

ABSTRAK

Remaja merupakan masa transisi seorang individu menuju dewasa. Saat masa remaja banyak perubahan yang akan terjadi, salah satunya adalah perubahan fisik. Perubahan fisik yang signifikan biasanya terjadi pada remaja putri dan hal tersebut dapat menyebabkan timbulnya rasa tidak puas dengan penampilan fisiknya. Penampilan fisik merupakan salah satu hal yang penting, khususnya bagi remaja putri yang pada dasarnya menyukai kecantikan dan keindahan. Ketika seseorang remaja putri merasa dirinya memiliki kekurangan secara fisik, maka orang tersebut akan mencari cara untuk menutupinya, salah satu cara untuk menutupi kekurangan fisik adalah dengan menggunakan kosmetik. Hal itu dilakukan karena mereka menganggap dengan menggunakan kosmetik mereka menjadi lebih cantik dan percaya diri. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan *self image* dengan perilaku konsumtif pembelian kosmetik. Metode yang digunakan adalah korelasional dengan menggunakan formula *rank-spearman*. Data diperoleh dari dua alat ukur yaitu alat ukur *self image* yang menggunakan teori Schiffman & Kanuk (2007) dan alat ukur perilaku konsumtif yang menggunakan teori James F Engel (1990). Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 316 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self image* berhubungan dengan perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan statistik signifikan ($r = -0.221$, $p = 0.000 < 0.05$). artinya terdapat hubungan negatif antara *self image* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan tingkat korelasi termasuk kategori rendah.

Kata Kunci : *self image*, perilaku konsumtif, mahasiswi



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG