

**PENGARUH CITRA TUBUH TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

**SKRIPSI**

Skripsi ini Disusun untuk Memenuhi  
Sebagian Syarat Memperoleh  
Derajat S-1 Psikologi



**Oleh:**

**NORA RAMADHANA**  
**1709110029**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
BANDA ACEH  
2022**

## PENGESAHAN

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh  
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Pada Tanggal

12 7 07 2023

MENGESAHKAN  
Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Aceh

Dekan,



(Barmawi, M.Si)

Dewan Penguji

1. Maria Ulfa, S.Psi., M.Pd
2. Ayu Safira, M.Psi., Psikolog
3. Barmawi, M.Si
4. Julia Aridhona, M.Si

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Maria Ulfa, written over a horizontal line.

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Ayu Safira, written over a horizontal line.

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Julia Aridhona, written over a horizontal line.

Skripsi Berjudul :

**Pengaruh Citra Tubuh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada mahasiwi Fakultas  
Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh**

Diajukan Oleh :

Nora Ramadhana

Telah disetujui Oleh :

Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Aceh

Tanggal Persetujuan

Pembimbing I



Maria Ulfa, S.Psi., M.Pd

18 juni 2022

Pembimbing II



Julia Aridhona, M.Si

18 Juni 2022

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nora Ramadhana

NPM : 1709110029

Fakultas : Psikologi

Menyatakan skripsi yang saya susun dengan judul “Pengaruh Citra Tubuh Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh” ini, secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima segala sanksi sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku.

Banda Aceh, 27 Mei 2022

Yang Menyatakan,



Nora Ramadhana

NPM: 1709110029

# MOTTO



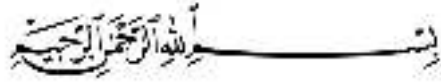
"... Barang siapa yang bertaqwa kepada Allah, maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka...

**(Q.S Ath-Thalaq [6]: 2-3)**

Jika kamu ada di jalan yang benar menuju Allah, berlarilah!  
Jika itu berat untukmu, berlari-lari kecil lah!  
Jika kamu lelah, berjalanlah!  
Jika kamu tidak bisa, merangkaklah!  
Tapi jangan pernah berhenti atau berbalik arah

**Imam Syafi'i**

# PERSEMBAHAN



Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu dilimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW

## **Ibunda dan Ayahanda Tercinta**

Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada tara ku persembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Anisah) dan Ayah (Alm. Amiruddin) yang telah memberikan kasih sayang dengan dukungan, ridho dan cinta kasih yang tak mungkin dapat ku balas hanya dengan selembur kertas bertuliskan persembahan ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat kalian bahagia. Untuk kalian yang selalu mendorongku untuk berjuang dan selalu membalutiku dengan kasih sayang, memanjatkan doa dan ridho kalian untukku. Ayah, ini hadiah kecil untukmu, dan maaf anakmu tidak mampu mewujudkannya ketika kau belum pergi dan saat ini keinginanmu terkabul. Semoga engkau tenang, dan berjuang untuk menjaga keluarga kita.

Terima kasih ibu... Terima kasih Ayah...

## **Adik-adik dan Sahabatku**

Sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecilku ini untuk adik-adik ku (Maulidia, Zulfatri, Ulya Magfirah, dan Hafiz zatunnisa). Terima kasih telah mensupport dengan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga doa dan segala hal yang terbaik kalian berikan akan mengiringku menjadi orang lebih baik

## **Teman-Teman**

Terima kasih teman seperjuangan. Mulai dari semester awal kita bergerak bersama, saling memberikan motivasi, nasehat, dukungan moral serta material yang selalu membuatku semangat dan termotivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih Annisa, Raudah, Zulfa, Nur, Jannah, Wangi, Amanda, Elvira, Mita, Suci, Geo, Suhael, Angga, dan Nila. Kalian telah memberikan banyak hal yang tak terlupakan bagiku... Tidak lupa my bias EXO, Nct Dream, Nct 127, dan Wayv penyemangat!

## **Dosen Pembimbing**

Kepada Ibu Maria Ulfa, S.Psi., M.Ed dan Ibu Julia Aridhona, M.Si selaku pembimbing saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tanpa dukungan moral dan ilmu, serta kesabaranmu dalam membimbing saya, karya ini tidak mungkin rampung. Terima kasih...

## **Nora Ramadhana**

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Tubuh Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh”**. Shalawat beriring salam kita sanjungkan kehadiran Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya sekalian. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat memenuhi beban studi yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) di Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan, bimbingan, inspirasi dan semangat dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang teristimewa kepada yang terhormat Ayahanda, Ibunda dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat baik moril maupun materil dalam penelitian skripsi ini. Serta ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Barmawi, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Ibu Maria Ulfa, S.Psi., M.Ed selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti hingga selesai.
3. Ibu Julia Aridhona, M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti hingga selesai.

4. Ibu Ayu Safira, M.Psi., Psikolog selaku pembimbing akademik penulis yang telah membantu penulis dengan saran akademisi selama proses perkuliahan.
5. Dosen beserta Staf pengajar Fakultas Psikologi yang telah membagi ilmu dan membekali dalam berbagai ilmu pengetahuan baik agama, umum maupun khusus sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah yang telah mengizinkan peneliti untuk menjadikan organisasinya sebagai objek penelitian
7. Sahabat-sahabat tercinta, rekan-rekan seperjuangan leting 2017. Semua pihak yang telah banyak yang telah membantu, namun tidak mungkin disebutkan namanya satu persatu di sini, terima kasih atas segala dukungan dan semangat, sehingga karya sederhana ini selesai.

Peneliti menyadari terlalu banyak kekurangan dan kelemahan dalam penelitian skripsi ini. Maka oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi kebaikan skripsi ini. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, peneliti serta bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Banda Aceh, 27 Mei 2022  
Peneliti,

**Nora Ramadhana**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Keaslian Penelitian.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Perilaku Konsumtif .....	10
1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	10
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	11
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	18
B. Citra Tubuh .....	22
1. Pengertian Citra Tubuh .....	22
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Tubuh.....	23
3. Aspek-Aspek Citra Tubuh.....	29
C. Mahasiswi .....	32
D. Pengaruh Citra Tubuh dengan Perilaku Konsumtif .....	36
E. Hipotesis Penelitian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	40
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel .....	41
D. Metode Pengumpulan Data .....	43
E. Analisis Data .....	47

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Orientasi Kancah Penelitian .....	49
B. Persiapan Penelitian .....	49
1. Pengurusan Surat Izin Penelitian .....	50
2. Penyusunan Alat Ukur .....	50
C. Pelaksanaan Penelitian .....	51
D. Hasil Penelitian .....	52
E. Pembahasan.....	64

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	70
B. Saran.....	70

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>
----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>
----------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 1. Rincian Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh .....	41
2. Tabel 2. Bobot Penilaian Pernyataan <i>Favorabel</i> dan <i>Unfavorabel</i> .....	44
3. Tabel 3. <i>Blue Print</i> Skala Perilaku Konsumtif.....	44
4. Tabel 4. <i>Blue Print</i> Skala Citra Tubuh.....	45
5. Tabel 5. Tingkat Reliabilitas dengan Model Alpha Cronbach.....	46
6. Tabel 6. Hasil Diskriminasi Aitem Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba .....	53
7. Tabel 7. Hasil Analisis Aitem Perilaku Konsumtif Setelah Aitem Tidak Valid Dibuang.....	54
8. Tabel 8. Hasil Diskriminasi Aitem Skala Citra Tubuh Setelah Uji Coba.....	54
9. Tabel 9. Hasil Analisis Aitem Citra Tubuh Setelah Aitem Tidak Valid Dibuang.....	55
10. Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas.....	56
11. Tabel 11. Deskripsi Statistik Data Penelitian.....	58
12. Tabel 12. Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif dan Citra Tubuh .....	58
13. Tabel 13. Persentase Kategorisasi Perilaku Konsumtif dan Citra Tubuh Mahasiswi .....	59
14. Tabel 14. Hasil Uji Normalitas .....	61
15. Tabel 15. Hasil Uji Linearitas .....	62
16. Tabel 16. Hasil Analisis Regresi.....	63
17. Tabel 17. Correlations.....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Skala <i>Try Out</i> Perilaku Konsumtif.....	75
2. Tabulasi Data <i>Try Out</i> Skala Perilaku Konsumtif .....	78
3. Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif .....	79
4. Skala <i>Try Out</i> Citra Tubuh.....	82
5. Tabulasi Data <i>Try Out</i> Skala Citra Tubuh .....	84
6. Reliabilitas Skala Citra Tubuh .....	85
7. Skala Penelitian.....	88
8. Tabulasi Data Penelitian .....	93
9. Hasil Statistik Deskripsi.....	101
10. Hasil Uji Normalitas .....	102
11. Hasil Uji Linearitas .....	102
12. Hasil Uji Korelasi.....	103
13. SK Pembimbing .....	104
14. Surat Permohonan Izin Penelitian.....	105
15. Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	106
16. Biodata .....	107

**PENGARUH CITRA TUBUH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH ACEH**

Nora Ramadhana  
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh  
Jl. Muhammadiyah No. 91, Batoh, Lueng Bata, Banda Aceh  
noraramadhana2000@gmail.com

