ABSTRAK

Skripsi dengan judul **"Pegaruh Kelompok Referensi dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Emas Sebagai Pilihan Investasi Ibu-Ibu Pengajian Masjid Al-Akbar Suarabaya"** merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji faktor-faktor seperti kelompok referensi dan kelas sosial yang dimiliki oleh ibu-ibu pegajian akan mempengaruhi keputusan pembelian emas sebagai salah satu pilihan investasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitaf dengan jenis penelitian asosiatif. Asosiatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan varibel lain. Peneliti menggunakan SPSS 19 untuk menguji data penelitian. Penelitian dilakukan kepada 141 ibu-ibu pengajian masjid Al-Akbar Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *sampling purposive* yang mana teknik untuk menentukan sample dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan yang dilakukan adalah dengan menggunakan *screening* dengan begitu sampel yang diperoleh sebanyak 37 ibu-ibu pengajian masjid Al-Akbar Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi dan kelas sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi ibu-ibu pengajian masjid Al-Akbar Surabaya. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian regresi secara simultan (uji F) didapatkan F hitung sebesar 16,887 dengan signifikansi 0.000. Hasil pengujian regresi secara parsial (uji t) didapatkan variabel kelompok referensi memiliki nilai t hitung sebesar 2,200 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,035 yang berarti kurang dari 0,050 maka secara parsial variabel kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel kelas sosial nilai t hitung sebesar 3,762 dengan tingkat signifikansi 0,001 yang berarti kurang dari 0,050 maka variabel kelas sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji determinan terdapat pengaruh faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 53,1%. Adapun variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian adalah kelas sosial.

Sejalan dengan penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini secara parsial dan simultan variabel kelompok referensi dan kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian emas sebagai pilihan investasi maka disarankan adanya tindakan lanjutan untuk memberi pengetahuan kepada ibu-ibu muslimah tentang pentingnya melakukan investasi karena wanita adalah manajer keuangan keluarga yang diharapkan dapat mengelola pendapatan suami dengan baik dan benar.

Kata kunci: kelompok referensi, kelas sosial, keputusan pembelian, investasi emas, ibu-ibu pengajian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id