

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 dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden yang pernah membeli produk *Skintific*, Alat analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (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* pada pria generasi Z di Indonesia. Hal ini menunjukkan 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 dorongan pribadi dan keyakinan terhadap merek dibandingkan kelompok referensi.

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