

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna Iphone di Jombang)**

ABSTRAK

Oleh :

SHAVELLA KARTIKA ANDINI

2061195

Dosen Pembimbing :

Dr. Nuri Purwanto, S.ST., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kelompok referensi dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Iphone di Jombang. Penelitian ini menggunakan metode eksplanasi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah pengguna Iphone di Jombang dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel data penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis serta koefisien determinasi dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kelompok Referensi, Brand Image, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUPS AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS

(Study on Iphone Users in Jombang)

ABSTRACT

By:

SHAVELLA KARTIKA ANDINI

2061195

Advisor:

Dr. Nuri Purwanto, S.ST., MM

This study aims to determine and explain the effect of reference groups and brand image on purchasing decisions for Iphone in Jombang. This research uses an explanatory method using a quantitative approach. The population is Iphone users in Jombang with a research sample of 100 people. The data sampling technique used accidental sampling. Data analysis using multiple linear regression analysis and hypothesis testing and the coefficient of determination with the help of SPSS. Based on the results of this study, it shows that reference groups have a significant effect on purchasing decisions and brand image has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Reference Group, Brand Image, Purchase Decision