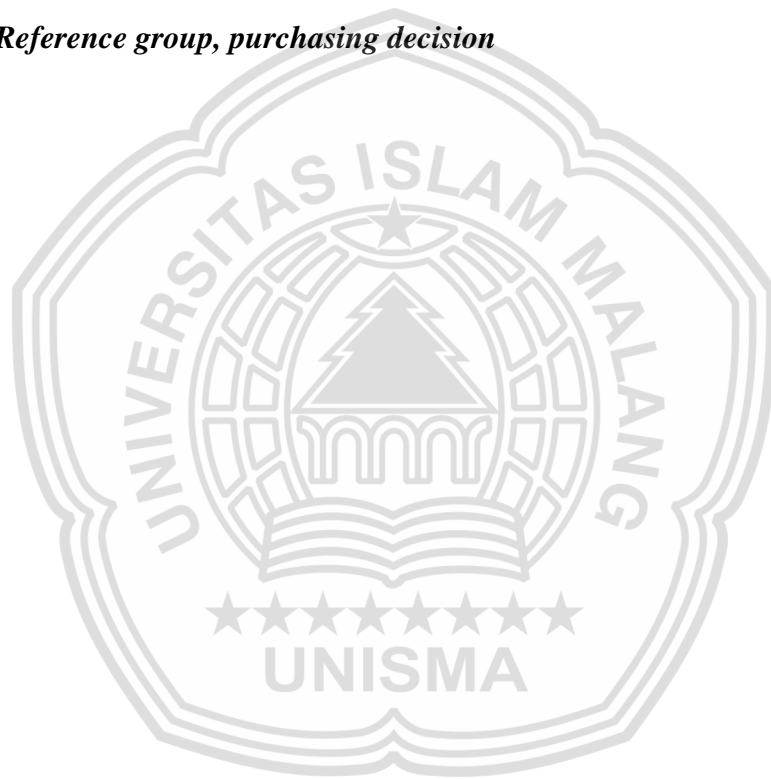
**Kata kunci : Gaya hidup, Kelompok referensi, keputusan pembelian**



## ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of lifestyle and reference groups on the purchase decision of Asus and Acer brand laptops. This type of research is quantitative research. The sampling technique was obtained using the purposive sampling method with the number of samples obtained as many as 70 respondents who were students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang who used Asus and Acer laptops. The data analysis used in this study used validity and reliability tests, normality tests, multiple linear regression analysis, multicollinearity tests, heterokedasticity tests, t tests and R2 coefficients of determination. The results of this study show that style has a positive and significant effect on the purchase decision of Asus and Acer laptops and the reference group has a positive and significant effect on the purchase decision of Asus and Acer laptops.*

**Keywords :** *Lifestyle, Reference group, purchasing decision*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini sangat menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di dunia, dimana dengan adanya era globalisasi ini akan memperluas pasar produk dan keadaan tersebut akan memunculkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, pemasar harus pandai menghadapi persaingan, pengembangan usaha, dan untuk mendapatkan laba sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi, dan mendistribusikan dengan efektif.

Dengan adanya globalisasi pasti akan diiringi dengan perkembangan teknologi, seperti misalnya laptop, saat ini perkembangan teknologi semakin pesat, perkembangan sebagai alat komunikasi dan sebagai alat untuk mencari uang pun semakin canggih, misalnya dalam bentuk laptop yang memberikan beberapa kemudahan bagi penggunanya dengan era yang saat ini semakin canggih.

