

ABSTRAK

Pengaruh *reference group influence* menjadi komponen utama dalam membentuk *consumer attitude* generasi milenial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *reference group influence* artis Korea Park Hyung Sik terhadap *consumer attitude* generasi milenial terhadap produk *skincare* Avoskin. Responden dalam penelitian ini berjumlah 332 responden. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan regresi linear sederhana. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* di media sosial dan dengan menggunakan dua alat ukur yaitu alat ukur *reference group influence* dan *consumer attitude*. Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini terdapat nilai R Square 0.466. Hal ini menunjukkan jika *reference group influence* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *consumer attitude* generasi milenial terhadap produk *skincare* Avoskin, sehingga dapat diartikan jika semakin positif *reference group influence* maka akan semakin positif juga *consumer attitude*.

Kata Kunci: Referensi Kelompok Acuan Park Hyung Sik, Sikap Konsumen

ABSTRACT

The influence of reference group influence has become a major component in shaping the consumer attitude of the millennial generation. The study aims to determine the influence of Korean artist Park Hyung Sik's reference group influence on the consumer attitude of the millennial generation towards Avoskin's skin care products. The total number of respondents in this study was 332. The research method used is quantitative research with a simple linear regression approach. The data collection method uses questionnaires distributed online on social media and using two measuring tools reference group influence and consumer attitude. Based on the data analysis of this study, there is a R Square value of 0.466. This suggests that if reference group influence has a significant influence on the consumer attitude of the millennial generation towards Avoskin's skincare products, so it can be understood that if the more positive reference groups influence then the more positively will be the consumers attitude.

Keywords: *Reference Group Influence Park Hyung Sik, Consumer Attitude*