

## ABSTRAK

### **Rizky Ayu Handayani, NIM 7161210034 “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelompok Acuan Terhadap Sikap Konsumen Dalam Memilih Produk Kecantikan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelompok Acuan Terhadap Sikap Konsumen Dalam Memilih Produk Kecantikan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan. Berdasarkan hasil pra penelitian dengan melakukan wawancara kepada mahasiswa Universitas Negeri Medan khusus kaum perempuan dari setiap fakultas. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jumlah sampel 100 orang mahasiswa. Pengujian yang dilakukan adalah uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan linearitas, analisis regresi berganda, uji f dan uji t.

Dari hasil uji validitas diperoleh  $r_{hitung} > r_{tabel}$  untuk masing-masing item pertanyaan dan uji reliabelitas angket diperoleh *alpha cronbach* masing-masing variabel yaitu 0,699 untuk variabel X1, 0,760 untuk variabel X2 dan 0,617 untuk variabel Y. nilai ini lebih besar dari taraf signifikan  $r_{tabel}$  yaitu 0,196.

Analisis data masing-masing variabel diperoleh persamaan regresi berganda  $Y = 8,953 + 0,281 x_1 + 0,248_2 + e$  diperoleh R<sup>2</sup> sebesar 0,322 yang berarti X1 dan X2 menjelaskan pengaruh terhadap variabel Y sebesar 32,2% sedangkan sisanya 67,8% dijelaskan variabel diluar perusahaan. Uji varsial yang dihasilkan masing-masing variabel bebas pengaruh terhadap variabel terikat dengan signifikansi penelitian lebih kecil dari 0,05, serta perhitungan uji-simultan sebesar 23,048 dengan  $F_{tabel}$  3,09 yang artinya  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dengan level signifikan  $0,000 < 0,05$ , yang artinya hipotesis diterima yaitu Kualitas Produk Dan Kelompok Acuan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Sikap Konsumen dalam memilih produk kecantikan pada mahasiswa Universitas Negeri Medan.

***Kata kunci : Kualitas Produk, Kelompok Acuan, Sikap konsumen***



## **ABSTRACT**

***Rizky Ayu Handayani. Nim 7161210034 “The Influence of Product Quality and Reference Groups on Consumer Attitudes in Choosing Beauty Products in Medan State University Students”.***

*This study aims to determine the effect of product quality and reference groups on consumer attitudes in choosing beauty products in Medan State University students. Based on the result of pre-research by conducting interviews with Medan State University students specifically for women from each faculty. Sample of 100 students. The tests carried out were data quality tests and classical assumption tests. Hypothesis testing using linearity, multiple regression analysis, f-test and t-test.*

*From the result of the validity test, it was obtained that dining fubal for each question item and the reliability test of the questionnaire obtained cronbach's alpha for each variable, namely 0.699 for the X1 variable 0,0760 for the X2 variable and 0.617 for the Y variable, this value is greater and the tuba significant level is 0.196.*

*Data analysis of each variable obtained multiple regression equation  $Y = 8,953 + 0,281 x_1 + 0,248_2 + e$  obtained R2 of 0.322 which means that X1 and X2 explain the effect on the Y variable of 32.2% while the remaining 67.89% is explained by variables outside the company. As well as the simultaneous-test fhitng 3.09 which means ftbale with a significant level of 0.05, which means the the hypothesis is acceoted that product quality and reference groups jointly affect consumer attitudes in choosing beauty products for students at the University Negeri Medan.*

***Keywords: Proudct Quality, Tenant Group, Consumer Attitudes***