**Tabel 1. 1Data Survei Pengguna Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase
19-20 tahun	12	40%
21-22 tahun	11	37%
23-24 tahun	7	23%

Tabel diatas merupakan hasil survei penggunaan laptop pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang, sebanyak 30 orang. Dari hasil survei diketahui bahwa pengguna laptop merek Asus, usia 19-20 tahun 12 orang atau 40%, usia 21-22 tahun 11 orang atau 37% dan usia 23-24

tahun sebanyak 7 orang atau 23% penelitian tersebut dilakukan kepada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang menggunakan laptop Asus dan Acer. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai gaya hidup dan kelompok referensi mempengaruhi keputusan pembelian, maka penulis menyebarkan kuesioner melalui media google form kepada 30 orang responden, salah satu yang penulis tanyakan kepada responden mengenai gaya hidup dan kelompok referensi dimana alternative ini dianggap sangat efektif dan cepat mengetahui tanggapan responden terhadap kuesioner awal pra survey tersebut.

Pra survey awal dilakukan terhadap 30 orang responden yang menggunakan laptop Asus untuk melakukan karakteristik pribadi, pandangan mereka memilih laptop Asus sebagai produk laptop yang mereka pilih. Dari proses pra survey tersebut didapat hasil bahwa mereka memakai laptop Asus karena senang bergaul dan berinteraksi dengan teman sebaya yang banyak menggunakan laptop Asus karena fitur fiturnya sangat membantu dan mudah diaplikasikan untuk membantu menyelesaikan tugas kuliah, selain itu beberapa dari mereka menyatakan alasan menggunakan laptop Asus karena laptop Asus banyak dipakai oleh sahabat, kerabat dan keluarga, lebih *trendy*, modern dan terkesan mewah. Mereka mengaku merasa lebih *high tech*, selain itu dengan menggunakan brand yang bergensi ini mereka lebih percaya diri saat melakukan kegiatan.

Salah satu wujud dari suatu perkembangan teknologi yang dibutuhkan untuk saat ini adalah laptop. Laptop sendiri merupakan perkembangan dari komputer lama yang dianggap kurang fungsional karena tidak dapat dibawa

kemana pun sehingga dianggap masih kurang efektif. Hal inilah yang mendorong lahirnya laptop sebagai media elektronik. Sekarang ini kebutuhan akan laptop sangat penting guna menunjang kehidupan sehari-hari. Terutama bagi kalangan pelajar dan pekerja kantor. Meskipun laptop merupakan wujud dari sebuah perkembangan pada era digital seperti saat ini, bukan berarti perkembangan dari laptop terhenti. Laptop sendiri setiap tahun terus dikembangkan. Banyak perusahaan yang bergerak di bidang teknologi terus berusaha mengembangkan diri dengan menambah fitur, dan meningkatkan ekuitas merek dari perusahaannya guna mendapatkan penilaian positif dari konsumennya. Banyak perusahaan berorientasi merek yang mensubkontrakan proses pemanufakturan ke perusahaan lain, berbagai perusahaan dan investor akan menyadari bahwa merk merupakan aset perusahaan yang paling penting.

Perusahaan yang bergelud di bidang teknologi yang berusaha untuk terus mengembangkan fitur pada produk agar memperoleh penilaian positif dari konsumen terhadap produk laptopnya Asus dan Acer. Asus merupakan perusahaan yang telah berdiri selama 34 tahun yang didirikan pada tahun 1989 yang berdiri di Kota Taipei. Asus muncul pada daftar "InfoTech 100" dan "Asia's Top 10 IT Companies" yang disusun oleh BusinessWeek. Perusahaan ini juga menempati peringkat pertama pada kategori perangkat keras teknologi informasi dalam survei 10 merek global terkemuka di Taiwan. Perusahaan ini awalnya hanya memproduksi motherboard dan meluncurkan produk pertamanya pada tahun 2005 dan terus berkembang hingga saat ini. Untuk membuat kinerja perusahaannya semakin efisien, Asus membagi perusahaannya menjadi tiga bagian berbeda di tahun 2007. Ketiga perusahaan

tersebut diantaranya yaitu Pegatron yang berfokus pada perangkat OEM dan produksi komponen PC, Unihan yang fokus pada manufaktur perangkat non PC, dan terakhir perusahaan Asus yang fokus pada sistem komputerisasi utuh hingga produksi notebook.