**ABSTRAK**

Citra tubuh merupakan gambaran psikologis individu mengenai bentuk tubuhnya dan memiliki persepsi terhadap standar tertentu mengenai tubuh yang ideal, sehingga untuk mengatasi hal tersebut, mendorong dirinya berperilaku konsumtif guna menunjang penampilannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dipilih sebanyak 81 mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh dengan teknik *probability sampling* yaitu *accidental sampling* dimana jumlah sampel ditentukan dengan rumus *Solvin* dengan tingkat toleransi 10%. Teknik pengumpulan data melalui skala bobot nilai ditentukan berdasarkan skala *Likert*. Analisis data dilakukan melalui uji regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, dimana nilai signifikan  $p < 0,05$ . Citra tubuh memberikan pengaruh cukup positif terhadap perilaku konsumtif dilihat dari nilai regresi sebesar 0,323. Sumbangan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif sebesar 32,2% sedangkan sisanya 67,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

***Kata Kunci: Citra Tubuh, Perilaku Konsumtif, Mahasiswi***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia memiliki kebutuhan primer, sekunder dan tersier dalam kehidupannya. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, namun dengan perkembangan *trend* khususnya remaja Indonesia yang dikategorikan berada dalam rentang umur 11-24 tahun mempersepsikan produk kecantikan, fashion dan teknologi sebagai kebutuhan primer yang wajib dipenuhi (Kurniawan, 2017).

Usia remaja merupakan proses transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, di mana individu merasa adanya perubahan fisik, kognitif dan psikososial. Mahasiswi memiliki rentang umur 18-24 tahun adalah bagian dari remaja akhir. Mahasiswi merupakan konsumen yang melakukan pembelian tinggi, karena umumnya memiliki karakteristik mudah tertarik dengan mode, terbuju dengan iklan, tidak memiliki beban keuangan, kurang realistis, dan impulsif (Monks, Knoers, & Hadinoto, 2014).

Seiring dengan perkembangan psikososial dengan teman sebayanya mempengaruhi mahasiswi secara impulsif akan mengikuti *trend* mode dan gaya hidup tanpa kontrol diri yang baik. Mahasiswi tidak segan-segan untuk membeli produk yang terlihat menarik yang mendukung gaya hidupnya agar tidak dianggap kuno oleh temannya. Mahasiswi tidak mampu berpikir realitis untuk membeli produk yang bukan kebutuhannya secara berlebihan dan tidak wajar. Perilaku

mengonsumsi barang secara berlebihan ini menunjukkan psikologi individu berperilaku konsumtif.

Menurut Lubis (dalam Lina & Rosyid, 1997) perilaku konsumtif adalah gambaran perilaku yang membeli suatu produk atau jasa tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional sesuai kebutuhan, melainkan penggunaannya karena adanya keinginan yang mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Kemudian Assaad (2016) menambahkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen yang bersifat boros dan berlebihan yang mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhannya dan tidak ada skala prioritas serta terencana. Faktor yang mendorong mahasiswi melakukan perilaku konsumtif adalah untuk menyempurnakan penampilannya.

Perkembangan zaman yang semakin *modern*. Penampilan merupakan hal penting yang menjadi prioritas, di mana penampilan yang membuat mahasiswi merasa tidak puas dengan bentuk tubuh atau berat badan yang mereka miliki, sehingga selalu membandingkan penampilan dirinya dengan model ataupun idola yang dikaguminya. Kriteria individu yang memenuhi citra kecantikan dan bentuk tubuh yang ideal yaitu sosok perempuan yang tinggi, langsing, berkulit putih, wajah cerah tanpa noda atau jerawat layaknya model dalam iklan. Sosok iklan inilah yang menjadi dambaan para perempuan yang menjadi kategori ideal (Rizkiyah, Nurliana, & Julina, 2019).

Mahasiswi ingin memiliki figur fisik model tersebut membeli produk yang membuatnya lebih menarik dan menunjang penampilannya (Fitria & Sukma, 2013). Mahasiswi yang lebih mengerti mengenai *trend* cenderung mengikuti

mode yang ada pada masa itu. Setiap tahunnya mode akan berubah dan menuntut mahasiswi untuk terus membeli yang dapat membuatnya tampil lebih menarik dan tidak dipandang kuno oleh temannya.

Indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2012) adalah ketika individu lebih memperhatikan penampilannya dan memberikan penilaian positif terhadap dirinya, kemudian meyakini bahwa orang lain juga mengevaluasi dengan nilai positif terhadap penampilannya. Keyakinan ini yang mendorong mahasiswi untuk membeli produk yang *trend* dengan standar merek tertentu dalam menjaga penampilan dan gengsinya, Pembelian produk berdasarkan pertimbangan harga bukan sesuai dengan kebutuhannya. Perilaku ini menunjukkan psikologis mahasiswi dalam memenuhi keinginannya untuk menunjang bentuk tubuh yang menurutnya masih kurang. Mahasiswi melakukan penilaian terhadap dirinya dengan standar kecantikan tertentu atau lebih dikenal dengan citra tubuh.

Produk bermerek seperti baju dengan merek Planet Zurf, Guess, Kickers, Gosh, Charles & Keith, Giordino, ZARA, H&M, Converse, *brand* Matahari (Nevada, Yongki Komaladi, Laviola, Genny, Peter Keiza), dan lainnya (Yolanda, 2016). Selain itu, pendukung citra tubuh tentunya membutuhkan produk kecantikan, di mana umumnya mahasiswi menggunakan produk yang ramai digunakan dan sesuai yang diiklankan idolanya, seperti Scarlett, Azarine, Make Over, Maybelline, Luxcrime, Avoskin, MS Glow, Somethinc, Whitelab, Y.O.U, Wardah, Emina, CROXX, Lacoco, Trueve, Nacific, Hanasui, Focallure, Laneige, Ultimate, L'Oreal, Ultimate dan lainnya. Perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi tidak sebatas pembelian produk sesuai kebutuhan, terkadang ada

mahasiswi yang membeli produk dengan jenis yang sama dan merek yang beda atau bahkan ada juga yang sama dengan warna yang berbeda.

Citra tubuh merupakan gambaran psikologi individu terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, individu tersebut mempersepsikan dan memberikan penilaian dengan standar tertentu sesuai dengan pikiran dan perasaannya terhadap bentuk tubuhnya, serta memikirkan penilaian orang lain terhadap dirinya (Cash & Smolak, 2011). Mahasiswi memikirkan cara untuk memperbaiki tubuhnya dengan mengkonsumsi berbagai produk kecantikan, memakai aksesoris dan *fashion* yang dapat mengatasi permasalahan tubuhnya.

Menurut Smolak (dalam Cash & Pruzinsky, 2002) terbagi dua, yaitu citra tubuh positif dan negatif. Citra tubuh positif adalah individu yang merasa tubuhnya menarik dibandingkan orang lain dan merasa puas terhadap kondisi fisiknya. Individu ini merasa puas dengan citra tubuh sendiri karena mereka memiliki *mindset* lebih ke citra tubuh dan punya standar kecantikan menurut mereka masing-masing sehingga tidak perlu memenuhi standar kecantikan orang lain. Sedangkan citra tubuh negatif adalah individu yang menganggap bahwa tubuh mereka tidak menarik dibandingkan dengan orang lain. Perilaku ini menggambarkan rasa tidak puas terhadap citra tubuh disebabkan masih mengikuti standar kecantikan orang-orang yang harus putih, kurus, cerah bercahaya dan sempurna dimata orang lain.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara awal peneliti dengan beberapa subjek. Hasil wawancara subjek yang berinisial UM melalui via WhatsApp dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

*“Aku gak PD karena sedikit terganggu dengan bentuk tubuh aku. Aku tidak puas dengan bentuk tubuh aku yang gemuk, trus kulit aku gak putih dan muka aku jerawat. Kalo mau ngapai-ngapain aku mikir dulu takut diniali buruk sama orang, jadi aku kadang nutupi itu semua dengan penampilan yang menarik gitu biar orang liat dari sisi penampilan kayak aku pake baju bermerk sepatu mahal dan jilbab merk yang membuat aku puas. Orang pun ketika ngeliat aku tertarik gitu ada kepuasan tersendiri. Terkadang aku belanja tidak sesuai dengan kebutuhan aku, nanti aku nyesal karena gak kepakek. Bagi aku standar kecantikan itu ya harus kurus, kulit putih, wajah glowing, lama kelamaan jadi beban untuk diri aku sendiri untuk mewujudkan standar itu. Aku sadar itu pemborosan, aku pengen sih berhenti, tapi sekarang banyak trend diluar yang memicu aku untuk mengikuti standar itu.*

Wawancara subjek ketiga berinisial DA melalui WhatsApp dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

*“Semua orang pengen punya body yang bagus sesuai standarnya lah, kurus langsing. Standar kecantikan Indonesia kan tinggi langsing kurus, sedangkan badan aku gemuk dan aku gak puas dengan bentuknya. Aku iri kalo liat orang yang kurus, aku ngelampiasin nya itu pergi keluar nongkrong sama kawan atau belanja buka shopee kan liat-liat baju, liat skincare masker itu dibeli. Aku sering malas makan takut badan akum akin gendut. Aku jadi ikut pola diet kayak makan cuma telur, nahan selera sebenarnya nyiksa diri sih. Aku terkadang ngelampiasin nya itu aku pergi ngegym kan itu ngegym itu bayar mahal, beli skincare, kadang aku beli barang yang menurut aku lucu padahal nggak butuh tapi untuk ngehibur diri. contohnya kayak aku pergi ngegym gitu yaudah ngegym bayar mahal tapi pas sampe di tempat gym aku enggak kayak betul-betul gitu cuma untuk nyenangin diri sendiri aja muasin diri sendiri*

Berdasarkan hasil wawancara di atas ada sebagian mahasiswi yang masih harus memenuhi standar kecantikan jika mereka masih kurang puas dengan citra tubuh sendiri. Upaya yang dilakukan mahasiswi dalam menutupi kekurangan yaitu dengan meningkatkan penampilan dengan berbagai produk atau jasa layanan yang dapat memenuhi standar kecantikannya secara berlebihan atau berperilaku konsumtif. Contohnya seperti membeli barang bermerk dan barang-barang mewah

agar menutupi citra tubuh atau bentuk tubuh yang menurut mereka kurang puas, akibatnya mereka mengalami pemborosan. Ada juga sebagian mahasiswi yang tidak ambil pusing dengan bentuk tubuh mereka. Mahasiswi ini nyaman dengan apa yang mereka pakai dan tidak terganggu oleh penampilan orang lain karena standar kecantikan orang berbeda-beda tidak semuanya harus putih, kurus, tinggi, kulit cerah bercahaya baru terlihat sempurna itu semua tergantung pada pribadi individu.

Citra tubuh dapat mendorong mahasiswi untuk melakukan perilaku konsumtif dalam menunjang penampilannya. Kondisi ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Tubuh Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah penelitian adalah bagaimana pengaruh citra tubuh terhadap konsumtif pada mahasiswi.

## **C. Keaslian Penelitian**

Beberapa penelitian-penelitian terdahulu terkait hubungan body image dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yolanda (2016) dengan judul “Hubungan Antara *Body Image* dan Perilaku Konsumtif Produk Bermerek pada

Mahasiswa Putri”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan signifikan dan positif antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif produk bermerek pada mahasiswa putri. Arah korelasinya menunjukkan arah positif, artinya semakin tinggi citra tubuh maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif produk bermerek pada mahasiswa putri. Sebaliknya, jika semakin rendah citra tubuh maka semakin rendah pula perilaku konsumtif produk bermerek mahasiswa putri.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Rizky dan Risana (2016) dengan judul “Hubungan Antara Citra Tubuh dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kota Banda Aceh”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra tubuh dan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Banda Aceh. Arah positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra tubuh maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada mahasiswa.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Widayanti dan Supriyadi (2019) dengan judul hubungan antara citra tubuh dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Udayana. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara citra tubuh dan konformitas terhadap perilaku konsumtif. Namun secara parsial konformitas memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berbeda halnya dengan citra tubuh secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4. Penelitian yang dilakukan Devi (2017) dengan judul “Pengaruh *Body Image* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara citra tubuh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengaruh yang diberikan citra tubuh sebesar 62,5% terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi penilaian mahasiswa terhadap citra tubuhnya, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif dalam dirinya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu spesifikasi perilaku konsumtif, subjek, tempat penelitian serta variabel penelitian. Penelitian ini melihat gambaran umum mengenai perilaku konsumtif terhadap seluruh produk tanpa memandang produk *branded*. Spesifiknya subjek dalam penelitian ini menggunakan mahasiswi Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Banda Aceh. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah variabel perilaku konsumtif dan citra tubuh pada mahasiswi.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan informasi dalam menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bidang Psikologi khususnya mengenai psikologis khususnya citra tubuh dan perilaku konsumtif yang merupakan bagian dari psikologi klinis. Semoga ilmu pengetahuan ini dapat diimplementasikan dalam dunia nyata.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswi Fakultas Ekonomi diharapkan mahasiswi khususnya Fakultas Ekonomi dapat meningkatkan rasa percaya diri dengan citra tubuh positif yang dapat mengurangi perilaku konsumtif dan lebih memanfaatkan uang untuk hal yang bermanfaat sesuai kebutuhannya bukan keinginannya.
- b. Bagi orang tua, diharapkan dapat memberikan pembelajaran awal mengenai citra tubuh yang positif, dan anak dapat mengendalikan perilaku konsumtif.
- c. Psikiater dapat melakukan konseling kepada individu dengan citra tubuh negatif dan mendorongnya untuk tidak melakukan perilaku konsumtif. Psikiater dapat mendorongnya untuk *self-efficacy* yang mendukung *financial* individu.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Perilaku Konsumtif**

##### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Mahasiswi dalam usia remaja cenderung memiliki perilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan penjelasan Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang membeli suatu produk di luar kebutuhan, pembelian produk tidak berdasarkan pertimbangan rasional dari faktor kebutuhan, tetapi pembelian pada taraf keinginan yang berlebihan.

Perilaku konsumtif merupakan sikap individu yang memiliki pola hidup mengosumsi produk secara berlebihan bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi adanya keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan dengan menggunakan barang atau jasa yang mahal dalam memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya (Sumartono, 2012). Individu yang berperilaku konsumtif membeli sebuah produk secara berlebihan di mana dirinya membeli produk sejenis dengan merek berbeda, adanya hadiah yang ditawarkan dan juga tujuan pembelian produk untuk menyesuaikan dirinya dengan orang lain yang menggunakan produk yang sama.

Tambunan (2013) juga menunjukkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan konsumsi individu secara berlebihan tanpa memikirkan kegunaannya, melainkan untuk memuaskan diri dalam mencapai kepuasan maksimal. Individu membeli produk tanpa pertimbangan rasionalnya, tetapi tindakan konsumsi yang dilakukannya untuk memuaskan keinginannya tanpa batas.

Fromm (2015) menunjukkan perilaku konsumtif adalah pembeli produk oleh individu berdasarkan keinginan bukan kebutuhan yang sesungguhnya di masyarakat dalam era kehidupan modern. Lestarina, dkk (2017) juga menunjukkan perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang mengonsumsi barang secara berlebihan bukan untuk mencukupi kebutuhannya tetapi memenuhi keinginannya, sehingga perilaku ini menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Perilaku konsumtif dilakukan secara berlebihan oleh individu untuk memperoleh kesenangan dan kebahagiaan yang bersifat semu.

Assaad (2016) menambahkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen yang bersifat boros dan berlebihan yang mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhannya dan tidak ada skala prioritas serta terencana. Faktor yang mendorong mahasiswa melakukan perilaku konsumtif adalah untuk menyempurnakan penampilannya.

Berdasarkan pendapat ahli di atas maka dapat dilihat perilaku konsumtif adalah tindak konsumsi yang dilakukan individu secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional dalam memuaskan keinginannya bukan berdasarkan kebutuhannya akan produk tersebut. Mahasiswa banyak mengonsumsi produk yang dapat mendukung penampilannya agar mengikuti *trend* yang sesuai dengan masanya di samping kebutuhan kampus yang seharusnya lebih penting.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Menurut Sumartono (2012) terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang akan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Faktor internal adalah faktor psikologis yang terdapat dalam diri sendiri yang berpengaruh terhadap pembentukan perilaku seseorang, seperti motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.
- b. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar individu atau akibat lingkungan sosial, seperti kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, keluarga dan referensi produk.

Menurut Kotler (2012) menunjukkan terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif individu adalah faktor eksternal yang terdiri dari faktor budaya dan sosial, sedangkan faktor internal terdiri dari personal dan psikologis individu. Masing-masing faktor tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Faktor budaya

- 1) Peran budaya.

Budaya memiliki peran penting dalam menentukan keinginan seseorang, di mana dasar perilaku individu timbul akibat lingkungan budaya. Ruang lingkup keluarga atau lembaga-lembaga penting lainnya memberikan nilai budaya, persepsi, preferensi dan perilaku individu untuk menggunakan produk sesuai dengan budaya yang dianutnya.

- 2) Sub budaya

Sub budaya adalah bagian dari budaya secara garis besar yang memiliki ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggotanya. Kelompok ini memiliki sistem nilai yang sama ditinjau dari pengalaman dan situasi hidup. Bagian dari budaya terdiri dari bangsa, agama, suku, ras dan kondisi geografis.

### 3) Kelas sosial

Kelas sosial terdiri dari susunan berupa strata sosial yang relative permanen dan teratur di mana anggotanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama. Strata sosial terbentuk dari sistem kasta yang berbeda-beda, di mana perbedaan tersebut berdasarkan kondisi sosial ekonomi yang relatif homogen dan permanen. Individu yang dibesarkan dalam keluarga dengan peran tertentu tidak dapat mengubah keanggotaan kastanya. Kelas sosial ditinjau dari kondisi sosial ekonomi masyarakat dengan golongan atas, golongan menengah dan golongan bawah.

