

ABSTRAK

PENGARUH CITRA TUBUH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA DI KARAWANG

Aghnia Karomi

Fakultas Psikologi UBP Karawang

ps20.aghniakaromi@mhs.ubpkarawang.ac.id

Indonesia merupakan negara dengan peringkat kedua terbesar di dunia dalam penggunaan produk *skincare* dan mahasiswa merupakan salah satu target pemasarannya. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok masyarakat yang cenderung berorientasi konsumtif dan senang mencoba hal-hal baru. Agar tampil menarik di lingkungan sosial, mahasiswa seringkali membeli produk yang dapat menunjang penampilannya seperti pakaian, asesoris, dan kosmetik termasuk *skincare*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra tubuh terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian produk *skincare* pada mahasiswa di Karawang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas. Menggunakan dua skala psikologi yaitu skala perilaku konsumtif dengan total 16 aitem dan skala citra tubuh dengan total 28 aitem. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *sampling* kuota, sehingga total responden yang didapatkan adalah sebanyak 226 responden. Hasil penelitian ini mendapatkan nilai *Sig.* 0,000 < 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh citra tubuh terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian produk *skincare* pada mahasiswa di Karawang. Adapun besaran pengaruh citra tubuh terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar 35%, sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: perilaku konsumtif, citra tubuh, *skincare*, mahasiswa

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF BODY IMAGE ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR
IN PURCHASING SKINCARE PRODUCTS FOR STUDENTS
IN KARAWANG****Aghnia Karomi**

Fakultas Psikologi UBP Karawang

ps20.aghniakaromi@mhs.ubpkarawang.ac.id

Indonesia is the second largest country in the world in the use of skincare products and students are one of its marketing targets. Students are a group of people who tend to be consumer-oriented and happy to try new things. In order to appear attractive in a social environment, students often buy products that can support their appearance such as clothes, accessories, and cosmetics including skin care. The study aims to find out the influence of body image on consumer behavior in the purchase of skin care products in students in Karawang. This research uses quantitative methods with the design of causality research. It uses two psychological scales, a consumer behavior scale with a total of 16 aitems and a body image scale of 28 aithems. The sampling technique used in this study was non- probability samplings with quota samplers, so the total of respondents obtained was as many as 226 respondents. The results of this study obtained a score of Sig. 0,000 < 0,05, then Ha was accepted and H0 was rejected, which means there was an influence of body image on consumer behavior in the purchase of skincare products in students in Karawang. As for the magnitude of the influence of body image on consumer behavior, it is 35%, while the remaining 65% is influenced by other variables not studied in this study.

Keywords: consumer behavior, body image, skin care, student