

HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PRODUK KOSMETIK PADA MAHASISWI FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN UNIVERSITAS JAMBI

¹Fitri Melania Rais, ²Malita Andhika Rahman, ³Verdiantika Annisa

¹Program Studi Psikologi, Universitas Jambi/ fitri.melania08@gmail.com

²Program Studi Psikologi, Universitas Jambi/ verdiantikaannisa@unja.ac.id

³Program Studi Psikologi, Universitas Jambi/ marlita.rahman@unja.ac.id

ABSTRAK

LATAR BELAKANG MASALAH. Dalam menunjang penampilan, seorang mahasiswi cenderung menggunakan produk kosmetik, namun penggunaan produk kosmetik yang berlebihan akan memunculkan perilaku konsumtif produk kosmetik yang berdampak pada permasalahan ekonomi, sosial dan psikologis. Kosmetik banyak digunakan oleh mahasiswi demi menutupi kulit yang bermasalah, yang akan mempengaruhi kepercayaan diri.

TUJUAN Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan Universitas Jambi.

METODE Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional, populasi penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan Universitas Jambi dengan melibatkan 316 mahasiswi sebagai sampel melalui teknik *random sampling*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kepercayaan diri dan skala perilaku konsumtif, dan teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *pearson's produk moment*.

HASIL Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif memiliki arah yang negatif dan signifikan rendah dengan nilai r sebesar $-0,265$ dan nilai signifikan sebesar $< 0,05$.

PEMBAHASAN Korelasi variabel dalam penelitian ini menunjukkan korelasi negatif yang signifikan, yang menandakan semakin tinggi kepercayaan diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif. Begitu sebaliknya, kepercayaan diri rendah, maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

KATA KUNCI Kepercayaan diri, perilaku konsumtif, mahasiswi, kuantitatif korelasional

SELF-CONFIDENCE AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF COSMETIC PRODUCTS IN STUDENTS OF THE FACULTY OF MEDICINE AND HEALTH SCIENCES, JAMBI UNIVERSITY

¹Fitri Melania Rais, ²Malita Andhika Rahman, ³Verdiantika Annisa

¹Program Studi Psikologi, Universitas Jambi/ fitri.melania08@gmail.com

²Program Studi Psikologi, Universitas Jambi/ verdiantikaannisa@unja.ac.id

³Program Studi Psikologi, Universitas Jambi/ marlita.rahman@unja.ac.id

ABSTRACT

BACKGROUND. *In supporting appearance, a female student tends to use cosmetic products, but excessive use of cosmetic products will lead to consumptive behavior of cosmetic products which has an impact on economic, social and psychological problems. Cosmetics are widely used by female students to cover problem skin, which will affect self-confidence.*

OBJECTIVES *This study aims to determine the relationship between self-confidence and consumptive behavior of cosmetic products in female students of the Faculty of Medicine and Health Sciences, University of Jambi.*

METHODS *This study used a correlational quantitative method, the population of this study were female students of the Faculty of Medicine and Health Sciences, University of Jambi, involving 316 female students as a sample through random sampling technique. The scale used in this research is the self-confidence scale and the consumptive behavior scale, and the data analysis technique used is Pearson's product moment correlation.*

RESULTS *This study shows that there is a relationship between self-confidence and consumptive behavior which has a negative direction and is significantly low with an r value of -0.265 and a significant value of <0.05 .*

DISCUSSION *The correlation of variables in this study shows a significant negative correlation, which indicates the higher the self-confidence, the lower the consumptive behavior. Vice versa, low self-confidence, the higher the consumptive behavior.*

KEYWORDS *Consumptive behavior, female students, self-confidence, quantitative correlation*