#### b. Faktor sosial

##### 1) Kelompok referensi

Kelompok yang menjadi acuan individu dalam mengonsumsi produk baik secara langsung atau tidak langsung. Kelompok referensi primer adalah keluarga, teman dan lainnya. Namun kelompok referensi sekunder berasal dari organisasi seperti organisasi keagamaan, profesi dan lainnya. Kelompok referensi dianggap sebagai acuan perbandingan bagi individu saat membentuk nilai dan pedoman dalam mengambil keputusan untuk membeli produk. Kelompok ini menyebabkan perubahan perilaku dan gaya baru individu berdasarkan informasi dan pengalaman, kredibilitas, daya tarik dan kekuatan referensi. Pengaruh yang diberikan dengan mengubah perilaku dan konsep diri seseorang dan juga menciptakan tekanan psikologis dalam memilih produk dan merek aktual.

## 2) Keluarga

Keluarga merupakan referensi primer yang paling berpengaruh. Berdasarkan pola perilaku orang tua, individu memperoleh pengetahuan mengenai agama, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Keluarga memberikan pengaruh signifikan terhadap pembeli dalam menentukan pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi produk.

## 3) Peran dan status

Peran meliputi karakter individu dalam suatu kegiatan. Setiap individu memiliki kedudukan yang berbeda-beda dalam suatu kelompok. Setiap peran menghasilkan status dalam kelompok masyarakat, sehingga mempengaruhi pembelian produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan statusnya. Produk yang dibeli individu memiliki simbol status dan merek tertentu yang menarik baginya.

### c. Faktor pribadi

#### 1) Usia dan tahap siklus hidup

Setiap individu mengkonsumsi produk yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Perbedaan disebabkan karena semakin bertambah usia membuat kebutuhan yang harus dipenuhi juga diiringi dengan kondisi fisik dan mentalnya. Contoh ketika masa bayi harus mengonsumsi makanan bayi, berbeda halnya ketika menginjak masa remaja individu dapat mengonsumsi berbagai jenis makanan yang sesuai dengan selera. Pertumbuhan usia dapat mempengaruhi

selera individu baik itu makanan, pakaian, hiburan atau barang-barang lain yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

## 2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Lingkungan ekonomi menunjukkan kondisi ekonomi individu yang ditinjau dari pendapatan, tabungan dan hartanya, kemampuan pinjam meminjam dan sikap dalam pengeluaran uang. Individu cenderung menyesuaikan kebutuhan ataupun keinginannya dalam mengonsumsi produk sesuai dengan pekerjaannya. Individu yang memiliki pekerjaan yang stabil dan mendapatkan penghasilan yang cukup cenderung lebih senang mengonsumsi barang-barang yang diinginkannya, sedangkan individu dengan kondisi ekonomi rendah akan berhemat dengan mengonsumsi produk hanya sebatas kebutuhannya.

## 3) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup yang disesuaikan dengan aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan jati diri seseorang selama berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menjadi cerminan individu dalam kelas sosial seseorang.

## 4) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah ciri bawaan psikologis individu atau pola perilaku khasnya dengan memberikan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama, serta tidak berupa walaupun mendapatkan rangsangan lingkungannya. Kepribadian meliputi kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, sosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi. Konsep diri merupakan bagian dari kepribadian. Konsep diri adalah konsep yang dimiliki individu saat

memandang dirinya seperti apa (aktual), memandang keinginan dirinya (ideal) dan memandang tanggapan orang lain terhadap dirinya seperti apa (pandangan orang lain atau perseptual).

d. Faktor psikologis

1) Motivasi

Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri individu yang membuatnya bertindak untuk mencapai keinginannya. Ketika individu memiliki motivasi tinggi terhadap produk, maka dirinya akan membeli produk tersebut tanpa berpikir rasional.

2) Persepsi

Persepsi adalah proses individu memilih, mengatur dan menerjemahkan informasi yang diperoleh untuk menciptakan gambaran suatu permasalahan. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga hubungan antara rangsangannya terhadap bidang yang mengelilingi dan kondisi kepribadian individu. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh perilaku actual konsumen dalam menerjemahkan produk lebih penting dibandingkan realitas. Setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam menciptakan proses pengamatan saat mengonsumsi produk.

3) Pembelajaran

Pembelajaran mendorong timbulnya perilaku individu dari pengalaman. Pengalaman dan proses latihan menjadi pembelajaran bagi individu baik secara sengaja ataupun tidak. Pembelajaran merupakan hasil dari interaksi dorongan,

pertanda, ransangan, respon dan penguatan. Pembelajaran membawa perubahan dalam penampilan individu akibat dari pengalaman sebelumnya.

#### 4) Keyakinan dan sikap

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan individu baik di tempat kelahirannya atau tempat dibesarkannya. Kepercayaan adalah gagasan deskripsi yang dianut individu dalam menerjemahkan produk, sedangkan sikap merupakan tingkah laku individu dalam membeli produk yang diperoleh melalui perbuatan dan pembelajaran.

#### 5) Kontrol diri

Rendahnya perilaku konsumtif individu dipengaruhi oleh kontrol diri yang baik dengan mempertimbangkan keputusan membeli produk secara rasional.

Menurut Assauri (2014) menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

- a. Perbedaan karakteristik pembeli di mana individu mengonsumsi produk atau jasa untuk menunjukkan dirinya berbeda dari orang lain.
- b. Kebanggaan individu terhadap penampilannya, di mana mengonsumsi produk terhadap kebutuhan dalam memamerkan dirinya.
- c. Pembelian produk berlebihan pada saat adanya diskon atau potongan harga. Konsumen akan membelanjakan semua produk yang dia inginkan tanpa berpikir rasional.

- d. Mengikuti orang lain dalam menggunakan produk. Individu akan membeli produk dalam menyesuaikan dirinya dengan lingkungan sosialnya dengan meniru orang lain atau mengikuti mode yang sedang *trend*.
- e. Menarik perhatian orang lain. Individu mengonsumsi suatu produk karena dorongan untuk mendapatkan perhatian orang lain tanpa pertimbangan yang matang.

### 3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Aspek yang terdapat pada perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) adalah sebagai berikut:

- a. Pembelian impulsive (*impulsive buying*)

Individu memiliki perilaku dalam mengonsumsi produk didasari oleh hasrat atau keinginan sesaat tanpa pertimbangan rasional mengenai kebutuhannya. Individu seperti ini cenderung bertindak gegabah dalam memberikan keputusan untuk membeli produk dan juga tidak memikirkan masa depan dan bertindak secara emosional.

- b. Pemborosan (*wasteful buying*)

Individu cenderung menghambur-hamburkan uang dengan membeli produk tanpa adanya kejelasan mengenai kebutuhan yang harus dipenuhi. Individu ini tidak memiliki kontrol diri yang baik dalam mengatur keuangan dan menganalisis pembelian produk sesuai dengan kebutuhannya.

- c. Mencari kesenangan (*non-rational buying*)

Individu mengonsumsi produk agar terpenuhi keinginannya dalam mencari kesenangan. Kesenangan berupa kenyamanan fisik, yaitu dirinya mengonsumsi produk agar memperoleh kesenangan dan kenyamanan ketika menggunakan produk yang membuatnya berbeda dengan orang lain dan juga merasa *trendy*.

Menurut Sumartono (2012) aspek-aspek yang terdapat pada perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

a. Membeli barang karena hadiah yang menarik

Individu tertarik untuk mengonsumsi barang untuk mendapatkan hadiah bukan dari segi manfaatnya. Perilaku konsumtif ini menunjukkan karakteristik individu yang mudah tertarik untuk mengonsumsi produk yang menawarkan bonus atau hadiah dalam satu paket.

b. Membeli barang karena kemasannya yang menarik

Individu yang cenderung mengonsumsi produk karena menarik atau unik dari covernya yang berbeda dengan produk lainnya. Individu tidak membeli produk tersebut berdasarkan manfaatnya. Ketika ada produk serupa dengan harga rendah, individu tetap memilih produk yang menarik dan unik baginya.

c. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi

Perilaku individu yang membeli produk karena gengsi dan untuk menjaga penampilannya dibandingkan membeli produk yang sesuai kebutuhannya. Karakteristik individu ini senang membeli produk bermerek dengan harga mahal agar dipandang lebih oleh orang sekitarnya.

d. Membeli barang karena ada program pemotongan harga (diskon)

Individu membeli barang dikarenakan harga menarik, bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya dalam memenuhi kebutuhannya. Pemotongan harga efektif dalam menarik individu yang mengonsumsi produk berlebihan tanpa pertimbangan kebutuhannya pada saat itu.

e. Membeli barang untuk menjaga status sosial

Anggapan individu dengan membeli barang tertentu memberikan simbol dari status sosialnya. Pembelian barang yang mahal dan merek sebagai cerminan dirinya individu yang memiliki status sosial tinggi dan baik.

f. Membeli barang karena pengaruh model mengiklankan barang

Setiap barang pernah diiklankan oleh perusahaan sebagai media promosi. Setiap iklan memiliki *brand ambassador* atau model dalam menarik minat beli masyarakat. Perilaku konsumtif terlihat pada individu yang mudah tertarik untuk membeli barang agar sama seperti model iklan sebagai idolanya. Pembelian dilakukan tanpa pertimbangan rasional akan manfaat dan kegunaan barang tersebut untuk kebutuhan, melainkan keinginan dirinya agar terlihat sama dengan idolanya.

g. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi

Individu cenderung membeli barang dengan harga tinggi dalam menambah rasa percaya dirinya. Individu mengonsumsi produk yang bermerek dengan harga tinggi yang dapat memberikan kepuasan pribadi ketika menggunakan barang tersebut di depan orang lain. Bagi individu yang berperilaku

konsumtif menganggap barang dengan harga tinggi memiliki kualitas yang bagus dan dapat mempercantik penampilan fisiknya.

h. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda

Individu mengonsumsi barang sejenis dengan merek berbeda dalam menambah koleksinya. Individu melakukan pemborosan dengan membeli dua atau lebih produk sejenis yang memiliki fungsi yang sama.

Adapun aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Fromm (2015) adalah sebagai berikut:

a. Pemenuhan keinginan

Manusia memiliki rasa puas tiada batas. Manusia memiliki keinginan lain dalam memenuhi kebutuhannya setelah kebutuhan sebelumnya telah terpenuhi. Kepuasan individu selalu meningkat. Individu mengonsumsi produk berdasarkan keinginan untuk memenuhi rasa puasnya, walaupun individu membeli produk yang tidak menjadi kebutuhannya.

b. Barang di luar jangkauan

Individu mengonsumsi barang secara berlebih, bukan berdasarkan kebutuhan dirinya dan kegunaan barang itu sendiri. Tindakan konsumsinya sangat impulsif dan tidak rasional dalam mencari kepuasan dirinya tanpa akhir. Individu sering membeli produk baru dalam menambah koleksinya. Individu membeli produk dengan harga tinggi diluar batas kemampuan ekonominya, sehingga dirinya berusaha keras membeli produk tersebut dengan menggunakan uang yang akan digunakan untuk kebutuhannya dan bahkan ada yang sampai meminjam uang.

c. Barang tidak produktif

Barang yang dikonsumsi tidak lagi menjadi produktif, karena pembelian dilakukan secara berlebihan dan kegunaan barang menjadi tidak jelas.

d. Status

Pembelian barang sebagai pengalaman dalam memuaskan keinginannya dengan pertimbangan status tertentu. Pengalaman konsumsi barang itu menjadi tidak berarti, manusiawi ataupun produktif. Kegiatan ini bukan bagian dari kebutuhan dirinya melainkan untuk menjaga atau mencapai status tertentu.

## **B. Citra Tubuh**

### **1. Pengertian Citra Tubuh**

Menurut Cash (2012) menjelaskan bahwa citra tubuh mencakup pengalaman individu dalam memberikan persepsi terhadap bentuk dan berat tubuhnya, serta sikap yang mengarah terhadap evaluasi penampilan fisiknya. Cash dan Smolak (2011) menambahkan bahwa citra tubuh adalah pengalaman psikologis individu yang mempengaruhi persepsi, perasaan dan pola pikirnya mengenai penampilan fisik. Persepsi tersebut berupa pandangan individu terhadap bentuk tubuhnya dengan penilaian memuaskan atau menarik dan bahkan tidak sama sekali. Ketidakpuasan individu terhadap bentuk tubuhnya dikarenakan adanya persepsi mengenai tubuh ideal. Individu melakukan penilaian terhadap bentuk tubuhnya sudah mencapai taraf ideal yang sesuai dengan persepsinya.

Arthur (2010) juga menjelaskan citra tubuh merupakan imajinasi subjektif individu terhadap bentuk tubuhnya terkait penilaian orang lain dan juga

menerapkan taraf ideal tertentu dipersepsikannya. Penilaian yang dilakukan individu mencakup keseluruhan atau sebagian bentuk tubuh tidak hanya dari tampilan fisik, bahkan fungsi, gerakan, koordinasi dan lainnya.

Selanjutnya Hogniman dan Castle (dalam Rombe, 2013) menyatakan bahwa citra tubuh adalah gambaran mental individu mengenai bentuk dan ukuran tubuh, cara individu mempersepsikan dan menilai dirinya dengan persepsi dan perasaannya, serta perkiraan penilaian orang lain terhadap dirinya. Rombe (2013) melanjutkan bahwa citra tubuh merupakan sikap atau perasaan puas dan tidak puas atau menarik dan tidak menarik individu terhadap bentuk tubuhnya, sehingga perasaan tersebut melahirkan penilaian positif atau negatif terhadap dirinya.

Berdasarkan pendapat ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa citra tubuh merupakan gambaran mental, perasaan dan persepsi individu yang berkaitan dengan urutan tubuh, bentuk tubuh, dan berat tubuh yang mengarah pada kepuasan penampilan fisiknya serta gambaran mengenai tubuh individu yang diperoleh melalui penilaian sendiri yang menghasilkan perasaan puas tidak puas dengan keadaan tubuhnya.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Tubuh**

Faktor-faktor yang mempengaruhi citra tubuh pada mahasiswi sesuai dengan teori perkembangan bio-psikologi manusia menurut Bronfenbrenner (dalam Gattario, 2013) adalah sebagai berikut:

### **a. Biologis**

#### **1) Komposisi tubuh**

Komposisi tubuh yang ideal sering kali diukur dengan indeks masa tubuh atau *body mass index* (BMI). Individu yang cenderung merasa harga dirinya lebih rendah jika hasil BMI dari tubuh mereka semakin tinggi.

## 2) Waktu pubertas

Individu yang beragama dan mengklaim bahwa perempuan negatif jika tubuhnya tidak kurus atau kategori ideal. Pemikiran ini mulai timbul pada masa pubertas akibat perkembangan kognitif yang dialaminya.

### b. Psikologis

#### 1) Teman sebaya

Teman sebaya merupakan agen sosial yang mempengaruhi citra tubuh mahasiswi. Percakapan sehari-hari remaja tidak jauh dari penampilan, sehingga sering kali membentuk konteks sehari-hari dengan berdiskusi, melakukan literasi mengenai informasi yang relevan dengan produk yang dapat menunjang penampilannya. Teman sebaya juga berbagi sikap yang sama mengenai penampilan dan pengalamannya berupa strategi yang tepat dalam menjaga tubuh ideal, seperti diet, menjaga pola makan atau membentuk otot bagi pria. Mahasiswi akan merasa terintimidasi jika tidak memiliki tubuh ideal, sehingga mencari cara untuk memperbaiki penampilannya.

#### 2) Keluarga

Ruang lingkup kecil yang mempengaruhi citra tubuh individu adalah keluarga. Orang tua mempengaruhi pola pikirnya mengenai citra tubuh di mana anak-anak mulai mengikuti apa yang dilakukan orangtua dalam menjaga penampilan. Namun ada juga orang tua yang menyuruh anaknya untuk diet dan

menjaga pola makan dalam membentuk tubuhnya yang ideal. Komentar orang tua mengenai penampilan anak-anak mereka dan perilakunya yang berhubungan dengan tubuh mereka, mendorong anak-anak untuk membentuk citra tubuh dengan berperilaku sama.

### 3) Mesosistem

Mesosistem adalah koneksi dan hubungan antara struktur mikrosistem individu. Teman sebaya dan keluarga secara bersama mempengaruhi citra tubuh individu, dan namun pesan penampilan dari kedua sumber bisa jadi sama atau berbeda yang memberikan tekanan pada individu untuk menyesuaikan diri dengan standar penampilan yang ideal. Individu akan berusaha untuk melakukannya dan kekhawatiran mengenai citra tubuhnya dapat muncul.

### 4) Ekosistem

Ekosistem sebagai sistem sosial dalam skala besar secara tidak langsung juga mempengaruhi citra tubuh seseorang seperti media dan layanan sosial. Pengembangan citra tubuh dipengaruhi oleh media dan informasi mengenai penampilan ideal merupakan faktor penting sebagai bagian dari ekosistem.

### 5) Media

Media faktor terkuat yang mendorong individu untuk membentuk penampilan mereka dalam menjaga citra tubuh yang ideal dengan standar model yang ditampilkan di media. Individu bisa berbeda dalam interpretasi mengenai pesan yang mereka terima dari media, tergantung pada tingkat internalisasi tubuh ideal menurut mereka dan cenderung membuat perbandingan sosial. Individu cenderung mengalami peningkatan ketidakpuasan terhadap tubuh mereka dan

rendahnya diri setelah melakukan perbandingan dirinya dengan model pada media.

#### 6) Struktur Gender

Struktur gender menunjukkan norma peran dan kekuasaan gender, serta adanya konsekuensi untuk perempuan dan laki-laki yang berhubungan dengan tubuh mereka. Norma yang terdapat pada laki-laki yaitu maskulinitas, sedangkan norma perempuan yaitu feminitas. Pembentukan norma ini sudah berlangsung semenjak usia dini. Laki-laki diperintahkan untuk tidak menangis atau takut, sebaliknya laki-laki harus tegas, aktif, dan kuat. Perempuan diharapkan tidak menuntut, tetapi memaafkan dan patuh.

