

ABSTRAK

MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN HIJAU *THE BODY SHOP* YANG DIPENGARUHI OLEH KEMASAN, KELOMPOK REFERENSI DAN SIKAP

Oleh
SESPANA WIJAYANI

Produk kecantikan hijau *the body shop* adalah produk kecantikan yang dibuat dari bahan-bahan organik yang diproses dalam standar organik. Tipe penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi penelitian ini adalah wanita yang berusia diatas 17 tahun dan yang mengetahui produk kecantikan hijau *the body shop* di Bandar Lampung dengan sampel penelitian sejumlah 60 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Uji hipotesis menggunakan uji R^2 , uji F dan uji t. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemasan, kelompok referensi dan sikap terhadap minat beli produk kecantikan hijau *the body shop*.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel kemasan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli, sedangkan variabel kelompok referensi dan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil uji R^2 sebesar 48,9% menunjukkan bahwa pengaruh antara kemasan, kelompok referensi dan sikap dengan minat beli adalah sedang, sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hasil uji t variabel kemasan menunjukkan bahwa t hitung $<$ tabel maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak, sedangkan variabel kelompok referensi dan sikap menunjukkan bahwa t hitung $>$ tabel maka H_{02} dan H_{03} ditolak serta H_{a2} dan H_{a3} diterima. Hasil uji F diperoleh hasil F hitung $>$ F tabel dengan demikian H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima.

Kata Kunci : Kemasan, Kelompok Referensi, Sikap dan Minat Beli