

# **PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL OFFROAD DAIHATSU TAFT SERIES**

Jery Elga Hanggara

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018

[jery.elga@yahoo.com](mailto:jery.elga@yahoo.com)

## *ABSTRACT*

*This study aims to analyze the influence of Lifestyle, and the Reference Group on the decision of the Offroad Car Buying Daihatsu Taft Series. The subjects of this study are consumers who have never made a car purchase offroad Daihatsu Taft series. In this study, 95 respondents were selected using purposive sampling and nonprobability sampling method. The data analysis tool used is Multiple Linear Regression.*

*Based on the analysis that has been done, the result that lifestyle, and reference group have a significant positive effect on purchasing decision partially or together.*

*Keywords: Lifestyle, Reference Group, Purchase Decision*

## Pendahuluan

### Latar Belakang Penelitian

Semakin banyak orang yang mulai menyukai hobi ekstrim dan salah satunya adalah *offroad*, suatu hobi yang menggunakan mobil penggerak 4x4 atau sering disebut *four wheel drive*. Ini terbukti dengan semakin banyaknya komunitas dan *event* yang diselenggarakan baik itu nasional maupun lokal di setiap daerah. Seperti contohnya adalah IOX, JORC, Meratus, dsb. IOX merupakan event tahunan yang sudah diselenggarakan sejak tahun 2012 (<http://mobilkomersial.com/2017/09/indonesia-offroad-expedition-iox-2017-celebes-siap-jelajahi-liarnya-alam-sulawesi/>). Olahraga ini lebih sering bermain di daerah yang berlumpur, berbatu, dan sejenisnya. Dengan demikian mobil yang biasa digunakan pun bukan mobil yang sering kita temui di jalan raya. Spesifikasi dari mobil *offroad* pun harus memenuhi kriteria seperti memiliki rollbar, bodybar, recovery kit, dsb. Hal ini membuat mobil *offroad* membutuhkan dana yang cukup menguras kantong.

Mobil *offroad* baru memiliki harga yang cukup mahal, selain itu mobil ini masih harus dilakukan modifikasi dan memakan biaya yang tidak sedikit. Sudah banyak orang yang menggunakan mobil tua sebagai mobil “bahan” untuk dijadikan mobil *offroad*. Salah satu mobil yang sering digunakan untuk mobil “bahan” adalah Daihatsu Taft/Rocky. Hal ini dikarenakan harga mobil tersebut relatif lebih murah jika dibandingkan dengan mobil tua yang lain dan memiliki mesin yang masih bisa dikatakan layak, serta mempunyai bodi yang kokoh dan besar yang menggambarkan sebuah mobil untuk segala medan (<https://momobil.id/news/3-mobil-bekas-4x4-yang-masih-layak-di-beli/>). Mobil Taft GT ini merupakan salah

satu mobil legenda di Indonesia untuk mobil pekerja terutama pada bidang pertambangan dan perkebunan. Selain itu mobil ini menggunakan mesin diesel yang memiliki torsi bawah tinggi dan irit bahan bakar. Hal ini juga sudah banyak dibuktikan oleh orang-orang yang telah melakukan modifikasi dan menggunakan mobil tua tersebut. Sehingga kita bisa lebih percaya untuk memodifikasi dan menggunakan mobil tua karena sudah banyak testimoni maupun rekomendasi dari beberapa komunitas mobil *offroad*.

Taft GT merupakan mobil yang memiliki model yang relatif modern pada jamannya sehingga banyak orang menyukainya (<https://jip.gridoto.com/read/05103923/jipedia-daihatsu-taft-gt-tough-almighty-fourwheeldrive-transport?page=all>).

Keputusan pembelian merupakan proses seseorang dalam menentukan sebuah pilihan sebelum mereka memutuskan untuk membeli suatu produk maupun jasa. Dengan semakin banyaknya produk yang berada di pasaran, maka mereka (konsumen) akan menghadapi suatu masalah dalam membuat keputusan pembeliannya. Oleh sebab itu penelitian tentang keputusan pembelian ini masih relevan untuk diteliti.

Suatu keputusan pembelian juga bisa muncul dari gaya hidup seseorang maupun suatu kelompok referensi. Kotler (2012) mengemukakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu: Budaya (*Culture, sub culture*, dan kelas ekonomi), Sosial (kelompok acuan, keluarga serta peran dan status), Pribadi (usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), Psikologis (motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan, dan sikap).

Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah penelitian tersebut:

1. Apakah Gaya Hidup dan Kelompok Referensi mempengaruhi keputusan pembelian mobil *offroad* Daihatsu Taft Series?
2. Apakah Gaya Hidup mempengaruhi keputusan pembelian mobil *offroad* Daihatsu Taft Series?
3. Apakah Kelompok Referensi mempengaruhi keputusan pembelian mobil *offroad* Daihatsu Taft Series?

## **Tinjauan Pustaka**

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler (2012) keputusan pembelian adalah suatu tahap di mana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. McDaniel (2010) mengemukakan bahwa keputusan pembelian menunjukkan nilai penawaran yang memiliki kesan sesuai dengan tingkat kemampuan konsumen untuk membeli dan memiliki suatu produk yang dinyatakan dengan nilai finansial atau nominal. Kotler (2012) mengemukakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat varian utama, yaitu: Budaya (*Culture, sub culture*, dan kelas ekonomi), Sosial (kelompok acuan, keluarga serta peran dan status), Pribadi (usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), Psikologis (motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan, dan sikap).

Menurut Kotler dan Keller (2012), proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian sampai pada keputusan pembelian dan dilanjutkan dengan pasca pembelian. Kotler dan Keller

(2012) membagi proses pengambilan keputusan pembelian menjadi lima tahapan, yaitu :



Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian

Sumber: Kotler dan Keller (2009)

## Gaya Hidup

Gaya hidup biasanya mencerminkan sikap, nilai, atau pandangan dunia, dan mencerminkan selera pribadi mereka (Hung, 2009 dalam Lin dan Shih, 2012). Gaya hidup telah menjadi variabel penting dalam pengembangan strategi pemasaran, setiap produk memiliki target pasar yang berbeda dan karenanya diferensiasi melalui segmentasi pasar diperlukan untuk menetapkan preferensi dan kecenderungan masing-masing cluster (Lin dan Shih, 2012). Kotler dan Keller (2009) mengemukakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup setiap individu memiliki perbedaan, karena gaya hidup merupakan pilihan seseorang dalam berperilaku pola hidup mereka. Gaya hidup juga bisa mempengaruhi perilaku pembeliannya, sehingga hal ini merupakan sesuatu yang penting untuk diperhatikan oleh pemasar. Jika pemasar sudah mengetahui bagaimana gaya hidup seseorang maupun konsumennya, maka mereka bisa membuat sebuah strategi yang sesuai dengan pasar.

## Kelompok Referensi

Menurut Kotler dan Keller (2009) kelompok referensi seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung

terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Menurut Suryani (2008) kelompok referensi merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu. Menurut Amaldoss dan Jain (2008) konsumen sangat rentan terhadap efek kelompok referensi saat produk tersebut merupakan barang mewah yang dikonsumsi publik. Konsep kelompok referensi telah digunakan oleh beberapa perusahaan untuk meyakinkan konsumen dalam melakukan pembelian produk dan merek (Bearden dan Etzel, 2001). Kelompok referensi memberi pelanggan lingkungan dimana mereka dapat menyuarakan pendapat mereka dan menemukan orang lain yang memiliki minat yang sama, sehingga memperkaya identitas sosial mereka (Chernev *et.al*, 2011).

## **Metode Penelitian**

### Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian mobil *Offroad Daihatsu Taft Series* di daerah Eks Karesidenan Kediri (Kota Kediri, Kota Blitar, Kabupaten Kediri, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Blitar, Kabupaten Trenggalek, Kabupaten Tulungagung), serta Objek dari penelitian ini adalah mobil *Offroad Daihatsu Taft Series*.

### Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner. Data primer didapatkan dengan memberikan kuisisioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria.

### Populasi, Sampel dan Tehnik Sampling

Populasi dari penelitian ini adalah orang yang sudah pernah melakukan pembelian mobil *Offroad Daihatsu Taft Series*. Menurut Hair *et al* (2010) apabila

populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal yaitu 5 dikalikan dengan jumlah indikator. Indikator penelitian ini ada 12 indikator dari 2 variabel independen dan 1 variabel dependen, maka minimal ukuran sampel penelitian ini yaitu:

$$5 \times 12 = 60$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diambil untuk penelitian ini yaitu ada 60 responden. Tetapi, untuk mengurangi kesalahan maka besar sampel yang ditetapkan adalah 95 responden.

Pengambilan sampel menggunakan bagian dari *Non-Probability Sampling*, yaitu teknik *Purposive Sampling*. Menurut Sekaran (2014), pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) yakni teknik sampling yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, apakah karena mereka adalah satu-satunya yang memiliki, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini memiliki kriteria-kriteria yang telah ditentukan, yaitu:

1. Orang memiliki umur diatas 17 tahun,
2. Berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan,
3. Mempunyai mobil *Offroad Daihatsu Taft Series* ( pembelian dalam 3 tahun tahun terakhir).