Laki-laki cenderung aktif dan dominan dengan kekuatan fisik, sedangkan perempuan pasif, penurut dan menyukai kecantikan fisik. Perempuan secara praktis disiplin dalam menjaga tubuh mereka dengan standar tertentu baik kurus dengan kulit lembut dan cerah. Perempuan menjaga norma feminimnya dengan membentuk tubuh dan menunjang penampilan mereka.

#### 7) Industrialisasi

Industrialisasi mempengaruhi individu dalam mengubah cara pandang mereka mengenai bentuk tubuh. Industrialisasi menunjukkan pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang dan memperkenalkan perubahan sosial secara globalisasi. Industrialisasi juga bisa mempengaruhi citra tubuh melalui kecenderungannya untuk mengubah peran gender dan mempromosikan individualisasi yang lebih besar.

Gagasan individualisme dapat mengubah citra tubuh yang dianggap sebagai kelompok berbagi dan normalnya dianggap pribadi dan dapat dibentuk. Saat bentuk tubuh menjadi objek pekerjaan individu dapat menimbulkan ketidakpuasan akan penampilannya sering muncul. Bentuk tubuh lebih penting dibandingkan ukuran tubuh bagi perempuan. Individu yang tidak memiliki bentuk tubuh ideal akan menunjang penampilan mereka dengan menggunakan pakaian yang tepat.

Kemudian Keery, Berg, dan Thompson (2004) menambahkan faktor psikologis yang mempengaruhi citra tubuh adalah sebagai berikut:

a. Internalisasi tubuh yang ideal

Internalisasi tubuh ideal yaitu mengacu proses menggabungkan tubuh ideal dengan keyakinan pribadi individu mengenai apa yang menarik secara fisik pada dirinya. Akibatnya timbul keinginan individu untuk melakukan berbagai hal yang dapat membentuk fisiknya agar terlihat menarik.

b. Perbandingan sosial

Individu membandingkan diri mereka dengan orang lain dalam lingkungan yang mereka tinggal. Perbandingan yang dilakukan adalah perbandingan penampilannya dengan sesama jenis kelamin, selebriti, atlet atau model. Penampilan yang dilihatnya adalah berat badan, bentuk tubuh dan fitur wajah.

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) faktor yang mempengaruhi citra tubuh individu, yaitu:

a. Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan faktor pendorong perkembangan body image seseorang. Perempuan cenderung tidak puas terhadap bentuk tubuhnya yang tidak ideal dibandingkan laki-laki. Perempuan lebih kritis terhadap tubuh secara keseluruhan ataupun pada bagian tertentu. Perempuan tidak puas dengan berat badan yang melebihi berat ideal. Perempuan merasa khawatir dengan citra tubuh negatif dan menyebabkan mereka diet konstan atau sementara, merasa obesitas dan ganggu makan. Sisi psikologisnya yaitu rendahnya harga diri, cemas, depresi dan mengalami tekanan emosional.

b. Media massa

Media massa merupakan pengaruh terkuat terhadap budaya sosial. Konsumsi media dalam tinggi akan mengubah pola pikir dan perilaku individu. Media massa menggunakan model dengan tubuh ideal dalam mempromosikan produk, sehingga mempengaruhi individu mengonsumsi produk yang diiklankan. Remaja khususnya perempuan mudah terpengaruhi oleh penggambaran citra tubuh model. Media massa menyebabkan ketidakpuasan akan bentuk tubuhnya, stress dengan berat badan, suasana hati tidak baik dan turunnya persepsi daya tarik diri.

c. Hubungan interpersonal

Hubungan ini membuat individu cenderung membandingkan dirinya dengan kehidupan sosialnya. *Feedback* yang diterima mempengaruhi perasaan dan konsep diri mengenai penampilan dirinya. Individu cenderung cemas dengan

penilaian orang lain terhadap dirinya. Individu cenderung berkompetensi dengan teman sebaya ataupun keluarga dalam hubungan interpersonal mengenai pandangan dan perasaan mengenai tubuh. Individu yang menerima *feedback* mengembangkan persepsinya mengenai penilaian daya tarik fisik. Perkembangan emosional dan kognitif individu berkontribusi terhadap cara melihat dirinya.

Menurut Meliana (2006) menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi citra tubuh perempuan, yaitu:

a. *Self esteem*

Citra tubuh individu sebenarnya mengacu pada pandangan individu terhadap pemikiran mengenai bentuk tubuhnya dibandingkan pandangan orang lain terhadap dirinya. Selebihnya dipengaruhi oleh keyakinan dan karakternya tubuh ideal yang diinginkannya.

b. Perbandingan dengan orang lain

Media massa memicu individu melakukan perbandingan dengan kenyataan bentuk tubuhnya sendiri dengan citra tubuh ideal seperti model dengan bentuk tubuh yang dinilai sempurna dalam lingkungan sosial dan budayanya. Taraf ini mendorong individu sulit menerima bentuk tubuhnya karena mempersepsikan bahwa tubuhnya tidak ideal.

c. Dinamis

Citra tubuh di dalam perspektif individu tidak statis, tetapi mengalami perubahan secara terus menerus. Citra tubuh sensitive terhadap perubahan suasana hati (*mood*), lingkungan sosial dan pengalaman fisik individu saat merespon peristiwa kehidupan.

### 3. Aspek-aspek Citra Tubuh

Menurut Cash (2012) menjabarkan aspek citra tubuh dengan menggunakan pengukuran melalui *Multidimensional Body Self Relation Questionnaire-Appearance Scales* (MBSRQ-AS), yaitu:

- a. *Appearance evaluation* (evaluasi penampilan). Individu mengevaluasi dirinya secara keseluruhan mengenai tingkat perasaan bahagia, menarik atau kepuasan terhadap penampilannya. Perasaan ini timbul dari dalam dirinya sendiri dengan mengukur fisiknya berdasarkan standar tertentu atau reaksi dari orang lain.
- b. *Appearance orientation* (orientasi penampilan). Tingkat perhatian individu terhadap penampilan dirinya dan memikirkan usaha yang dilakukannya dapat memperbaiki dan meningkatkan penampilan sesuai standar yang ditetapkannya. Usaha yang dilakukannya yaitu dengan membeli produk fashion atau perawatan fisik yang dapat menunjang penampilan dirinya.
- c. *Body area satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh). Individu mengukur kepuasan terhadap penampilannya dari bagian tubuh secara spesifik atau keseluruhan.
- d. *Overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk). Individu cemas terhadap kegemukan, waspada terhadap penambahan berat badan, kecenderungan program diet untuk menurunkan berat badan dengan membatasi pola makan.

- e. *Self-classified weight* (pengkategorian ukuran tubuh). Individu cenderung mengkategorisasikan ukuran tubuh dari sangat kurus hingga sangat gemuk.

Adapun aspek citra tubuh yang dikemukakan Thompson (2000) adalah sebagai berikut:

- a. Perseptual

Aspek perseptual meliputi tentang pola pikir individu saat melihat bentuk tubuh dan penampilannya secara keseluruhan. Bentuk tubuh dianggap sebagai simbol individu dalam melakukan penilaian untuk diri sendiri maupun penilaian oleh orang lain. Aspek ini melibatkan proses kognitif individu dalam menginterpretasikan bentuk tubuh secara faktual saat melakukan penilaian. Bentuk tubuh atau penampilan dinilai positif dapat memberikan perasaan senang bagi individu, sebaliknya dinilai negatif akan menyebabkan perasaan tidak senang dengan bentuk tubuhnya.

- b. Perbandingan dengan orang lain

Individu cenderung membandingkan bentuk fisiknya dengan orang lain, seperti bentuk tubuhnya apakah lebih baik atau lebih buruk dengan orang yang dibandingkannya.

- c. Sosial budaya

Citra tubuh dikaitkan dengan kecenderungan individu untuk menyadari dan menginternalisasikan norma sosiokultural mengenai penampilan yang menarik. Aspek ini menggambarkan dirinya menarik dan merasa puas dengan penampilannya jika mendapatkan reaksi serupa dari orang lain.

Aspek citra tubuh berdasarkan pendapat Rice dan Dolgin (dalam Farida, 2012) adalah sebagai berikut:

- a. Daya pikat fisik. Individu menganggap daya fisik sebagai aspek penting, karena memiliki penampilan menarik, membuatnya mudah diterima dalam lingkungan sosial atau lingkungan teman sebayanya.
- b. Tipe tubuh dan ideal. Individu mengkategorisasikan tipe tubuh manusia seperti pendek gemuk (*endoformic*), berotot dan bahu serta pinggang lebar (*mesomorphic*) dan tinggi kurus (*ectomorphic*).
- c. Berat badan. Individu mencemaskan berat badan yang dimilikinya, lalu memilih diet untuk memperbaiki kondisi fisiknya. Individu yang gemuk merasa terganggu atau terasingkan dari hubungan sosial dan memiliki harga diri rendah.

Menurut Davision dan McCabe (2006) terdapat tujuh aspek dari citra tubuh yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Physical attractiveness*, yaitu penilaian individu mengenai bentuk tubuh secara keseluruhan atau bagian tertentu menarik atau tidak.
- b. *Body image satisfaction*, yaitu tingkat kepuasan seseorang terhadap bentuk, ukuran dan berat badan.
- c. *Body image importance*, yaitu penilaian individu mengenai seberapa penting citra tubuh yang dapat mempengaruhi kehidupannya dibandingkan hal lain.
- d. *Body concealment*, yaitu usaha yang dilakukan individu untuk menutupi bagian tubuh yang dianggapnya tidak menarik dari pandangan orang lain.

