

ABSTRAK

Gambaran Peran Kelompok Acuan Pada Pembelian Produk *Fashion* Secara *Online Shopping* Pada Wanita Dewasa

Oleh: Sila Kurniawan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran peran kelompok acuan yang terdiri dari kelompok persahabatan, belanja, kerja, masyarakat maya, dan pegiat konsumen pada pembelian produk *fashion* secara *online shopping*.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif-kuantitatif dengan jumlah subyek 205 wanita dewasa di daerah Bukittinggi di ambil secara *accidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok acuan persahabatan memiliki peran paling dominan yang di persepsikan oleh subyek pada pembelian produk *fashion* secara *online shopping* pada wanita dewasa kota Bukittinggi terdapat pada kelompok persahabatan, dengan peran sebesar 40.00%. Hal ini dikarenakan teman merupakan orang yang memberikan informasi, pendapat dan kesukaan kelompok persahabatan sering kali memiliki peran terhadap pembelian suatu produk atau merek. Peran kelompok acuan selanjutnya yaitu kelompok masyarakat maya, kelompok pegiat konsumen, kelompok kerja dan terakhir kelompok belanja. Kemudian dari hasil uji *chi-square* menunjukkan bahwa dari lima kategori data demografi hanya kategori tempat tinggal yang memiliki perbedaan pada kelompok acuan.