

ABSTRAK

Isnaeni Nurhayati, Nomor Mahasiswa 152150028, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Motivasi dan Kelompok Referensi terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Produk Somethinc” (Studi pada Anggota Komunitas *Online* Grup Facebook Obrolan Rakyat Beauty), 2022. Dosen pembimbing Susanta dan Didik Indarwanta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Motivasi dan Kelompok Referensi terhadap Minat Beli dan dampaknya pada Keputusan Pembelian produk Somethinc. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas *online* grup Facebook Obrolan Rakyat Beauty yang menggunakan produk Somethinc. Ukuran sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial dengan metode statistik *partial least square (SEM-PLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Kelompok Referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Motivasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kelompok Referensi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli, Kelompok Referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.

Motivasi orang-orang untuk dapat memiliki tampilan kulit yang sehat dan terawat membuat mereka mencari produk skincare yang kualitasnya bagus dan aman digunakan sehari-hari, untuk itu produk Somethinc harus tetap menjaga kualitas produknya agar konsumen tetap menggunakan produk Somethinc. Produk Somethinc merupakan merek yang ramai dibicarakan di dalam Kelompok Referensi. Banyak konsumen yang masih belum mengetahui apa itu kandungan bahan aktif dalam produk Somethinc maupun fungsinya, untuk itu akan lebih baik bagi Somethinc untuk menyertakan kegunaan bahan aktif secara jelas dan simpel pada kemasan produknya.

Kata kunci : Motivasi, Kelompok Referensi, Minat Beli, Keputusan Pembelian