Sedangkan Acer berdiri dengan nama *Multitech* di tahun 1976 di kota Hsinchu, Taiwan. Selama berdiri lebih 30 tahun, Acer tak hanya berkembang di Taiwan. Saat masih menggunakan nama *Multitech*, acer telah membuka markas di sejumlah Negara.

Seiring dengan terus berkembangnya era teknologi komunikasi, lingkungan atau dimana manusia tinggal juga akan selalu berubah-ubah, sesuai dengan perkembangan hidup manusia itu sendiri, begitu juga halnya dengan gaya hidup, akan ada pengaruhnya dalam pemilihan (laptop), di era seperti ini seseorang mungkin lebih cenderung memilih jenis laptop yang sedang tren saat ini untuk mengikuti sebuah gaya hidup (lifestyle).

Orang yang berasal dari subkultur, sosial, dan pekerjaan yang sama tentu saja memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup (lifestyle) menurut (Putra, 2019:3) adalah gaya hidup seseorang di dunia yang terlihat dalam aktivitas, ketertarikan, dan opininya, gaya hidup mencerminkan “seseorang secara jelas” dengan lingkungannya. Keinginan pembelian konsumen tidaklah terlepas dari sebuah gaya hidup mereka yang ingin membeli produk yang tentunya bermanfaat dan mempunyai kualitas yang lebih baik. Dari berbagai konsumen dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari dipengaruhi oleh sebuah gaya hidup yaitu karakteristik hidup dimana seseorang melakukan kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya seperti pekerjaan, hobi, belanja, hiburan, olahraga,

dan minat beli seseorang berdasarkan keinginan terhadap produk yang diinginkan, serta pendapat atau pandangan seseorang terhadap produk yang akan dia beli sehingga dapat mempengaruhi perilaku keputusan konsumen (Astuti, 2020:21).

Dengan demikian konsumen dalam memilih suatu produk, tentunya akan memilih berdasarkan apa yang paling dibutuhkan dan berdasarkan sesuai dengan minat beli yang salah satunya adalah yang berkaitan dengan gaya hidupnya (lifestyle). Rasa minat beli yang timbul pada benak konsumen, bukan hanya berdasarkan pada pertimbangan gaya hidup semata, tetapi pasti ada juga dorongan-dorongan dari beberapa faktor lain yang menimbulkan keputusan pembelian, seperti halnya: usia, pekerjaan, motivasi, keluarga, pengalaman, sikap, dsb. Proses pembelian akan dimulai ketika pembeli menyadari ada suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal (Sari & Suci, 2020:4)

Keinginan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa, sering juga didasarkan oleh pertimbangan akal budi, dimana seorang konsumen membeli produk agar dapat meningkatkan sebuah harga diri, dikagumi dan dianggap sebagai kelas tertentu (Lubis, 2020:11). Melihat pernyataan tersebut, apakah minat pembelian suatu konsumen dipengaruhi oleh gaya hidup? Pertanyaan tersebutlah yang mendorong untuk dilaksanakannya penelitian ini, dengan harapan dapat memberikan jawaban kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus”



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah penelitian yang disajikan adalah:

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian laptop merek asus dan acer pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang ?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian laptop merek asus dan acer pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang ?
3. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian laptop merek asus dan acer pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang ?

## 1.3 Tujuan

Dari rumusan masalah di atas maka tujuannya adalah:

1. Untuk mengetahui gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian laptop merek asus dan acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang
2. Untuk mengetahui gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek asus dan acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang
3. Untuk mengetahui kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek asus dan acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Keilmuan

