

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digital sekarang ini, dalam kehidupan sehari-hari foto sudah menjadi bagian yang penting. Setiap manusia memiliki keinginan untuk mengabadikan momen yang berharga serta membagikannya dengan keluarga, teman bahkan dalam media sosial. Beberapa orang diantaranya akan mencari alternatif lain untuk memperoleh hasil foto yang terbaik dari sekadar menggunakan kamera ponsel. Hal tersebut menciptakan peluang bisnis baru di bidang fotografi yaitu bisnis jasa *self photo studio*.¹

Self photo studio adalah bisnis fotografi yang bergerak di bidang jasa. Umumnya, orang-orang yang akan berfoto di studio tentu dengan bantuan fotografer profesional dalam sesi pemotretannya. Akan tetapi beberapa diantara mereka merasa kurang percaya diri saat difoto oleh fotografer. Untuk mengatasi masalah tersebut terciptalah konsep *self photo studio*. *Self photo studio* merupakan sesi foto sendiri yang dilakukan konsumen tanpa adanya fotografer untuk mengabadikan sebuah momen dengan bebas berekspresi.²

Setiap produk dari *self photo studio* harus memperhatikan apa yang menjadi faktor dalam pengambilan keputusan pembelian agar dapat bertahan dalam persaingan. Pada teori perilaku konsumen yang disusun oleh Kotler dan Keller, perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor

¹Renna Maya Meivanda and Saifuddin Zuhri, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun @photose.id," *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7, no. 1 (Januari 2024), 691.

²Ibid.

yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi.³ Dengan mengetahui alasan pembeli dalam membeli suatu produk karena faktor tertentu akan mempermudah perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya.

Tren *self photo studio* pertama kali populer di Korea Selatan dan pada tahun 2022 mulai dikenal di Indonesia. Konsep *self photo studio* menawarkan pada saat sesi foto konsumen dapat bebas berekspresi di ruangan tertutup yang sudah tersedia lengkap dengan *background*, properti, kamera, layar monitor serta *remote* yang dipegang dan ditekan oleh konsumen untuk mengambil foto sendiri. Saat ini konsep *self photo studio* sudah banyak dijumpai di Indonesia dan tengah menjadi tren, salah satunya di Kota Kediri.

Di Kota Kediri terdapat beberapa *self photo studio* yang berdiri di berbagai wilayah. Salah satu wilayah yang ramai dikunjungi yaitu di Kecamatan Kota. Kecamatan Kota merupakan wilayah pusat kota di Kota Kediri, hal tersebut didukung dengan adanya Kantor Walikota Kediri, berbagai bank nasional maupun swasta, pusat perbelanjaan modern seperti Kediri Mall dan Golden yang menjadi titik berkumpulnya banyak orang untuk sekadar mencari hiburan ataupun melakukan bisnis. Disamping itu wilayah pusat kota juga terdapat banyak perkantoran yang menambah mobilitas manusia menjadi padat di wilayah tersebut. Sehingga hal tersebut menjadikan wilayah Kecamatan Kota sebagai tempat yang strategis untuk menjalankan bisnis. Berdasarkan observasi peneliti pada bulan Juni 2024, diperoleh data *self photo studio* di Kecamatan Kota, Kota Kediri sebagai berikut:

³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Terj. Bob Sabran (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2020), 166.

Tabel 1.1
Data Self Photo Studio di Kecamatan Kota, Kota Kediri

No.	Nama Self Photo Studio	Alamat	Berdiri	Rating Google Maps	Ulasan Google Maps
1.	Potrait Room Kediri	Jl. Slamet Riadi No. 11B, Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri	8 April 2023	5/5 bintang	2.628 ulasan
2.	Holosefbox	Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa No. 39A, Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri	15 April 2023	5/5 bintang	891 ulasan
3.	Kuy Studio Kediri	Jl. Kilisuci No. 21, Setono Pande, Kec. Kota, Kota Kediri	25 November 2023	5/5 bintang	2.466 ulasan
4.	Kitsune Studio	Jl. Tembus Kaliombo No. 61, Kaliombo, Kec. Kota, Kota Kediri	5 Mei 2024	5/5 bintang	18 ulasan

