

ABSTRAK

PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF *PERSONAL BEAUTY CARE* PADA MAHASISWI UNIVERSITAS NEGERI SINGAPERBANGSA KARAWANG

Umar Fajar

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ps18.umarfajar@mhs.ubpkarawang.ac.id

Perilaku konsumtif adalah suatu fenomena yang banyak melanda mahasiswi saat ini dalam membeli produk-produk *personal beauty care* untuk hal penampilan. Mahasiswi tersebut mengalami masalah yaitu dalam pencarian identitas diri dengan di tandainya mencoba berbagai perilaku, sifat, gaya hidup serta tertarik dengan produk-produk *personal beauty care*, sehingga dapat mendorong mahasiswi menjadi boros. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif *personal beauty care* pada mahasiswi Universitas Negeri Singaperbangsa Karawang. Skala dalam penelitian kali ini yaitu skala gaya hidup hedonis yang berjumlah 21 aitem dan skala perilaku konsumtif berjumlah 29 aitem. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik kuota *sampling*, sehingga 114 orang menjadi subjek penelitian. Hasil penelitian secara simultan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif *personal beauty care* pada mahasiswi Universitas Negeri Singaperbangsa Karawang. Besaran pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif *personal beauty care* pada mahasiswi Universitas Negeri Singaperbangsa Karawang sebesar 61,3 % dan 38,7 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif, Mahasiswi

ABSTRACT

THE EFFECT OF HEDONIC LIFESTYLE ON PERSONAL BEAUTY CARE CONSUMPTION BEHAVIOR ON STUDENTS OF SINGAPERBANGSA STATE UNIVERSITY KARAWANG

Umar Fajar

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ps18.umarfajar@mhs.ubpkarawang.ac.id

Consumptive behavior is a phenomenon that affects many female students nowadays in buying personal beauty care products for appearance. The student has a problem, namely in the search for self-identity by being marked by trying various behaviors, traits, lifestyles and being interested in personal beauty care products, so that it can encourage female students to be extravagant. The purpose of this study was to determine the effect of a hedonic lifestyle on consumptive behavior in personal beauty care at Singaperbangsa Karawang State University students. The scale in this study is the hedonic lifestyle scale with 21 items and the consumptive behavior scale with 29 items. The type of research used in this study is a quantitative research method with a causal associative research design. The sampling technique used was non-probability sampling with quota sampling technique, so that 114 people became the research subjects. The results of the study simultaneously had a significance value of $0.000 < 0.05$, then H_a was accepted and H_0 was rejected, meaning that there was an influence of a hedonic lifestyle on consumptive behavior in personal beauty care at Singaperbangsa Karawang State University students. The magnitude of the influence of the hedonic lifestyle on the consumptive behavior of personal beauty care in Singaperbangsa Karawang State University students is 61.3% and 38.7% is influenced by other variables.

Keywords: Hedonic Lifestyle, Consumptive Behavior, Student