

ABSTRACT

The purpose of this study are to identify and analyze the influence of lifestyle, reference groups, social networking and brand attachment and loyalty to the election decision. This study is refer to the last research by Imron (2015) .

This stuy using proportional random sampling. The object of this study is the new student of Unissula Economic Faculty of 100 samples that taken in 2016.

The results of this study is lifestyle variables, reference groups, social networking and brand attachment has a positive significant influence on the decision of the selection and loyalty.

Keyword : Life Style, a reference group, social networking brand attachment, election decision dan loyalty

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh gaya hidup, kelompok rujukan, jejaring sosial dan *brand attachment* terhadap keputusan pemilihan dan loyalitas. Dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Imron (2015).

Dalam penelitian ini menggunakan metode proportional random sampling. Objek penelitian ini adalah mahasiswa baru fakultas ekonomi Unissula sebanyak 100 sampel yang diambil pada tahun 2016.

Hasil penelitian ini adalah variabel gaya hidup, kelompok rujukan, jejaring sosial dan *brand attachment* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan dan loyalitas.

Kata kunci : gaya hidup, kelompok rujukan, jejaring sosial brand attachment, keputusan pemilihan dan loyalitas