Sumber: data diolah.⁴

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 1.1 terdapat 4 *self photo studio* di Kecamatan Kota, Kota Kediri yaitu Potrait Room Kediri, Holosefbox, Kuy Studio Kediri dan Kitsune Studio. Peneliti kemudian membandingkan tiga *self photo studio* yaitu Potrait Room Kediri, Holosefbox dan Kuy Studio Kediri karena sudah lama berdiri dan memiliki rating serta ulasan tertinggi di *google maps*, diperoleh hasil sebagai berikut.

⁴Hasil Observasi Tanggal 18 Juni 2024.

Tabel 1.2
Data Perbedaan antara Potrait Room Kediri, Holoselfbox dan Kuy Studio Kediri

No.	Pembeda	Potrait Room Kediri	Holoselfbox	Kuy Studio Kediri
1.	Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Couple Session b. Group Session c. Group Session + d. Group Session ++ e. Add Person f. Add Time g. Add Photos 	<ul style="list-style-type: none"> a. Single b. Triple c. Group d. Tambahan waktu e. Tambahan Orang f. Tambahan Cetak Foto 	<ul style="list-style-type: none"> a. Self Photo Studio b. Photobox c. Cetak Foto
2.	Harga	<ul style="list-style-type: none"> a. Couple Session Rp50.000 - Rp65.000 b. Group Session Rp150.000 c. Group Session + Rp200.000 d. Group Session ++ Rp250.000 e. Add Person Rp25.000 f. Add Time Rp25.000 g. Add Photos Rp15.000 – Rp30.000 	<ul style="list-style-type: none"> a. Single Rp20.000 b. Triple Rp40.000 c. Group Rp65.000 d. Tambahan waktu Rp15.000 – Rp25.000 e. Tambahan Orang Rp10.000 f. Tambahan Cetak Foto Rp10.000 – Rp25.000 	<ul style="list-style-type: none"> a. Self Photo Studio Rp50.000 b. Photobox Rp15.000 c. Cetak Foto Rp10.000
3.	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> a. Instagram b. <i>Endorse</i> c. Promo <i>weekdays</i> 	<ul style="list-style-type: none"> a. Instagram b. TikTok 	<ul style="list-style-type: none"> a. Instagram b. TikTok
4.	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Jl. Slamet Riadi No. 11B, Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri b. Setiap hari buka jam 10.00-21.00 c. Toilet d. Tempat parkir menampung 10-15 motor e. Ruang tunggu ber-AC 	<ul style="list-style-type: none"> a. Jl. Raden Patah No. 24, Kemasari, Kec. Kota, Kota Kediri b. Buka setiap hari jam 09.00-21.00 c. Toilet d. Tempat parkir menampung 7-10 motor e. Ruang tunggu 	<ul style="list-style-type: none"> a. Jl. Kilisuci No. 21, Setono Pande, Kec. Kota, Kota Kediri b. Selasa-Minggu buka jam 13.00-21.00 c. Toilet d. Tempat parkir

		<ul style="list-style-type: none"> f. CCTV g. Disediakan meja h. Disediakan permen, tisu, dan air mineral gratis i. Disediakan mainan 	<ul style="list-style-type: none"> ber-AC f. CCTV 	<ul style="list-style-type: none"> menampung 4-5 motor e. Ruang tunggu ber-AC f. CCTV
5.	Peralatan Foto	<ul style="list-style-type: none"> a. Lensa kamera DSLR b. Studio foto c. 5 pilihan warna background d. Properti e. <i>Pet Friendly</i> 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lensa <i>Fish eye</i> b. Studio box c. 3 jenis studio box d. Properti 	<ul style="list-style-type: none"> a. Lensa kamera DSLR b. Studio foto c. 6 pilihan warna background d. Properti

