

ABSTRAK

Mariska Anastasia Nasution, 2009/98598: Pengaruh Iklan dan Kelompok Referensi terhadap Sikap Konsumen atas Produk *Slimming Tea* Mustika Ratu (Studi Kasus pada Wanita di Kota Padang).

**Pembimbing: 1. Ibu Dr. Susi Evanita, M.S.
2. Ibu Whyosi Septrizola, S.E, M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh iklan terhadap sikap konsumen atas produk *Slimming Tea* Mustika Ratu pada wanita di Kota Padang, (2) pengaruh kelompok referensi terhadap sikap konsumen atas produk *Slimming Tea* Mustika Ratu pada wanita di Kota Padang.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausatif, yang menjelaskan dan menggambarkan tentang iklan dan kelompok referensi terhadap sikap konsumen atas produk *Slimming Tea* Mustika Ratu pada wanita di Kota Padang. Peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Multistage Sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan angket penelitian. Teknik analisis data adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Data yang telah terkumpul tersebut lalu dianalisis secara statistik dengan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 16.0. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Iklan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen atas produk *Slimming Tea* Mustika Ratu pada wanita di Kota Padang. (2) Kelompok referensi berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen atas produk *Slimming Tea* Mustika Ratu pada wanita di Kota Padang.