

ABSTRAK

Kurrotu Aini. 150541100036. Pengaruh Persepsi Kecantikan Fisik terhadap Gaya Hidup Konsumen Perawatan wajah. Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kecantikan fisik terhadap gaya hidup pada konsumen perawatan wajah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik sampling nonprobability sampling yaitu dengan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuisioner dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Instrumen penelitian menggunakan skala *Likert*. Analisis data dalam penelitian menggunakan *statistic nonparametris* dengan uji regresi sederhana. Variabel pada penelitian ini terdiri dari definisi konseptual yang terdiri dari persepsi kecantikan fisik (X) dan gaya hidup (Y), dan definisi operasional yang terdiri dari persepsi kecantikan fisik (X) dan gaya hidup (Y). Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu persepsi kecantikan fisik memiliki pengaruh terhadap gaya hidup mempunyai nilai $p=0,000$ ($p<0,05$) maka hipotesis diterima yaitu ada pengaruh. Serta diperoleh nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar (0,715) yang menyatakan bahwa dimana semakin tinggi persepsi kecantikan fisik maka akan semakin tinggi gaya hidup pada konsumen perawatan wajah. Besarnya kontribusi atau sumbangan positif efek persepsi kecantikan dengan gaya hidup sebesar 63,1 % ($R Square=0,631$) sedangkan sisanya adalah dipengaruhi oleh faktor lain dengan korelasi antara kedua variabel sebesar 0,794

Kata kunci : Persepsi Kecantikan Fisik, Gaya Hidup, Konsumen.

ABSTRACT

Kurrotu Aini. 150541100036. Effect of Physical Beauty Perception of Consumer Lifestyle Facial treatments. Thesis. Psychology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo University, Madura. 2020.

This research aims to determine the effect of perception of physical beauty on lifestyle on face treatment consumers. The research used a quantitative approach with a nonprobability sampling technique, namely purposive sampling. Data collection techniques used in this study were questionnaires and the number of samples this study were 100 respondents. The research instrument uses a Likert scale. Data analysis in the study used nonparametric statistics with a simple regression test. The variables in this research consisted of conceptual definitions consisting of physical beauty perceptions (X) and lifestyle (Y), and operational definitions consisting of physical beauty perceptions (X) and lifestyle (Y). The results obtained from this study that the perception of physical beauty has an influence on lifestyle has a value of $p = 0,000$ ($p < 0.05$) then the hypothesis is accepted that there is an influence. And the positive regression coefficient value is obtained (0.715) which states that the higher the perception of physical beauty, the higher the lifestyle for face care consumers. The amount of contribution or positive contribution to the effect of perception of beauty with lifestyle by 63.1% ($R^2 = 0.631$) while the rest is influenced by other factors with a correlation between the two variables of 0.794

Keywords: Physical Beauty Perception, Lifestyle, Consumers.