Sumber: data diolah.⁵

Berdasarkan data pada tabel 1.2 diketahui perbedaan dari masing-masing *self photo studio*. Diantara ketiganya, Potrait Room Kediri dan Holoselfbox menawarkan produk yang hampir sama, tetapi Potrait Room Kediri memiliki keunggulan pada produk, promosi, lokasi dan fasilitas yang diberikan. Meskipun produk yang ditawarkan Potrait Room Kediri hampir sama dengan Holoselfbox namun harga yang ditawarkan lebih tinggi dari Holoselfbox, hal tersebut dikarenakan Potrait Room Kediri memberikan kualitas foto yang lebih baik karena menggunakan lensa kamera DSLR dan memberikan fasilitas yang lebih unggul seperti studio foto yang luas dan memperbolehkan membawa hewan peliharaan. Sehingga produk yang ditawarkan Potrait Room Kediri memungkinkan konsumen mengambil foto sendiri dengan bebas berekspresi dan mengambil foto sebanyak-banyaknya dalam waktu yang sudah ditentukan dengan kualitas yang sangat baik.

⁵Hasil Observasi Tanggal 18 Juni 2024.

Adapun promosi yang dilakukan Potrait Room Kediri menggunakan Instagram, *Endorse* dan promo *weekdays*.

Lokasi Potrait Room Kediri, Holoselfbox dan Kuy Studio Kediri berada di pusat kota. Ketiganya memiliki akses jalan yang memadai dan yang membedakan antara ketiganya adalah pada fasilitas yang diberikan. Fasilitas yang diberikan Potrait Room Kediri lebih unggul karena menyediakan tempat parkir yang lebih luas serta ruang tunggu disediakan permen, tisu, dan air mineral gratis serta mainan yang bisa dimainkan saat menunggu proses cetak foto selesai, dimana hal tersebut tidak terdapat pada *self photo studio* lainnya. Sehingga konsumen akan merasa nyaman dan tidak mudah bosan. Dengan begitu konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian kembali di Potrait Room Kediri. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Potrait Room Kediri.⁶

Potrait Room Kediri adalah salah satu cabang Potrait Room yang berlokasi di Kota Kediri. Potrait Room Kediri merupakan bidang usaha fotografi *self photo studio* yang hadir dengan tujuan menyediakan studio berkonsep foto sendiri dengan pilihan produk sesi foto seperti sesi *couple* dan sesi *group* untuk semua kalangan. Produk yang ditawarkan Potrait Room Kediri berupa produk dalam bentuk jasa. Menurut teori Kotler dan Armstrong, produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan di pasar untuk dimiliki, digunakan dan dikonsumsi yang kemudian bisa memenuhi keinginan maupun kebutuhan penggunanya. Produk dapat berbentuk jasa,

⁶Hasil Observasi Tanggal 18 Juni 2024.

barang fisik, tempat, ide, acara, maupun individu.⁷ Potrait Room Kediri menawarkan produk berupa jasa sesi foto seperti *couple session*, *group session* serta tambahan waktu, tambahan orang, dan tambahan cetak foto.

Produk dari Potrait Room Kediri memiliki kategori *best seller* atau yang paling banyak dibeli oleh konsumen Potrait Room Kediri. Berikut adalah rekapan data penjualan Potrait Room Kediri selama 1 tahun yaitu pada bulan April 2023 – Maret 2024.

Tabel 1.3
Produk yang Paling Banyak Dibeli Konsumen Potrait Room Kediri

No.	Bulan	Produk	
		<i>Couple Session</i>	<i>Group Session</i>
1.	April 2023	185	50
2.	Mei 2023	218	48
3.	Juni 2023	127	55
4.	Juli 2023	164	33
5.	Agustus 2023	187	44
6.	September 2023	209	25
7.	Oktober 2023	175	35
8.	November 2023	155	34
9.	Desember 2023	204	78
10.	Januari 2024	174	73
11.	Februari 2024	166	63
12.	Maret 2024	142	49
Jumlah		2.106	587

Sumber: data penjualan Potrait Room Kediri.⁸

Berdasarkan data pada tabel 1.3 produk yang jumlahnya paling banyak dibeli konsumen Potrait Room Kediri adalah *couple session*, yaitu sebanyak 2.106. Produk *Couple Session* merupakan sesi foto singkat untuk mengabadikan momen dua orang seperti sahabat, pasangan, saudara maupun keluarga. Pada Potrait Room Kediri, konsumen yang membeli produk *couple session* akan mendapatkan sesi foto berdua berdurasi 15 menit sesi foto

⁷Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Terj. Bob Sabran (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2020), 4.

