

ABSTRAK**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA KARAOKE**

Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Jasa Karaoke Happy Puppy Seturan

Yogyakarta

Maria Bella Abdullatyas Saptanta

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa karaoke Happy Puppy Seturan Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian metode kuantitatif. Pada penelitian ini, pengambilan data menggunakan kuesioner dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk menentukan sample, penelitian ini menggunakan sample sebanyak 100 orang yaitu konsumen pengguna jasa karaoke Happy Puppy Seturan Yogyakarta yang pernah (minimal 2 kali) menggunakan jasa karaoke. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Teknik pengujian dalam penelitian ini yaitu pengujian validitas dan reliabilitas, sedangkan teknik analisis statistik menggunakan uji asumsi klasik, uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kelompok referensi dan gaya hidup berpengaruh positif pada keputusan konsumen menggunakan jasa karaoke.

Kata Kunci: Kelompok Referensi, Gaya Hidup, Keputusan Konsumen

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUP AND LIFESTYLE TO THE
CONSUMER DECISION IN USING KARAOKE SERVICE.**

Case Study on The Consumer of Happy Puppy Seturan Yogyakarta Karaoke
Services

Maria Bella Abdullatyas Saptanta

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2018

This research aims to investigate the influence of reference group and lifestyle on the consumer decision in using karaoke services. It is a quantitative method research. The researcher obtained the data using questionnaires and the purposive sampling technique. Is the tool to pick up the sample, the sample size is 100 respondent who had consume the karaoke service of Happy Puppy Seturan Yogyakarta at least twice. This data research was analyzed using multiple regression analysis. The testing technique in this research are validity and reliability testing, while the statistical technique for analyzing data used are classic assumption, F-test, t-test, and coefficient of determination. The result of this research shows that reference group and lifestyle influenced positively to the consumer decision in using karaoke service.

Keyword: Reference Group, Lifestyle, Consumer Decision