

## ABSTRAK

**” Pengaruh Kebutuhan, Kepercayaan Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Pria Generasi Z Di Indonesia.”**

**Oleh :**

**Made Ria Safitri (2112110073)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kebutuhan, Kepercayaan Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skintific* Pada Pria Generasi Z Di Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah pria generasi Z di Indonesia. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Hair et al denganjumlah sampel sebanyak 160 responden yang pernah membeli produk *Skintific*, Alat analisis yang digunakanadalah *Partial Least Squere* (PLS). Hasil Kebutuhan (X1), Kepercayaan Merek (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Skintific* pada pria generasi Z di Indonesia, sedangkan kelompok referensi (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Skintific* padapria generasi Z di Indonesia. Hal ini menunjukan kebutuhan konsumen dan kepercayaan merek terbukti meningkatkan keputusan pembelian *skincare* pada pria Generasi Z. Pentingnya kebutuhan dan kepercayaan merek ini menegaskan bahwa keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh doronganpribadi dan keyakinanterhadap merek dibandingkan kelompok referensi.

**Kata kunci:** Kebutuhan, Kepercayaan Merek, Kelompok Referensi, Keputusan Pembelian