⁸Hasil Observasi Tanggal 18 Juni 2024.

sebanyak-banyaknya dengan pilihan *background* warna *dove grey*, *light grey*, *blue lake*, *pastel pink* dan *American yearbook*, bebas menggunakan properti yang disediakan, mendapatkan waktu 10 menit untuk pemilihan foto yang akan dicetak, mendapatkan 1 cetak foto, mendapatkan semua *soft file* yang akan dikirimkan melalui *google drive*, serta mendapatkan klaim *loyalty card*.

Peneliti melakukan observasi awal kepada 40 responden di Potrait Room Kediri untuk mengetahui karakteristik responden, dengan hasil observasi sebagai berikut.

Tabel 1.4
Karakteristik Responden (Konsumen) di Potrait Room Kediri

Karakteristik Responden	Jumlah Responden
Usia Responden	
< 17 tahun	0
17 – 20 tahun	12
21 – 30 tahun	27
31 – 40 tahun	1
41 – 50 tahun	0
Jumlah	40
Pekerjaan	
Pelajar/Mahasiswa	26
Swasta	6
Pengusaha	3
Ibu Rumah Tangga	3
Admin Freelance	1
Jualan Online	1
Jumlah	40
Penghasilan	
< 500.000	27
500.000 – 1.000.000	5
1.000.000 – 2.000.000	2
2.000.000 – 3.000.000	3
3.000.000 – 4.000.000	3
Jumlah	40

Sumber: data diolah.⁹

⁹Hasil Observasi Tanggal 27 April 2024.

Berdasarkan data pada tabel 1.4 menunjukkan usia responden didominasi usia 21-30 tahun yaitu berjumlah 27 orang, kemudian usia 17-20 tahun berjumlah 12 orang. Dengan pekerjaan yang mendominasi sebagai pelajar/mahasiswa yaitu berjumlah 26 orang. Dengan penghasilan didominasi kurang dari 500.000 rupiah. Berdasarkan usia, pekerjaan dan penghasilan yang mendominasi tersebut termasuk dalam usia produktif yang memiliki banyak aktivitas dan terkadang menghabiskan waktunya untuk bermain dan nongkrong bersama teman-teman seusianya. Seperti pada era digital sekarang orang-orang diusia produktif mengikuti zaman dan trend, salah satunya mengabadikan momen berharga mereka di *self photo studio*.

Pada proses pengambilan keputusan pembelian ada beberapa tahapan yang seorang konsumen lakukan sebagai dasar pengambilan keputusan apakah akan membeli atau tidak. Kotler dan Keller menyebutkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi.¹⁰ Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Potrait Room Kediri dan menetapkan fokus penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 40 responden, dengan hasil seperti berikut.

¹⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Terj. Bob Sabran (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2020), 166.

Tabel 1.5
Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk
***Couple Session* di Potrait Room Kediri**

Faktor		Jumlah
Budaya	Budaya	0
	Sub budaya	0
	Kelas Sosial	0
Sosial	Kelompok Referensi	24
	Keluarga	4
	Peran dan Status	0
Pribadi	Usia dan Tahap Siklus Hidup	0
	Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi	0
	Kepribadian dan Konsep Diri	3
	Gaya Hidup dan Nilai	0
Psikologi	Motivasi	7
	Persepsi	2
	Pembelajaran	0
	Memori	0
Total		40