Individu cenderung menghindari diskusi yang membahas ukuran dan bentuk tubuhnya yang dinilai kurang menarik.

- e. *Body improvement*, yaitu usaha yang dilakukan individu untuk memperbaiki dan meningkatkan bentuk, ukuran dan berat badan sesuai standar kecantikan.
- f. *Sosial physique anxiety*, yaitu kecemasan individu terhadap pandangan orang lain yang menilai dirinya kurang menarik saat berada di tempat umum.
- g. *Appearance comparison*, yaitu perbandingan yang dilakukan individu mengenai bentuk, ukuran dan berat badannya dengan orang lain.

### **C. Mahasiswi**

Usia remaja merupakan proses transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, di mana individu merasa adanya perubahan fisik, kognitif dan psikososial. Mahasiswi merupakan individu yang memasuki masa transisi antara remaja akhir dan dewasa awal di mana dirinya berada dalam rentang usia 18-25 tahun, kemudian dirinya juga memiliki rasa tanggung jawab atas masa perkembangannya dalam memasuki masa dewasa (Hulukati & Djibran, 2018). Mahasiswi adalah individu yang sedang menempuh pendidikan di tingkat Perguruan Tinggi. Mahasiswi memiliki intelektualitas lebih tinggi, kecerdasan dalam berpikir kritis dan mampu melakukan perencanaan dalam bertindak (Siswoyio, 2007). Mahasiswi memasuki tahap dewasa awal yang ditinjau dari segi perkembangannya dalam memantapkan pendirian hidupnya (Yusuf, 2012).

Menurut Gunarsa (2001) mahasiswi yang berada pada tingkat remaja akhir menunjukkan karakteristik perkembangan sebagai berikut:

1. Penerimaan kondisi fisiknya.

Karakter ini menunjukkan remaja menunjukkan perubahan fisiologis maupun organis yang berbeda dibanding tahun-tahun sebelumnya. Struktur dan penampilan fisiknya akan diterima oleh individu dalam menerima kondisi fisiknya, kemudian melakukan penilaian terhadap fisiknya dan berpikir untuk mencari cara untuk menunjang penampilannya.

2. Kebebasan emosional.

Masa transisi ini individu melalui proses pelepasan diri dari ketergantungan secara emosional dari orang dekat di sekitarnya. Remaja pada tahap ini cenderung lebih stabil dan terkendali dari kondisi emosionalnya. Individu mampu mengutarakan pendapat dan perasaannya dengan sikap yang sesuai ketika beradaptasi dengan lingkungan dan kebebasan emosionalnya.

3. Mudah bergaul dengan seluruh tingkat sosial

Individu mulai mengembangkan kemampuannya dalam menjalin hubungan sosial dengan cara yang berbeda untuk seluruh tingkat kematangan sosialnya. Dirinya mampu menyesuaikan kemampuan bersosialisasi di berbagai tingkat usia ketika dikaitkan dengan norma sosial yang ada.

4. Model identifikasi.

Individu yang melalui proses pematangan kepribadian seringkali melibatkan tokoh identifikasi sebagai pencarian jati dirinya. Tanpa tokoh identifikasi dirinya akan kabut terhadap model yang ditirunya, sehingga tokoh

identifikasi menjadi pengarah baginya untuk bertingkah atau bersikap dengan sebaik mungkin.

#### 5. Mengetahui dan menerima kemampuan diri

Individu mampu menilai secara objektif mengenai pengetahuan dan kemampuan yang dimilikinya, sehingga dirinya mulai memupuk kemampuan dasar agar menjadi pribadi yang mandiri dan mampu mengatasi masalah. Kelemahan atau kegagalan yang ditemuinya dengan keterbatasan kemampuannya tidak lagi menghambat perkembangan kepribadiannya ataupun menghambat prestasi yang hendak dicapainya.

#### 6. Memperkuat penguasaan diri atas skala nilai dan norma

Kepribadian yang sebelumnya adalah sebuah norma dalam bertindak bergeser ke arah penyesuaian dirinya terhadap norma di luar kepribadiannya, baik itu nilai sosial ataupun moral. Kepribadiannya disesuaikan dengan nilai-nilai umum yang menunjukkan arah positif ketika berinteraksi dengan lingkungannya.

#### 7. Meninggalkan reaksi dan penyesuaian diri dengan sifat kekanak-kanakan.

Tahap dewasa awal individu mulai meninggalkan dunia remaja, dimana tantangan psikis yang dihadapinya akan berbeda ketika memasuki dunia dewasa. Individu mulai meninggalkan ketergantungan psikis dari orang sekitarnya dan dirinya mampu mengurus dan menentukan keputusan sendiri dalam menyelesaikan masalah.

Mahasiswi memiliki karakteristik dalam menilai makna kecantikan. Kecantikan sebagai suatu kebutuhan bagi wanita yang wajib dipenuhi. Kebutuhan yang dibutuhkannya adalah agar tampil menarik di depan orang lain. Seiring

perkembangan *trend* mahasiswi mempersepsikan produk kecantikan, fashion dan teknologi sebagai suatu kebutuhan primer yang wajib dipenuhi (Kurniawan, 2017). Mahasiswi merupakan konsumen yang melakukan pembelian tinggi, karena umumnya memiliki karakteristik mudah tertarik dengan mode, terbuju dengan iklan, tidak memiliki beban keuangan, kurang realistis, dan impulsif (Monks, Knoers, & Hadinoto, 2014).

Menurut Ningsih dan Bawono (2016) mahasiswi dalam kategori wanita lebih memfokuskan dirinya bagaimana untuk tampil cantik dan menarik. Mahasiswi dengan kondisi penerimaan dirinya didukung dengan kondisi sosial jelas melibatkan emosionalitasnya dalam menilai kondisi fisiknya. Mahasiswi akan melakukan berbagai *treatment* demi menjaga penampilannya agar terlihat cantik dan menarik. Para mahasiswi rela menghabiskan uangnya untuk membeli produk atau atribut yang bermerek agar dapat menunjang penampilannya, seperti produk kosmetik, sepatu, tas atau pakaian. Mahasiswi yang berada dalam rentang umur dewasa awal mudah menunjukkan perilaku konsumtif, di mana dirinya dengan mudah mengeluarkan uang untuk memenuhi keinginannya (Ratna & Nasrah, 2015).

#### **D. Pengaruh Citra Tubuh Terhadap Perilaku Konsumtif**

Citra tubuh adalah pengalaman psikologis individu yang mempengaruhi persepsi, perasaan dan pola pikirnya mengenai penampilan fisik (Cash & Smolak, 2011). Persepsi tersebut berupa pandangan individu terhadap bentuk tubuhnya dengan penilaian memuaskan atau menarik dan bahkan tidak sama sekali.

Ketidakpuasan individu terhadap bentuk tubuhnya dikarenakan adanya persepsi mengenai tubuh ideal. Individu melakukan penilaian terhadap bentuk tubuhnya sudah mencapai taraf ideal yang sesuai dengan persepsinya. Penilaian yang diberikan bersifat positif dan negatif.

Generasi saat ini memprioritaskan penampilan untuk terlihat lebih menarik. Generasi milenial mampu mengakses berbagai informasi melalui media massa mengenai tubuh ideal yang sesuai dengan idolanya. Mahasiswi cenderung mengonsumsi media massa yang cukup tinggi, sehingga mengubah pola pikirnya dan pola perilakunya setelah membandingkan bentuk fisiknya dengan model atau idolanya. Putra, dkk (2017) menyatakan pelanggan yang tertinggi dalam mengonsumsi produk secara spontanitas di atas rata-rata terdapat pada benua Asia Pasifik, salah satunya Indonesia.

Citra kecantikan dan tubuh ideal perempuan umumnya yang memenuhi kriteria tubuh tinggi, langsing, kulit putih dan cerah, wajah tanpa noda atau jerawat seperti model iklan (Rizkiyah, Nurliana, & Julina, 2019). Akibatnya, terjadi ketidakpuasan mengenai bentuk tubuhnya, dan secara impulsif ikut mengonsumsi produk yang diiklankan tanpa berpikir secara rasional (Cash & Pruzinsky, 2002). Jadi figur inilah yang mendorong individu untuk mewujudkan penampilan yang sesuai, baik merubah atau menutupi citra tubuhnya dengan mengonsumsi produk yang dapat menunjang penampilannya.

Perkembangan kognitif pada mahasiswi memberikan dampak penilaian positif mengenai dirinya. Namun tidak menutup kemungkinan perilaku konsumtif yang dilakukannya lebih tinggi dibandingkan remaja lainnya. Perilaku konsumtif

adalah tindakan individu yang membeli suatu produk di luar kebutuhan, pembelian produk tidak berdasarkan pertimbangan rasional dari faktor kebutuhan, tetapi pembelian pada taraf keinginan yang berlebihan (Lina dan Rosyid, 1997).