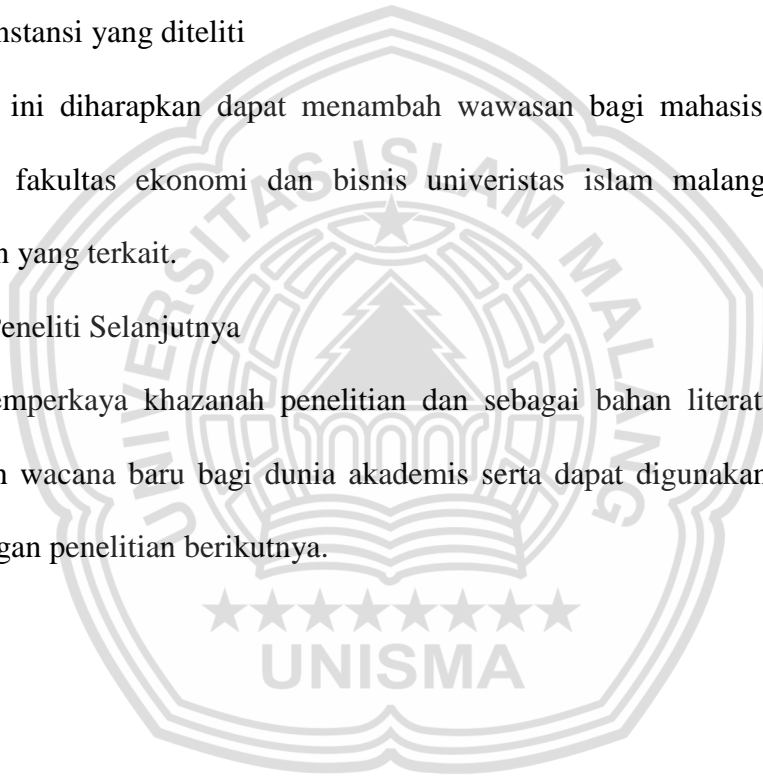
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan wawasan yang baru di bidang sumber daya manusia serta memfasilitasi dalam pembelajaran.

2. Bagi Instansi yang diteliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi mahasiswa yang berada di fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang dengan penelitian yang terkait.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memperkaya khazanah penelitian dan sebagai bahan literatur untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus maka dapat di simpulkan.

1. Gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian laptop asus dan acer.
2. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek asus dan acer. Hal ini menunjukkan bahwa konsep gaya hidup mempermudah pemasar untuk mengerti apa yang dipikirkan, dirasakan dan dipilih oleh konsumen serta bagaimana konsumen dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya dalam mengambil keputusan pembelian laptop merek asus dan acer.
3. Kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok referensi suatu kelompok yang mempengaruhi anggotanya dengan menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk mereka seperti pengambilan keputusan pembelian laptop merek asus dan acer.

#### 5.2 Keterbatasan

1. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, adapun keterbatasan penelitian ini tidak mampu

memberikan informasi yang mendalam yang didapat dari responden.

2. Variabel penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian cukup banyak, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel gaya hidup dan kelompok referensi.
3. Subjek dalam penelitian ini hanya dalam lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

### 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian dan pembahasan tentang pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian laptop merek asus dan acer. Maka saran yang dapat peneliti sampaikan, sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dan evaluasi untuk menyusun strategi pemasaran, terutama untuk mengetahui ketertarikan akan laptop merek asus dan acer.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel independen lain yang memiliki kontribusi lebih dalam memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Pekanbaru. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Barlian, E. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Sukabina Press Padang* (Vol. 59).
- Fadillah, F. N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 133–142.
- Febriani, M. A., & Kristianingsih, T. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang)
- Kartikasari, Y. (2016). *Kualitas Sebagai Variabel Mediasi ( Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya )*. 1–15.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Lia, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal. *γ787, 0328(8.5.2017)*, 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Lubis, M. J. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Medan*. 27(6).
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Pearson,.
- Mutia Ayu, Kristianingsih Tatiana. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung ( Pada Mahasiswa Program D-IV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang).
- Putra, F. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Pada Konsumen iPhone di Universitas Brawijaya). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sari, W. E. P., & Suci, N. M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Makanan melalui Grabfood. *Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 129–134. <https://repo.undiksha.ac.id/1130/>
- Sugiyono. 2019 *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang