

**PENGARUH GAYA HIDUP UTILITARIAN DAN KELOMPOK  
ACUAN TERHADAP MINAT MENGIKUTI PEMBELAJARAN  
ONLINE  
(STUDI TERHADAP BMI HONGKONG DALAM MENGIKUTI  
PEMBELAJARAN ONLINE DI UNIVERSITAS CIPUTRA)**

**Agitya Kristantoko, Sri Setro Iriani**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

[agi.tia\\_99@yahoo.com](mailto:agi.tia_99@yahoo.com)

**Abstract**

*Increasing of BMI (Indonesian Migrant Workers) who work abroad to provide for his family. But this time the awareness of them increase because becomes migrant worker also increase social cost. Migrant workers Universitas Ciputra This research is conclusive research. Sampling techniques in this study using purposive sampling technique that is 375 BMI are included in an online learning community at the University of Ciputra (potential consumers). Data analysis techniques that used are validity test, reliability test and multiple linear regression analysis with PASW Statistic 1.8 software This study shows the results, that there is a positive effect between utilitarian lifestyle and reference group on purchasing intention online learning in Universitas Ciputra simultaneously and the dominant effect is the utilitarian lifestyle variables followed by variable reference group of online learning community*

*Keywords: Utilitarian lifestyle, the reference group and purchasing interest*

**1. PENDAHULUAN**

Semakin sulitnya lapangan kerja di Indonesia membuat banyak orang melakukan banyak cara demi mendapatkan pekerjaan. Salah satunya adalah dengan mencari pekerjaan menjadi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di luar negeri atau yang biasa disebut dengan Buruh Migran Indonesia (BMI). Hal ini juga tidak lepas dari terbatasnya keterampilan yang mereka miliki.

Banyak BMI yang memilih negara Hongkong sebagai tujuan mereka karena di Hongkong BMI bekerja sebagai pekerja domestik atau biasa disebut pembantu rumah tangga,

sehingga dibutuhkan perempuan dan mampu untuk bekerja memasak, mencuci, merawat anak, merawat orang tua, dan sebagainya. Selain itu, di Hongkong telah terdapat undang-undang yang mengatur mengenai BMI yang bekerja di sana sehingga tidak ada kekerasan, ada hari libur yang jelas, minimum gaji, dan peraturan-peraturan lain mengenai BMI. Namun tidak selamanya mereka bisa menjadi BMI karena adanya batasan usia maupun kontrak kerja yang tidak tetap. Selain itu banyaknya masalah yang membayangi mereka terutama perundang-undangan Indonesia yang membatasi jumlah BMI

maupun masalah sosial lain yang ditimbulkan.

Pemerintah memiliki berbagai upaya untuk melindungi BMI dari berbagai resiko yang mengancam. Mulai dari adanya undang-undang untuk perlindungan BMI yang dibuat antara negara Indonesia dengan negara tujuan tempat BMI bekerja, hingga adanya mengadakan pelatihan skill bagi BMI yang ada di luar negeri untuk mengurangi bertambahnya jumlah BMI. Dengan adanya sisi negatif tersebut, Pemerintah memiliki berbagai upaya untuk melindungi BMI dari berbagai resiko yang mengancam. Mulai dari adanya undang-undang untuk perlindungan BMI yang dibuat antara negara Indonesia dengan negara tujuan tempat BMI bekerja, hingga adanya mengadakan pelatihan skill bagi BMI yang ada di luar negeri untuk mengurangi bertambahnya jumlah BMI.

Upaya-upaya yang dilakukan pemerintah ini juga mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup BMI yang ada di Hongkong. Mereka kemudian merubah pola pikir dan gaya hidup mereka yang dulunya mereka hanya mementingkan kesenangan mereka, mereka kini lebih memikirkan masa depan mereka.

Menurut Kasali (2001:91), gaya hidup merupakan pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Salomon (2007:209) mendefinisikan gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uang (lifestyle refers to a pattern of consumption reflection a

person's choices of how he or she spend time and money).

Nilai Utilitarian adalah nilai yang dipertimbangkan secara obyektif dan rasional (Hanzaee, 2011). Yang termasuk didalam nilai utilitarian, antara lain: (To, et al., 2007; Ferrand, et al., 2010) adalah Penghematan Biaya (Cost Saving). Penghematan biaya atau cost saving menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi minat beli, dimana konsumen akan mencari produk atau jasa yang bisa menghemat uang mereka.

Yang kedua adalah Services (Layanan). Layanan yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan konsumen dalam minat pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan Chaudhuri dan Holbrook (2001) terdapat 2 variabel untuk mengukur nilai-nilai utilitarian yaitu, a). I rely on this product b). This product is necessity for me. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa utilitarian value merupakan suatu bentuk sikap dari konsumen dimana mereka berbelanja dengan melakukan pembelian ataupun tidak melakukan pembelian atas barang yang sudah mereka tentukan sesuai kebutuhan.

Utilitarian shopping value merupakan perilaku berbelanja yang lebih rasional dan non-emosional yang secara alamiah terbentuk apabila seseorang ingin mengalokasikan sumberdayanya secara efisien (Jones et al. 2006). Munculnya perilaku konsumsi utilitarian dapat dicirikan dengan adanya hal-hal berikut (Ferrand & Vecchiatini, 2002) : 1). Cost Saving, penghematan biaya merupakan faktor utama dari konsep utilitarian, dimana

dalam hal ini seseorang akan mencoba mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tertentu. 2). Maximizing Utility, dengan memaksimalkan nilai utilitas, konsumen utilitarian akan lebih puas dalam menentukan produk apa yang dikonsumsi, hal ini dilakukan dengan cara menyeleksi produk-produk yang memberikan keuntungan utilitas paling tinggi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga indikator dalam penelitian ini, yaitu Cost Saving, Services, dan Maximizing Utility.

Salah satu program yang dibuat oleh Universitas Ciputra untuk BMI adalah membuka program pembelajaran online entrepreneurship yang mengajarkan mereka merubah hidup mereka menjadi entrepreneur sehingga mereka tidak perlu lagi ke luar negeri untuk berkerja. Program pembelajaran ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mengajari BMI tentang pentingnya berentrepreneur dan memiliki usaha sendiri sehingga mereka mampu memiliki usaha sendiri, lebih mandiri serta memperbaiki taraf hidup mereka.

Melalui pembelajaran online diharapkan mereka dapat terus belajar tanpa harus datang ke Indonesia. Pembelajaran online yang dapat diikuti oleh semua orang di mana pun mereka berada dapat memudahkan mereka. Sistem online dipilih karena dengan kesibukan mereka sebagai BMI, mereka akan tetap belajar dimana pun dan kapan pun mereka mau.

Namun program pembelajaran online ini tidak langsung direspon positif walaupun sebelumnya terdapat alumni atau lulusan yang digunakan

sebagai kelompok acuan dalam program pembelajaran online tersebut,

Bearden dan Etzel dalam jurnal penelitian Jiaqin Yang et al (2007) mengatakan bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kelompok acuan akan mempengaruhi seseorang dalam memilih produk atau merek, karena komunitas tersebut sangat dipercaya sarannya, karena ia memiliki pengetahuan yang lebih baik (Sumarwan, 2004:308).

30 BMI alumni pembelajaran online tersebut diminta untuk mengajak teman-temannya sesama BMI untuk mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra. Dengan membawa minimal 10 temannya untuk mengikuti pembelajaran online, BMI alumni tersebut bisa mengikuti pembelajaran di kelas/ batch selanjutnya dengan gratis.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (2001) ditemukan indikator-indikator yang menunjukkan kapabilitas dari kelompok acuan, antara lain: (1) Pengetahuan kelompok acuan mengenai produk dimana hal ini menunjukkan seberapa sering kelompok referensi ini mengetahui spesifikasi produk yang diinformasikan kepada konsumen lain, (2). Kredibilitas dari kelompok acuan yaitu kredibilitas menunjukkan nama baik dari kelompok referensi dilihat dari perilaku di lingkungannya, (3). Pengalaman dari kelompok acuan yaitu pengalaman dari kelompok referensi dalam mengkonsumsi atau menggunakan produk yang diinformasikan kepada konsumen, (4). Keaktifan kelompok acuan menunjukkan seberapa sering

kelompok referensi ini memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk sehingga konsumen tertarik untuk mengkonsumsi produk bersangkutan, (5). Daya tarik kelompok acuan yaitu daya tarik ini mengarah pada performa atau penampilan kelompok referensi.

Mengacu pada fungsi kelompok acuan yang dijelaskan, Blackwell, dan Miniard (2001) dan didukung oleh jurnal Bintang Jalasena Anoraga (2013) dan Jiaqin Yang et al. (2007) yang disesuaikan objek penelitian yaitu pembelajaran online, maka indikator pengukuran kelompok acuan dalam penelitian ini yaitu: 1. Pengetahuan kelompok acuan mengenai produk, 2. Kredibilitas kelompok acuan, 3. Pengalaman dari kelompok acuan, 4. Keaktifan kelompok acuan, 5. Daya tarik kelompok acuan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : Pengaruh Gaya Hidup Utilitarian dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Mengikuti Pembelajaran Online (Studi pada BMI di Hongkong dalam Mengikuti Pembelajaran Online di Universitas Ciputra).

### **Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler dan Amstrong (2011:164) Perilaku pelanggan mengacu pada perilaku pembelian konsumen akhir individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Sedangkan Engel, Blackwell dan Miniard dalam ujang Sumarwan (2004:25) menyatakan bahwa, tindakan langsung yang terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi,

dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Konsep ini sangat penting digunakan pada saat mempelajari perilaku konsumen. Di mana dalam konsep perilaku konsumen terdapat permodelan bagaimana perilaku konsumen sebelum, saat dan sesudah pembelian. Berdasarkan permodelan tersebut peneliti dapat menganalisis bagaimana perilaku konsumen. Pada model perilaku Engel dkk (1995:200) menjelaskan bagaimana bagaimana perilaku konsumen sebelum, saat dan sesudah pembelian.

### **Minat Pembelian**

Menurut Keller (1998) dalam Dwityanti (2008), minat beli konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Morissan (2007:84) mengemukakan jika minat beli adalah keinginan untuk membeli dengan kecenderungan untuk membeli merek tertentu.

Selain itu juga Mason (1990) dalam Dwityanti (2008) juga berpendapat bahwa naiknya daya tarik terhadap suatu produk yang sudah ditetapkan dapat meningkatkan tingkat konsumsi. Tingkat konsumsi disini sama halnya dengan minat beli konsumen.

Indikator untuk mengukur variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori pengukuran keputusan pembelian dari Ferdinand (2002) yaitu: (1) Minat transaksional (2) Minat refrensial (3) Minat preferensial (4)Minat eksploratif.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra menggunakan keempat indikator dari Ferdinand, yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensi, dan minat eksploratif karena peneliti ingin meneliti minat apa yang ada pada BMI di Hongkong dalam mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra.

### **Gaya Hidup Utilitarian**

Gaya hidup utilitarian adalah pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang yang dipertimbangkan secara obyektif dan rasional (Hanzaee, 2011). Menurut Satriawinarah (2012) dalam blognya <http://gaya2kehidupan.wordpress.com/>, jenis-jenis gaya hidup dibagi menjadi berbagai macam tergantung pada Jenis-jenis gaya hidup yang nanti akan ada banyak sekali jenisnya, pertama-tama bisa ditentukan oleh apapun. Misal, ada gaya hidup modern yang ditentukan oleh masa, gaya tradisional yang juga oleh masa, ada gaya hidup militeristik yang ditentukan oleh profesi, dan lain sebagainya, yang akan dijelaskan berikut ini. Jenis-jenis gaya hidup bisa ditentukan oleh apa saja, mulai dari Agama, profesi, zaman, teknologi, hobi, umur, jenis kelamin, idola, dan sebagainya. Semua itu terbentuk karena adanya kesamaan sejumlah manusia dalam menjalani hidupnya pada suatu jalan tertentu.

Dalam penelitian ini, berdasarkan profesi, aktifitas, minat, dan opini, maka gaya hidup dari BMI yang ada di Hongkong memiliki gaya hidup utilitarian karena mereka menggunakan

uang mereka untuk membeli dan memenuhi keinginan serta kebutuhan mereka yang sesuai dengan keperluan mereka. Yang termasuk didalam nilai utilitarian (To, et al., 2007; Ferrand, et al., 2010) adalah (1) Penghematan Biaya (Cost Saving) (2) Services (Layanan). Menurut Ferrand & Vecchiatini (2002), gaya hidup utilitarian dapat dicirikan dengan indikator berikut: (1) Cost Saving, (2) Penghematan biaya, (3) Maximizing Utility. Penelitian menggunakan tiga indikator dalam penelitian ini, yaitu Cost Saving, Services, dan Maximizing Utility

### **Kelompok Acuan**

Menurut Kotler dan Keller (2008:217) kelompok acuan yaitu “seseorang yang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.”

Menurut Sciffman dan Kanuk, 2007 (dalam Mangkosa et al, 2007) kelompok acuan adalah “a group whose values and attitudes are used by an individual as a basis for his or her current behavior.” Yang artinya suatu kelompok yang memberikan nilai dan sikapnya digunakan sebagai dasar perilaku.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (2001) yang disesuaikan dengan objek penelitian pembelajaran online di Universitas Ciputra, maka indikator variabel kelompok acuan yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Pengetahuan kelompok acuan mengenai produk (2) Kredibilitas kelompok acuan (3) Pengalaman dari kelompok acuan (3) Keaktifan

kelompok acuan (4) Daya tarik kelompok acuan.

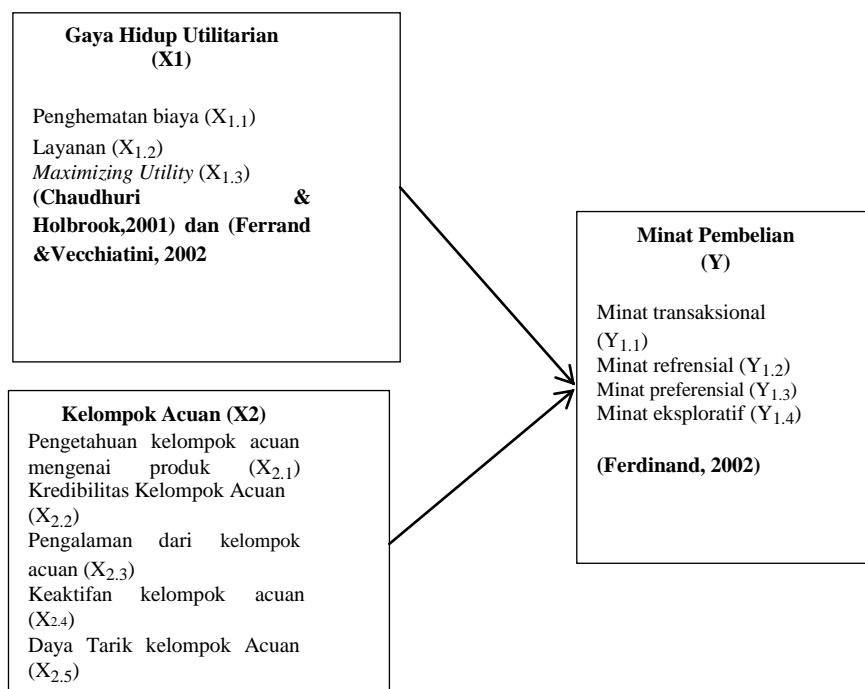
Berdasarkan kajian teoritis dan empiris yang diuraikan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

- H1 : Semakin tinggi pengaruh gaya hidup utilitarian dan kelompok acuan secara simultan maka semakin tinggi minat mengikuti pembelajaran online. (Studi terhadap BMI di Hongkong dalam Mengikuti Pembelajaran Online di Universitas Ciputra)
- H2 : Semakin tinggi pengaruh gaya hidup utilitarian secara parsial maka semakin tinggi minat mengikuti pembelajaran online (Studi terhadap BMI di Hongkong dalam Mengikuti Pembelajaran Online di Universitas Ciputra)
- H3 : Semakin tinggi pengaruh kelompok acuan secara parsial

maka semakin tinggi minat mengikuti pembelajaran online (Studi terhadap BMI di Hongkong dalam Mengikuti Pembelajaran Online di Universitas Ciputra)

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian conclusive dengan jenis penelitian causal dimana penelitian ini bertujuan untuk menguji suatu hipotesis mengenai hubungan khusus antara variabel bebas (gaya hidup utilitarian dan kelompok acuan) dan variabel terikatnya (minat pembelian) pada BMI di Hongkong yang tergabung dalam komunitas pembelajar online Universitas Ciputra. Adapun rancangan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Populasi dalam penelitian ini adalah BMI Hongkong yang tergabung

dalam komunitas pembelajar online di Universitas Ciputra dengan jumlah

populasi antara 2.800 hingga 3.000 orang. Jumlah sampel yang ditetapkan minimal sebanyak 375 dengan teknik penarikan sampel Purposive Sampling menggunakan data primer dan sekunder. Adapun lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah di Universitas Ciputra, UC Town, Citraland, Surabaya.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini ada dua jenis yaitu variabel bebas yang diwakili oleh gaya hidup utilitarian dan kelompok acuan dan variabel terikat yang meliputi minat pembelian.

Gaya hidup utilitarian diartikan sebagai pola hidup seseorang dalam menghabiskan waktu dan uangnya yang dipertimbangkan secara obyektif dan rasional. Variabel gaya hidup utilitarian dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu (1) Penghematan Biaya (2) Layanan (3) Maximizing Utility.

Kelompok acuan diartikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Variabel kelompok acuan dalam penelitian ini diukur dengan lima indikator: (1) pengetahuan kelompok acuan mengenai produk, (2) kredibilitas dari kelompok acuan, (3) pengalaman dari kelompok acuan, (4) keaktifan kelompok acuan, (5) daya tarik kelompok acuan.

Minat pembelian adalah keinginan untuk membeli dengan kecenderungan untuk membeli merek tertentu. Variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator (1)Minat

transaksional(2)Minat refrensial (3) Minat preferensial (4)Minat eksploratif.

Data diperoleh dari penyebaran angket, observasi dan wawancara. Instrumen penelitian menggunakan skala *Likert* yang hanya merupakan skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju”.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang mengukur gaya hidup (X1), kelompok acuan (X2) dan keputusan pembelian (Y) adalah valid karena memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* (rhitung) yang lebih besar dari rtabel sebesar 0,3. Hasil uji reliabilitas dapat diketahui besarnya nilai Cronbach Alpha untuk variabel gaya hidup utilitarian (X1) sebesar 0,871, kelompok acuan (X2) sebesar 0,938, dan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,758. Sehingga disimpulkan bahwa pernyataan – pernyataan pada instrumen penelitian (angket) reliabel karena lebih besar dari 0,70 dan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk variabel – variabel penelitian.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki minat, ikut terlibat dalam mengambil minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis umur, pendapatan, lama bekerja

sesuai dengan hasil angket yang telah disebar oleh peneliti.

Hasil dari 375 responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki umur diatas 30 tahun dengan jumlah 223 responden dengan persentase 54,47%. Mayoritas pendapatan responden memiliki penghasilan diatas 5 juta rupiah dengan jumlah responden 243 responden dengan persentase 64,8%. Mayoritas responden lama bekerja sebanyak 141 responden dengan lama bekerja diatas 5 tahun dengan perentase 37.6%.

Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 0,437. Artinya gaya hidup utilitarian dan kelompok acuan secara bersama-

sama mempengaruhi minat mengikuti pembeajaran onlie di Universitas Ciputra sebesar 43,7% sedangkan sisanya 56,3% disebabkan oleh faktor pengganggu yaitu variabel-variabel lain di luar model yang sebenarnya turut mempengaruhi tetapi tidak masuk ke dalam model penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model penelitian ini tidak dapat digunakan dalam penelitian lain yang serupa hanya mampu menjelaskan fenomena di lokasi penelitian (Universitas Ciputra). Namun bila terdapat penelitian lain yang akan menggunakan model ini maka dapat menambahkan atau mengganti variabel sesuai dengan fenomena penelitian berikutnya.

**Tabel 1. Hasil Pengujian Pengaruh Antar Variabel**

Pengaruh antar variabel	T Statistics	Sig.	T-tabel
Gaya Hidup Utilitarian terhadap → Minat Mengikuti Pembelajaran Online	6,542	0.000	1,65
Kelompok Acuan terhadap → Minat Mengikuti Pembelajaran Online	8,930	0.000	1,65

Berdasarkan pada tabel 1, hasil uji pengaruh antar variabel menunjukkan bahwa variabel pelatihan kerja berpengaruh positif terhadap variabel kinerja karyawan sebesar 6,542 pada taraf signifikansi dibawah 5% atau 0,05yaitu sebesar 0,000 dan H<sub>1</sub> diterima. Hasil uji pengaruh variabel lingkungan kerja non fisik berpengaruh

positif terhadap variabel kinerja karyawan sebesar 8,930 pada taraf signifikansi dbawah 5% atau 0,05 yaitu sebesar 0,000 dan H<sub>2</sub> diterima.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh Secara Simultan Gaya Hidup Utilitarian dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Mengikuti**



### **Pembelajaran Online Di Universitas Ciputra.**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka dapat diketahui gaya hidup utilitarian dan kelompok acuan secara bersama-sama mempengaruhi minat pembelian sebesar 43,7% menurut nilai koefisien determinasi yang disesuaikan sedangkan sisanya sebesar 56,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel dalam penelitian ini, maka minat pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan faktor internal sebab belajar saat ini sudah menjadi suatu kebutuhan utama masyarakat. Faktor eksternal terdiri dari budaya, kelas sosial, strategi pemasaran terutama dalam penelitian ini yaitu kelompok acuan.

Sedangkan faktor internal terdiri dari kepribadian, konsep diri, motivasi, sikap kepercayaan dan pengetahuan dan dalam penelitian ini yaitu gaya hidup utilitarian. Diasumsikan ada faktor-faktor lain yang bisa mempengaruhi minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra selain gaya hidup utilitarian dan kelompok acuan. Dalam mengikuti pembelajaran online, konsumen juga melihat dari faktor biaya dalam mengikuti pembelajaran online. Selain itu faktor pelayanan dalam belajar secara online juga berpengaruh besar karena dalam bidang jasa yang menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang adalah pelayanan yang diberikan.

### **Pengaruh Secara Parsial Gaya Hidup Utilitarian Terhadap Minat Mengikuti Pembelajaran Online Di Universitas Ciputra.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup utilitarian berpengaruh signifikan terhadap minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra. Artinya konsumen sadar bahwa mereka mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra dengan mempertimbangkan manfaat dan nilai utilitarian yang mereka peroleh jika mereka mengikuti pembelajaran online.

Tanda positif dari persamaan model regresi menunjukkan bahwa gaya hidup utilitarian mempunyai pengaruh positif terhadap minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila gaya hidup utilitarian dari konsumen meningkat, maka minat dalam mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra akan meningkat pula.

Berdasarkan hasil dari jawaban responden melalui pernyataan-pernyataan dalam mengukur gaya hidup utilitarian, dari indikator penghematan biaya mendapat hasil *mean* 3,94. Ini menunjukkan bahwa dalam minat belajar online dipengaruhi oleh penghematan biaya ketika konsumen mengikuti pembelajaran online itu sendiri. Selain itu, pada indikator layanan dalam mengukur gaya hidup utilitarian rata-rata dari jawaban responden adalah sebesar 4,14, hal ini menunjukkan bahwa layanan berpengaruh terhadap minat mengikuti pembelajaran online karena dari layanan

yang diberikan, konsumen menjadi tertarik dan berminat mengikuti pembelajaran online. Pada indikator *maximizing utility* mendapat rata-rata jawaban 4,27. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata responden penelitian menyatakan bahwa belajar online di Universitas Ciputra dapat memberi manfaat yang berguna bagi masa depan mereka.

Dari tiga indikator gaya hidup utilitarian yang memiliki rata – rata tertinggi adalah *maximizing utility* dengan rata – rata 4.27. Dan pernyataan yang sama-sama memiliki rata-rata tertinggi 4.27 dengan pernyataan “Belajar online di Universitas Ciputra dapat memberi manfaat yang berguna bagi masa depan saya”, dan “Saya belajar online di Universitas Ciputra karena adanya kebutuhan tentang pendidikan”. Maka dapat diasumsikan bahwa konsumen berminat mengikuti belajar online dari indikator gaya hidup utilitarian adalah karena konsumen merasa bahwa belajar online di Universitas Ciputra memiliki manfaat tertinggi yang diberikan dengan pekerjaan mereka sebagai BMI di Hongkong.

#### **Pengaruh secara parsial kelompok acuan terhadap minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup utilitarian berpengaruh signifikan terhadap minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra. Artinya konsumen mengikuti pembelajaran online dengan mempertimbangkan saran atau pendapat dari kelompok acuan yang ada

disekitarnya, mereka yang sudah pernah mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra sebelumnya. dalam variabel kelompok acuan, keaktifan kelompok acuan dalam mempengaruhi responden untuk mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra seperti intensitas mereka dalam memberi informasi mengenai pembelajaran online adalah hal yang sangat berpengaruh dalam menarik minat konsumen dalam mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra. Tanda positif dari persamaan model regresi menunjukkan bahwa kelompok acuan mempunyai pengaruh positif terhadap minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra. dalam penelitian ini untuk mengukur kelompok acuan digunakan lima indikator yaitu Pengetahuan kelompok acuan mengenai produk, kredibilitas kelompok acuan, pengalaman dari kelompok acuan, keaktifan kelompok acuan, dan daya tarik kelompok acuan (Engel, Blackwell, dan Miniard, 2001). Berdasarkan hasil dari jawaban responden melalui pernyataan-pernyataan dalam mengukur kelompok acuan, dari indikator pengetahuan kelompok acuan mengenai produk mendapat jawaban rata-rata sebesar 3,95. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh kelompok acuan melalui indikator pengetahuan kelompok acuan mengenai produk dinilai setuju oleh responden penelitian dan mempengaruhi minat dari konsumen dalam mengikuti pembelajaran online.

Dari indikator kredibilitas kelompok acuan rata-rata jawaban

responden pada indikator kredibilitas kelompok acuan adalah 3,89. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh kelompok acuan melalui indikator kredibilitas kelompok acuan dinilai setuju oleh responden penelitian. Karena kelompok acuan yang memiliki kredibilitas tinggi, maka konsumen semakin berminat mengikuti pembelajaran online.

Dari indikator pengalaman kelompok acuan diketahui secara keseluruhan rata-rata jawaban responden pada pengalaman dari kelompok acuan adalah 3,93. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh kelompok acuan dalam mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra melalui indikator pengalaman dari kelompok acuan dinilai setuju oleh responden penelitian sehingga pengalaman dari kelompok acuan juga menentukan seberapa besar minat dari konsumen dalam mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra.

Dari indikator keaktifan kelompok acuan, secara keseluruhan rata-rata jawaban responden pada indikator ini adalah 4,14. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh kelompok acuan dalam mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra melalui indikator keaktifan kelompok acuan dinilai setuju oleh responden penelitian dan memiliki nilai rata-rata yang cukup tinggi sehingga keaktifan kelompok acuan juga mempengaruhi minat dari konsumen dalam mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra.

Diketahui secara keseluruhan rata-rata jawaban responden pada situs adalah 4,06. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh kelompok acuan dalam mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra melalui indikator keaktifan kelompok acuan juga mempengaruhi minat dari konsumen dalam mengikuti pembelajaran online.

Dari tiga indikator gaya hidup utilitarian yang memiliki rata – rata tertinggi adalah keaktifan kelompok acuan dengan nilai 4,14 dengan pernyataan “Intensitas kelompok acuan dalam memberi informasi mengenai pembelajaran online di Universitas Ciputra (sering memberikan informasi)” dengan nilai jawaban rata-rata responden sebesar 4,20 yang memiliki arti sangat setuju. Maka dapat diasumsikan bahwa konsumen berminat mengikuti belajar online dari indikator kelompok acuan adalah karena konsumen merasa bahwa kelompok acuan memberikan informasi kepada BMI lain mengenai produk sehingga BMI tersebut tertarik untuk mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan nilai *thitung* yang didapat dari variabel kualitas produk, dapat diketahui bahwa seluruh variabel gaya hidup utilitarian secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat mengikuti pembelajaran online (minat pembelian).

Berdasarkan nilai *thitung* yang didapat dari variabel kelompok acuan, dapat diketahui bahwa seluruh variabel

kelompok acuan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat mengikuti pembelajaran online (minat pembelian).

Terdapat pengaruh signifikan gaya hidup utilitarian dan kelompok acuan terhadap minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra dan memiliki nilai sebesar 43,7% menurut nilai koefisien determinasi yang disesuaikan sedangkan sisanya sebesar 56,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel dalam penelitian ini. Dimana gaya hidup utilitarian memiliki pengaruh yang dominan terhadap minat mengikuti pembelajaran online di Universitas Ciputra. Untuk Universitas Ciputra, dikarenakan dari hasil penelitian ini gaya hidup memiliki pengaruh yang lebih besar, maka disarankan agar dalam membuat pembelajaran online Universitas Ciputra memperhatikan gaya hidup dari peserta pembelajaran dengan lebih dahulu mengobservasi minat mereka dalam bidang tertentu sehingga Universitas Ciputra dapat membuka mata kuliah online berdasarkan minat dan gaya hidup peserta agar peserta lebih tertarik dalam mengikuti pembelajaran online tersebut.

Dari variabel kelompok acuan, indikator yang memiliki nilai paling besar adalah keaktifan kelompok acuan. Sehingga diharapkan Universitas Ciputra terus mendorong kelompok acuan yang diciptakan agar lebih aktif dalam berinteraksi dengan komunitas pembelajar online yang lain agar dapat mempengaruhi komunitas tersebut untuk mengikuti pembelajaran online di

Universitas Ciputra. Selain itu juga diharapkan Universitas Ciputra mempromosikan profil dari alumni yang telah sukses berbisnis dalam website maupun komunitas mereka sehingga dapat mempengaruhi minat dari peserta lain dari pembelajaran online tersebut.

## **5. REFERENSI**

- Admin. 2013. Buruh Migran di Asia Kebijakan dan Praktekdalam Ilmu Sosial. (*Online*), (<http://politik.kompasiana.com/2013/01/04/>, diakses 21 Januari 2013)
- Kasalai, Rhenald. 2001. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentation, Targeting, and Positioning*. Jakarta :Gramedia Pustaka Utama
- Solomon, Michael R. 2007. *Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 7<sup>th</sup> ad*. Upper Saddle River, NJ :Prentice Hall.
- Hanzaee, K.M., & Rezaeyeh, S.P. 2011. Investigation of The Effect of Hedonic Value and Utilitarian Value on Costumer Satisfaction and Behavioural Intentions. *International Journal of Business Management, African*. 7(11), 818-825.
- Yang, J., He, X. and Lee, H. 2007. "Social reference group influence on mobile phone purchasing behavior: a cross-nation comparative study. *Int J. Mobile Communications*, Vol. 5, No. 3, pp. 319-338.

- ([http://Int.j.mobile\\_comunicati.on.org/pdf/pdf2007.pdf](http://Int.j.mobile_comunicati.on.org/pdf/pdf2007.pdf), diakses 18 Agustus 2013)
- Ferrand, A. & Vecchiatini, D. 2002. The effect of service performance and ski resort image on skiers' satisfaction. *European Journal of Sport Science*, 2 (2) 1-17
- Arjun Chaudhuri; Morris B Holbrook, "The Chain of Effect from Brand Trust and Brand Effect to brand performance : The Role of Brand Loyalty". *Journal of Market Focused Management*, 2001
- Engel, Blackwell, Miniard. 2001. *Consumer Behavior 9<sup>th</sup> Edition*. Ohio: South Westrn.
- Jalasena, Bintang Anoraga. 2013. "Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung Galaxy". *Jurnal Ilmu Manajemen Voume 1 Nomor 4 Juli 2013*.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesi
- Engel, James , dkk. 1995. Edisi keenam. Jilid 1. *Perilaku Konsumen*. Penerjemah oleh Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. 7th ed. Prentice Hall. New Jersey: Upper Saddle River.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Morissan 2007. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Ramdina Prakarsa
- Hawkins, Del I, Best Roger J, Coney Kenneth A. 2000. *Consumer Behavior, Building Market Strategy*. Boston : Irwin Mc Grow Hill.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran 1. Edisi kedua belas*. Jakarta: Erlangga.
- Mangosa, R., Mohube, K. 2007. *Peer Influence on Young Adult' Product Purchase Decisions*. *African Journal of Business Management* pp. 064-071, (<http://academicjournals.org/ajbm/PDF/Pdf2007/Jun/Makgosa%20and%20Mohube.pdf>, diakses 15 Agustus 2013)
- Darin E. Hartley. 2001. *Selling E-Learning*, American Society for Training and Development.
- Kasali, R. 1998. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Supranto, dan Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Malhotra, Naserh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jakarta: PT Indeks

**Agitya Kristantoko dan Sri Setro Iriani - Pengaruh Gaya Hidup Utilitarian ...**

*Sugiyono. 2008. Metode Penelitian  
Kuantitatif Kualitatif dan R&D.  
Bandung: Alfabeta*

*Sekaran, Uma. 2006. Research Methods  
For Business, Edisi 4, Buku 1,  
Jakarta: Salemba Empat*