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan metode observasi/survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner di Eks Karesidenan Kediri kepada responden yang sudah pernah melakukan pembelian *Offroad Daihatsu Taft Series* orang yang telah melakukan keputusan pembelian mobil *Offroad Daihatsu Taft Series*.

#### **Uji Kualitas Instrumen**

## Uji Validitas

Menurut Rahmawati, Fajarwati dan Fauziah (2015), pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Bivariate Pearson (Product Moment Pearson)* yakni teknik korelasi, dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan  $< 0,05$  atau 5%.

Hasil *Pearson Correlation*  $\geq \text{sig. } 0,05$  = tidak valid

Hasil *Pearson Correlation*  $< \text{sig. } 0,05$  = valid

## Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja. Dalam penelitian ini pengukuran hanya dilakukan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Alat ukur mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*.

Menurut Ghozali (2015) suatu variabel dikatakan reliabel, jika:

Hasil *Alpha Cronbach*  $> 0,60$  = reliabel

Hasil *Alpha Cronbach*  $< 0,60$  = tidak reliabel.

## **Analisa Data dan Uji Hipotesis**

### Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dua independen variabel (X) atau lebih terhadap variabel dependen (Y) (Rahmawati dkk., 2015).

Persamaan umum regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )



Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1.  $R^2$  yang nilainya kecil memiliki arti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya sangat terbatas (Ghozali, 2015). Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

#### Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Rahmawati dkk., 2015).

Kriteria untuk pengujian uji F yaitu sebagai berikut :

- a. Apabila probabilitas signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
- b. Apabila probabilitas signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

#### Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan seberapa jauh pengaruh variabel independen dan dependen memiliki pengaruh satu sama lainnya dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau bersama-sama (Rahmawati dkk., 2015).

Tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 95% atau dengan taraf signifikan 5%, dengan kriteria yaitu sebagai berikut:

- a. Bila probability t hitung  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
- b. Bila probability t hitung  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Uji Validitas

Hasil uji validitas dengan 35 responden untuk setiap variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Sig	Keterangan
Gaya Hidup	X1_1	0,000	Valid
	X1_2	0,000	Valid
	X1_3	0,000	Valid
	X1_4	0,000	Valid
	X1_5	0,000	Valid
Kelompok Referensi	X2_1	0,000	Valid
	X2_2	0,000	Valid
	X2_3	0,000	Valid
	X2_4	0,000	Valid
	X2_5	0,000	Valid
Keputusan Pembelian	Y1_1	0,000	Valid
	Y1_2	0,000	Valid
	Y1_3	0,000	Valid
	Y1_4	0,000	Valid
	Y1_5	0,000	Valid
	Y1_6	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah, 2018, Lampiran 4

Berdasarkan tabel validitas diatas, seluruh item pernyataan gaya hidup, kelompok referensi, dan keputusan pembelian dinyatakan valid, karena memiliki nilai signifikan 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid karena memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	$\alpha$	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,930	0,60	Reliabel
Kelompok Referensi (X2)	0,942	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,927	0,60	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa gaya hidup (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,930 dan kelompok referensi memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,942 serta Keputusan Pembelian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,927. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2,355	2,685		0,877	0,383
X1	0,280	0,099	0,222	2,854	0,005
X2	0,771	0,100	0,603	7,731	0,000

a. Dependent Variabel: Y

Sumber: data diolah, 2018

Dari hasil regresi diatas dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,222 X1 + 0,603 X2$$

Berdasarkan hasil diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa

- a. Nilai koefisien beta pada variabel Gaya Hidup yaitu 0,222 yang artinya setiap kenaikan variabel gaya hidup (X1) maka akan mengakibatkan kenaikan perilaku pembelian mobil offroad (Daihatsu Taft series) sebesar 0,222 dengan asumsi variabel tetap.
- b. Nilai koefisien beta pada variabel Kelompok Referensi yaitu 0,603 yang artinya setiap kenaikan variabel kelompok referensi (X2) maka akan mengakibatkan kenaikan perilaku pembelian mobil offroad (Daihatsu Taft series) sebesar 0,603 dengan asumsi variabel tetap.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel Koefisien Determiansi  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,689 <sup>a</sup>	0,475	0,463	2,700

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: data primer yang diolah, 2018, Lampiran 7

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,463. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian mobil offroad (Daihatsu Taft series) dipengaruhi oleh gaya hidup, dan kelompok referensi sebesar 46,3%. Sedangkan sisanya sebesar 54,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	599,716	2	299,858	41,129	0,000
Residual	663,444	91	7,291		
Total	1263,160	93			

1. Dependent Variabel: Y1

2. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil diatas, maka diperoleh nilai signifikan 0,000 dimana nilai signifikansi  $<0,05$ . Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan secara bersama-sama antara gaya hidup, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian mobil offroad (Daihatsu Taft series) (H1) **diterima**.

