

ABSTRAK

M Elif Setiawan | 1178020128 PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *REFERENCE GROUP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NASI WARTEG KANTIN BIRU (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Musyahadah)

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Service Quality* (x_1) Dan *Reference Group* (x_2) Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Warteg Kantin Biru baik secara parsial ataupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah *kuantitatif deskriptif*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 48 orang dari total populasi sebanyak 55 subyek. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *probability sampling* dengan jenis *stratified random sampling*. Hasil dari analisis linear berganda menunjukkan variabel *service quality* berpengaruh positif dan variabel *reference group* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji korelasi menunjukkan tingkat hubungan x_1 dan x_2 terhadap y adalah sedang dan positif. Secara parsial (uji t), variabel *service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan uji t pada variabel *reference group* menunjukkan bahwa *reference group* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *service quality* dan *reference group* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan hasil dari perhitungan uji koefisien determinasi (r^2) didapatkan hasil 0,340 atau 34%, sedangkan 66% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

Kata Kunci: *Service Quality*, *Reference Group* dan Keputusan Pembelian