

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP PEMILIHAN PRODUK Studi pada Konsumen yang Menggunakan Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Yogyakarta**

**Paulina Meyta Budi Utami  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2009**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kelompok Referensi yang meliputi Pengaruh Informasional Grup Referensi, Pengaruh Utilitarian Grup Referensi, dan Pengaruh Ekspresi-Nilai Grup Referensi berpengaruh terhadap Pemilihan Produk.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, kuesioner, dan dokumen historis. Sampel sebanyak 100 konsumen yang menggunakan produk Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 cabang Yogyakarta. Adapun variabel penelitiannya adalah Pengaruh Informasional Grup referensi, Pengaruh Utilitarian Grup Referensi, Pengaruh Ekspresi-Nilai Grup Referensi, Pemilihan Produk. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan analisis regresi linear berganda, uji hipotesis F dan uji hipotesis t.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut : Baik secara bersama-sama maupun secara parsial, variabel Pengaruh Informasional Grup Referensi, Pengaruh Utilitarian Grup Referensi, dan Pengaruh Ekspresi-Nilai Grup Referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemilihan produk. Ketiga variabel independen hanya mampu menjelaskan perubahan pada Pemilihan Produk sebesar 53,4% sedangkan 46,6% Pemilihan Produk dipengaruhi oleh variabel lain.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUP ON PRODUCT CHOICE, AN ANALYSIS Study on Consumers Using The Product of Bumiputera 1912 Group Life Insurance's Yogyakarta Branch**

**Paulina Meyta Budi Utami  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2009**

The objective of this research was to know whether Reference Group which includes Reference Group's Informational Influence, Reference Group's Utilitation Influence, and Reference Group's Expression-Value Influence affected Product Choice.

This research was a case study. The sampling technique used was *convenience sampling*. The data was collected by conducting several techniques, they were interview, questionnaire and historical document. The sample chosen were 100 consumers who were using the product of Bumiputera 1912 Group Life Insurance's Yogyakarta Branch. The variables of the research were Reference Group's Informational Influence, Reference Group's Utilitation Influence, Reference Group's Expression-Value Influence, and Product Choice. The data collected was then computed using Multiple Linear Regression analysis, F test and t-test.

Based on the computed data analysis, the research found that: Both simultaneously and partially, Reference Group's Informational Influence, Reference Group's Utilitation Influence, and reference Group's Expression-Value Influence affected Product Choice positively and significantly. The three independent variables could only explain the changes in Product Choice at 53,4% while the rest 46,6% of Product Choice was affected by other variables.