

Judul Penelitian : Pengaruh Efek Komunitas, Kualitas Produk, Dan Variasi Produk Terhadap *Brand Awareness* Pada Narss *Makeup Artist Tulungagung*

Dosen Pembimbing I : Umi Nadhiroh, S.E.,M.M

Dosen Pembimbing II : Udik Jatmiko, S.E.,M.M

Nama Mahasiswa : Nareswary Nur Allamah

NPM : 19130210334

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara efek komunitas, kualitas produk, dan variasi produk terhadap *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada *client* Narss *Makeup Artist Tulungagung* dan dihitung menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Teknik Analisis Data yang digunakan antara lain Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi R^2 . Pada uji validitas diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel (X_1 , X_2 , X_3 , dan Y) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga masing-masing variabel dinyatakan valid. Kemudian pada uji reliabilitas maka diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sehingga variabel dinyatakan reliabel. Selanjutnya pada Uji t diketahui bahwa seluruh variabel (efek komunitas, kualitas produk, variasi produk) memiliki nilai yang positif dan signifikansinya $< 0,05$ sehingga dinyatakan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*. Lalu pada Uji F diketahui bahwa nilai Sig. untuk seluruh variabel secara bersama-sama sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel efek komunitas, kualitas produk, dan variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap *brand awareness* pada Narss *Makeup Artist Tulungagung*.

Kata Kunci : Efek Komunitas, Kualitas Produk, Variasi Produk, *Brand Awareness*