

ABSTRAK

PENGARUH CITRA DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN KOSMETIK PADA MAHASISWI DI KARAWANG

Adhe Chintiya

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ps18.adhechintiya@mhs.ubpkarawang.ac.id

Perilaku konsumtif adalah suatu fenomena yang banyak melanda mahasiswa saat ini. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa adalah citra diri. Dalam proses membentuk citra diri tentang gambaran mengenai dirinya mahasiswa terkadang merasa tidak puas atau kurang percaya diri terhadap penampilan mereka sehingga dalam perkembangannya mahasiswa mempunyai keinginan untuk memakai produk kosmetik dengan alasan ingin terlihat lebih menarik tidak dapat ditolak lagi sehingga dapat mendorong mahasiswa menjadi boros. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh citra diri terhadap perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada mahasiswa di Karawang. Skala dalam penelitian kali ini yaitu skala citra diri yang berjumlah 20 aitem dan skala perilaku konsumtif berjumlah 26 aitem. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan teknik kuota sampling, sehingga 100 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 citra diri terhadap perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada mahasiswa di Karawang. Besaran pengaruh citra diri terhadap perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada mahasiswa di Karawang sebesar 67,7 % dan 32,3 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Citra Diri, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

ABSTRACT

THE EFFECT OF SELF IMAGE ON CONSUMPTION BEHAVIOR OF COSMETIC PURCHASE ON STUDENTS IN KARAWANG

Adhe Chintiya

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ps18.adhechintiya@mhs.ubpkarawang.ac.id

Consumptive behavior is a phenomenon that plagues many female students today. One of the factors that influence consumptive behavior in female students is self-image. In the process of forming a self-image about a picture of themselves, female students sometimes feel dissatisfied or lack confidence in their appearance so that in its development female students have a desire to use cosmetic products with the reason that they want to look more attractive can not be rejected anymore so that it can encourage female students to be extravagant. The purpose of this study was to determine the effect of self-image on consumptive behavior in purchasing cosmetics on female students in Karawang. The scale in this study is the self-image scale, which consists of 20 items and the consumptive behavior scale, which consists of 26 items. The type of research used in this research is quantitative research methods. The sampling technique used is non-probability sampling with quota sampling technique, so that 100 people become 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 self-image on consumptive behavior in purchasing cosmetics on female students in Karawang. The magnitude of the influence of self-image on the consumptive behavior of purchasing cosmetics on female students in Karawang is 67.7% and the other 32.3% is influenced by other variables.

Keywords: Self Image, Consumptive Behavior, Student

KARAWANG