Uji t

Tabel Uji t

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2,355	2,685		0,877	0,383
X1	0,280	0,099	0,222	2,854	0,005
X2	0,771	0,100	0,603	7,731	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah, 2018, Lampiran 7

Berdasarkan hasil uji t diatas, maka dapat dijelaskan seperti berikut

a. Gaya Hidup (X1)

Hasil uji t diatas untuk variabel gaya hidup memiliki nilai signifikansi 0,005 dimana lebih kecil dari 0,05 ( $0,005 < 0,05$ ) maka dapat ditarik kesimpulan hipotesis yang menyatakan gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mobil offroad (Daihatsu Taft series) (H2) dinyatakan **diterima**.

b. Kelompok Referensi (X2)

Hasil uji t diatas untuk variabel kelompok referensi memiliki nilai signifikansi 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat ditarik kesimpulan hipotesis yang menyatakan kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mobil offroad (Daihatsu Taft series) (H3) dinyatakan **diterima**.

**Pembahasan**

Pembahasan untuk masing-masing hipotesis akan disajikan dibawah ini

### Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa gaya hidup memiliki nilai signifikansi sebesar 0,005. Dari hasil uji t pada variabel gaya hidup menyatakan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,222. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan bahwa bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Offroad (Daihatsu Taft Series) diterima. Hasil tersebut mendukung penelitian Apriyandani, dkk (2017) dengan hasil yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan dengan keputusan pembelian, hasil penelitian yang sama juga dinyatakan oleh Putra (2014) yang mengatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan dengan keputusan pembelian. Menurut Lin dan Shih (2012) gaya hidup telah menjadi variabel penting dalam pengembangan strategi pemasaran, setiap produk memiliki target pasar yang berbeda dan karenanya diferensiasi melalui segmentasi pasar diperlukan untuk menetapkan preferensi dan kecenderungan masing-masing cluster.

### Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa kelompok referensi memiliki nilai signifikan 0,000. Dari hasil uji t pada variabel kelompok referensi menyatakan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,603. Maka dapat disimpulkan H3 yang menyatakan bahwa bahwa Kelompok Referensi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Offroad (Daihatsu Taft Series) diterima. Hasil tersebut mendukung penelitian Anoraga (2013) dengan hasil yang mengatakan bahwa kelompok referensi

memiliki pengaruh dengan keputusan pembelian, hal tersebut juga didukung oleh penelitian Pramudi (2015) dengan hasil yang mengatakan bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh positif dengan keputusan pembelian. Menurut Bearden dan Etzel (2001) konsep kelompok referensi telah digunakan oleh beberapa perusahaan untuk meyakinkan konsumen dalam melakukan pembelian produk dan merek. Menurut Suryani (2008) kelompok referensi merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu.

Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian secara simultan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil uji F menyatakan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan H1 yang menyatakan bahwa Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil *Offroad* (Daihatsu Taft Series) secara simultan diterima. Hasil tersebut mendukung penelitian Larasati, dan Setiawan (2013) dengan hasil yang mengatakan bahwa gaya hidup dan kelompok referensi berpengaruh positif signifikan dengan keputusan pembelian secara bersama-sama, sama dengan penelitian dari Anogara (2013) dengan hasil yang mengatakan bahwa gaya hidup, dan kelompok referensi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama.

## **Penutup**

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil *Offroad* (Daihatsu Taft Series), maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup, dan kelompok referensi dengan keputusan pembelian mobil *offroad*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa H1 dinyatakan diterima
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian mobil *offroad*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa H2 dinyatakan diterima.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian mobil *offroad*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa H3 dinyatakan diterima
4. Untuk koefisien determinasi dalam penelitian ini, masing-masing variabel memiliki pengaruh sebesar 47,5%, sedangkan sisanya 52,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Keterbatasan Penelitian

1. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini yaitu gaya hidup, dan kelompok referensi. Sedangkan masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

#### Saran

Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya menambahkan faktor-faktor lain yang kemungkinan dapat mempengaruhi keputusan pembelian mobil *offroad* untuk dijadikan variabel independen penelitian ini, contohnya harga dan kualitas produk.



