

ABSTARK

Frisda Anggi Silaen. 5153144007. Hubungan Pengetahuan Kosmetika Dengan Keputusan Membeli Kosmetik Pada Siswi Kelas X Tata Kecantikan SMK Swasta Pariwisata Imelda Medan. Pendidikan Kesejahteraan Keluarga. Prodi Pendidikan Tata Rias Fakultas Teknik. Universitas Negeri Medan. 2020.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan kosmetika pada siswi kelas X Tata Kecantikan SMK Swasta Pariwisata Imelda Medan. Untuk mengetahui bagaimana keputusan membeli kosmetik perawatan wajah pada siswi kelas X Tata Kecantikan SMK Swasta Pariwisata Imelda Medan. Untuk mengetahui hubungan pengetahuan kosmetika dengan keputusan membeli kosmetik pada siswi kelas X Tata Kecantikan Smk Swasta Pariwisata Imelda Medan.

Penelitian ini dilaksanakan pada siswi kelas X jurusan Tata Kecantiakn SMK Swasta Pariwisata Imelda Medan yang beralamat di jalan Bilal No.52. Brayan Darat 1 Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif korelasional dengan menggunakan uji korelasional *product moment*. Instrumen penelitian berupa tes dan angket. Tes yang digunakan sebanyak 40 butir soal untuk mengetahui pengetahuan kosmetika. Angket yang digunakan sebanyak 35 pernyataan untuk mengetahui bagaimana keputusan siswi dalam membeli kosmetik perawatan wajah. Sampel dari penelitian ini sebanyak 40 orang siswi kelas X Tata Kecantikan SMK Swasta Pariwisata Imelda Medan.

Hasil penelitian adalah pengetahuan kosmetika pada siswi kelas X Tata Kecantikan SMK Swasta Pariwisata Imelda Medan. Berada pada kategori tinggi sebanyak 62,5%. Dan pengambilan keputusan membeli kosmetik perawatan wajah pada siswi kelas X Tata Kecantikan SMK Swasta Pariwisata Imelda Medan berada pada kategori sangat setuju sebanyak 82,5%. Terdapat hubungan antara pengetahuan kosmetika dengan keputusan membeli kosmetik pada siswi kelas X Tata Kecantikan SMK Swasta Pariwisata Imelda Medan. Hal ini dibuktikan dari nilai $r_{xy} = 0,79$ dan nilai $r_{tabel} = 0,312$ dimana $r_{xy} > r_{tabel}$. Sesuai dengan hasil penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan diterima.

Kata kunci : Pengetahuan Kosmetika Dengan Keputusan Membeli Kosmetik Perawatan Wajah