Sumber: data diolah.¹¹

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan peneliti pada 40 konsumen Potrait Room Kediri yang membeli produk *couple session* yang disajikan dalam tabel 1.5 di atas, faktor kelompok referensi lebih dominan dipilih oleh konsumen, yaitu sebanyak 24 responden. Kelompok referensi yaitu sekelompok orang ataupun seorang individu yang memberi pengaruh dengan nyata terhadap perilaku seseorang. Seseorang mempergunakan kelompok referensi sebagai sebuah referensi atau dasar perbandingan dalam membentuk perilaku. Dalam perspektif pemasaran, kelompok referensi memiliki kegunaan sebagai referensi untuk seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam faktor sosial, kelompok referensi termasuk salah

¹¹Hasil Observasi Tanggal 27 April 2024.

satu di dalamnya, dimana faktor tersebut bisa mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.¹²

Kelompok referensi dalam penelitian ini berdasarkan dari jenis kelompok referensi yang terkait dengan konsumen yaitu kelompok persahabatan atau pertemanan. Menurut konsumen Potrait Room Kediri yang menjawab kelompok referensi, alasan memilih kelompok referensi karena dalam membeli sebuah produk berupa jasa akan cenderung menanyakan terlebih dahulu kepada teman atau sahabat mereka yang mengetahui informasi mengenai produk tersebut. Dari informasi yang diterima, konsumen akan menyeleksi yang paling baik, kemudian melakukan keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Setelah melakukan observasi dan memperoleh data seperti di atas, peneliti menyusun penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian *Couple Session* di *Self Photo Studio* (Studi Pada “Potrait Room” Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kelompok referensi konsumen *couple session* di *self photo studio* Potrait Room Kediri?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen *couple session* di *self photo studio* Potrait Room Kediri?
3. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *couple session* di *self photo studio* Potrait Room Kediri?

¹²Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, cet. ke-2, ed. ke-2 (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2014), 305.

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kelompok referensi konsumen *couple session* di *self photo studio* Potrait Room Kediri.
2. Mengetahui keputusan pembelian konsumen *couple session* di *self photo studio* Potrait Room Kediri.
3. Mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *couple session* di *self photo studio* Potrait Room Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi untuk menambah wawasan serta ilmu pengetahuan di bidang ekonomi tentang bagaimana kelompok referensi dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi masukan serta pertimbangan bagi perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam berinovasi, mengembangkan produk serta menambah jumlah konsumen dengan memahami segi kelompok referensi konsumen agar strategi pemasaran dapat berjalan seperti yang diharapkan.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk menambah bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin atau sedang mengangkat masalah yang serupa. Sehingga diharapkan dapat mengkaji masalah ini dengan menjangka lebih luas

seperti menambahkan variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini.

E. Telaah Pustaka

1. *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Songkok Al-Zamzami Di Desa Bojoasri Kec Kalitengah Kab Lamongan* oleh Vivin Alfianita (2023), mahasiswi IAIN Kediri.

Penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 1289. Rumus slovin digunakan sebagai teknik pengambilan sampel sehingga diperoleh sampel sejumlah 305 orang. Diperoleh hasil penelitian yakni kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sebesar 54,9% sementara 45,1% sisanya dipengaruhi variabel lain.¹³

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni objek yang diteliti dalam penelitian sebelumnya produk songkok sementara pada penelitian ini produk jasa sesi foto. Lokasi penelitian sebelumnya di Kabupaten Lamongan sementara pada penelitian ini di Kota Kediri. Selain itu teknik pengambilan sampel yang digunakan berbeda. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni keduanya merupakan penelitian kuantitatif dan membahas faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan faktor kelompok referensi sebagai variabel X.

¹³Vivin Alfianita, "Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Songkok Al-Zamzami Di Desa Bojoasri Kec Kalitengah Kab Lamongan", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2023).

2. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado* oleh Nurul Yusna Yunus (2021), mahasiswi IAIN Manado.

Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Sumber data penelitian tersebut yaitu mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado. Jumlah responden sebanyak 83 mahasiswi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Besar pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian 12,8%, sementara 87,2% sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.¹⁴

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni variabel X yang digunakan, pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel gaya hidup sementara penelitian ini memakai variabel kelompok referensi. Objek yang diteliti mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, sementara penelitian ini konsumen Potrait Room Kediri. Lokasi penelitian sebelumnya di Manado sementara pada penelitian ini di Kota Kediri. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni keduanya merupakan penelitian kuantitatif dan membahas faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3. *Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Barang Diskon Pada Mahasiswa UTS di Minimarket Sumbawa Besar* oleh Fitra

¹⁴Nurul Yusna Yunus, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado", (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, 2021).

Hasri Rosandi dan Ninik Nurlatifah (2022), Universitas Teknologi Sumbawa.

Penelitian tersebut memakai pendekatan kuantitatif. *Cluster sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel sehingga sampel penelitian tersebut sebanyak 362 orang. Hasil penelitian menunjukkan motivasi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar 37,6% dan 62,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.¹⁵

Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yakni pada penelitian sebelumnya objek yang diteliti mahasiswa Universitas Teknologi Semarang, sementara penelitian ini konsumen Potrait Room Kediri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan berbeda. Selain itu terdapat perbedaan pada variabel X, yakni penelitian sebelumnya menggunakan variabel motivasi sementara penelitian ini menggunakan variabel kelompok referensi. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah keduanya sama menggunakan penelitian kuantitatif serta sama meneliti mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

4. *Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie* oleh Reshanty Dea Nur Macdhy, Siti Mariam dan Ajat Sudrajat (2022), Universitas Singaperbangsa Karawang.

Penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif. Jumlah sampel 100 orang dengan metode pengambilan sampel berupa *purposive*

¹⁵Fitra Hasri Rosandi dan Ninik Nurlatifah, "Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Barang Diskon Pada Mahasiswa UTS di Minimarket Sumbawa Besar," *Jurnal Tambora* 6, no. 2 (Juli, 2022).

sampling. Populasi penelitian tersebut adalah mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang sejumlah 3.252 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁶

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni variabel X yang digunakan, pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel budaya sementara penelitian ini menggunakan variabel kelompok referensi. Lokasi penelitian sebelumnya di Kota Karawang sementara pada penelitian ini di Kota Kediri. Selain itu teknik pengambilan sampel yang digunakan berbeda. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni keduanya merupakan penelitian kuantitatif dan membahas faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

5. *Pengaruh Ekuitas Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon Pada Masyarakat Kabupaten Gresik* oleh Agus Kurniawan dan Renny Dwijayanti (2021), Universitas Negeri Surabaya.

Penelitian tersebut memakai metode kuantitatif. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Jumlah responden sebanyak 120 responden. Hasil penelitian mendapatkan nilai t hitung ekuitas merek yaitu 2,377 yang artinya ekuitas merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sementara nilai t hitung kelompok referensi yaitu 1,289 yang artinya kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap

¹⁶Reshanty Dea Nur Macdhy, Siti Mariam dan Ajat Sudrajat, "Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie," *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 17, no. 2 (Oktober, 2022).

keputusan pembelian. Secara simultan ekuitas merek dan kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 11,2%.¹⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni lokasi penelitian sebelumnya terletak di Kabupaten Gresik sementara penelitian ini di Kota Kediri. Penelitian sebelumnya menggunakan satu variabel Y serta dua variabel X, sementara penelitian ini menggunakan satu variabel Y dan satu variabel X. Sementara persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama berupa penelitian kuantitatif serta membahas faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, hipotesis yang nantinya diuji dinamakan hipotesis kerja (H_a) dan hipotesis nol (H_0).¹⁸ Pada penelitian ini perumusan hipotesis seperti berikut.

H_a : ada pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *couple session* di *self photo studio* Potrait Room Kediri.

H_0 : tidak ada pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *couple session* di *self photo studio* Potrait Room Kediri.

¹⁷Agus Kurniawan dan Renny Dwijayanti, "Pengaruh Ekuitas Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon Pada Masyarakat Kabupaten Gresik", *JPTN: Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 9, no. 3 (2021).

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2022), 99.