Devi (2017) menyatakan citra tubuh memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi citra tubuh individu maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif yang akan dilakukannya. Mahasiswi berada pada usia labil tidak dapat menggunakan pemikiran rasionalnya dalam menentukan produk sesuai dengan kebutuhannya, yang penting penampilannya terlihat cantik dan ideal (Fitria & Sukma, 2013). Mahasiswi membeli produk secara berlebihan dan tidak mempertimbangkan uang sakunya untuk kebutuhan yang lebih penting dalam menunjang pendidikan dibandingkan membeli produk yang menunjang penampilannya.

Selanjutnya hubungan interpersonal memberikan dampak terhadap penilaian dirinya berdasarkan *feedback* dari orang-orang disekitarnya. Kemudian penilaian tersebut akan mempengaruhi emosional dan konsep diri individu mengenai citra tubuhnya. Penilaian dari kelompok hubungan sosialnya akan memberikan persepsi yang berbeda mengenai daya tariknya, sehingga perkembangan kognitif dan emosional akan berkontribusi terhadap penilaian yang dilakukannya mengenai bentuk fisiknya (Cash & Pruzinsky, 2002).

Penilai positif memberikan kepuasan bagi mahasiswi, tidak merasa khawatir ataupun cemas terhadap bentuk tubuhnya. Citra tubuh positif menunjang kepercayaan diri individu, sehingga tingkat kepuasan yang tidak terbatas menuntutnya untuk menggunakan produk bermerek untuk mempertahankan

konsep citra tubuh positifnya (Yolanda, 2016). Hal serupa juga terjadi bagi mahasiswi yang memiliki penilaian negatif cenderung tidak puas dengan kondisi fisiknya, sehingga dapat mengonsumsi produk secara impulsif dan berlebihan agar terlihat menarik saat dipandang oleh orang lain. Tanpa pertimbangan yang rasional mengenai kebutuhannya (Fitria & Sukma, 2013).

Menurut Sentana (2019) mahasiswi merupakan perempuan milenial yang menganggap tubuhnya tidak sesuai dengan nilai budaya akan menunjukkan kondisi psikologi yang rendah. Kondisi psikologis mahasiswi ini ditunjukkan dengan harga diri rendah, ketidakpuasaan dalam hidup dan merasa rendah diri, sehingga kondisi ini menempatkan kondisi dirinya menjadi depresi dan cemas. Menurut penilaiannya masyarakat akan menerimanya jika memiliki kondisi fisik yang ideal, sebaliknya akan ditolak jika tidak memiliki tubuh ideal.

Persepsi mahasiswi mengenai citra tubuhnya memainkan peran penting bagi pembelian produk. Gambaran citra tubuh dilihat secara subjektif mengenai bentuk fisiknya sesuai dengan pengamatan yang dilakukannya dengan memperhatikan penilaian orang lain. Mahasiswi ingin terlihat menarik dan menambahkan kepercayaan dirinya dalam memilih produk yang akan digunakan untuk menunjang penampilannya (Kim & Damhorst, 2010). Usaha yang dilakukannya adalah dengan mengonsumsi produk yang mampu menutupi atau mengubah ketidakpuasaannya mengenai citra tubuh.

Kelompok yang menjadi acuan mahasiswi dalam mengonsumsi produk baik secara langsung atau tidak langsung. Kelompok referensi dianggap sebagai acuan perbandingan bagi mahasiswi saat membentuk nilai dan pedoman dalam

mengambil keputusan untuk membeli produk. Kelompok ini menyebabkan perubahan perilaku dan gaya baru berdasarkan informasi dan pengalaman, kredibilitas, daya tarik dan kekuatan referensi. Pengaruh yang diberikan dengan mengubah perilaku dan konsep diri seseorang dan juga menciptakan tekanan psikologis dalam memilih produk dan merek actual. Mahasiswi cenderung membeli produk dengan fungsi sama berdasarkan kelompok referensinya (Kotler, 2012).

#### **E. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang perlu dibuktikan kebenarannya dari permasalahan yang akan diteliti (Arikunto, 2019). Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_a$  : Adanya pengaruh signifikan antara citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identifikasi Variabel Penelitian**

Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel Independen (X): Citra Tubuh

Variabel Dependen (Y): Perilaku Konsumtif

#### **B. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Adapun definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut:

##### 1. Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang membeli suatu produk di luar kebutuhan, pembelian produk tidak berdasarkan pertimbangan rasional dari faktor kebutuhan, tetapi pembelian pada taraf keinginan yang berlebihan. Variabel perilaku konsumtif yang akan diukur dalam penelitian ini dengan menggunakan aspek dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (1997) yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non-rational buying*).

##### 2. Citra Tubuh

Menurut Cash (2012) citra tubuh adalah pengalaman individu dalam memberikan persepsi terhadap bentuk dan berat tubuhnya, serta sikap yang mengarah terhadap evaluasi penampilan fisiknya. Variabel citra tubuh yang akan

diukur melalui aspek yang dikemukakan oleh Cash (2012) yaitu evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), orientasi penampilan (*appearance orientation*), kepuasan terhadap bagian tubuh (*body area satisfaction*), kecemasan menjadi gemuk (*overweight preoccupation*) dan pengkategorian ukuran tubuh (*self-classified weight*)

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Adapun rincian sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Rincian Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh**

<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah</b>
2015	23
2016	15
2017	17
2018	97
2019	125
2020	75
2021	70
Total	422

Sumber: Fakultas Ekonomi, 2021

Berdasarkan data pada tabel di atas, jumlah populasi yang terdapat dalam penelitian ini sebanyak 422 mahasiswi yang sedang menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Populasi diambil dari seluruh angkatan yang masih melanjutkan pendidikannya.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013). Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan salah satu teknik *probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Pengambilan sampel ini dilakukan secara kebetulan dengan mengambil kasus atau responden yang secara kebetulan ada dan tersedia di suatu tempat dan sesuai dengan kriteria populasi penelitian. Sampel secara *accidental* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah responden yang bersedia mengisi skala yang didistribusikan melalui *Google Form* yang dibagikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh melalui *Whatsapp Group*.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Solvin di mana tingkat toleransi kesalahan yang digunakan sebesar 10%. Jumlah sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus Solvin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{422}{1 + 422(10\%)^2}$$

$$n = \frac{422}{1 + 422(0,01)}$$

$$n = \frac{422}{1 + 4,22}$$

$$n = \frac{422}{5,22}$$

$$n = 80.84$$

$$n = 81$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus *Solvin*, jumlah sampel diperoleh sebanyak 81 mahasiswi yang dijadikan responden dari seluruh mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Sampel yang dipilih adalah 81 mahasiswi yang bersedia mengisi skala melalui *Google Form* setelah didistribusikan melalui aplikasi *Whatsapp Group*.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui distribusi skala. Skala penelitian terdiri dari beberapa pernyataan mengenai perilaku konsumtif dan citra tubuh mahasiswi setelah dijabarkan dari indikator masing-masing variabel. Skala perilaku konsumtif dan skala citra tubuh tersusun dari aitem *favorable* dan *unfavorable*. Aitem *favorable* adalah pernyataan yang berisi hal positif mengenai objek, di mana responden mendukung atau memihak pada objek sikap yang ingin diungkap. Akan tetapi, aitem *unfavorable* adalah pernyataan yang berisi hal negatif mengenai objek, di mana responden tidak mendukung ataupun kontra terhadap objek sikap yang ingin diungkap (Azwar, 2012).

Setiap aitem akan diberikan penskoran yang ditentukan dengan skala *likert* (Sugiyono, 2013). Skala *likert* terdiri dari jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), Ragu-ragu (R), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Namun untuk jawaban ragu-ragu dalam penelitian ini akan dihilangkan karena jawaban netral. Penelitian ini menggunakan empat alternatif jawab tanpa menggunakan jawaban netral dalam menjaga keakuratan data. Jawaban netral dihilangkan agar responden

memberikan perbedaan pendapat yang informatif. Penskoran atau bobot nilai untuk aitem kuisioner berdasarkan skala *likert* dapat diinterpretasikan pada tabel berikut:

**Tabel 2**  
**Bobot Penilaian Pernyataan *Favorable* dan *Unfavorable***

No	Alternatif Jawaban	Pernyataan	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1	Sangat Setuju (SS)	4	1
2	Setuju (S)	3	2
3	Tidak Setuju (TS)	2	3
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Sumber: Azwar, 2012

Rincian variabel penelitian ditinjau dari aspek yang ingin diukur akan dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala variabel perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek yang dipaparkan oleh Lina dan Rosyid (1997) yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non-rational buying*). Jumlah aitem skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini sebanyak 42 pernyataan kemudian dibagi menjadi 21 pernyataan *unfavourable* dan 21 pernyataan *favourable*. Adapun rincian mengenai jumlah aitem skala perilaku konsumtif akan diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3**  
***Blue Print* Skala Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	Aitem		Jumlah	Bobot
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>		
1	Pembelian impulsif	7	7	14	33,3%
2	Pemborosan	7	7	14	33,3%
3	Mencari kesenangan	7	7	14	33,3%
Total		21	21	42	100%

Sumber: Instrumen Penelitian, 2020

#### 2. Skala Citra Tubuh

Skala variabel citra tubuh disusun berdasarkan aspek yang dipaparkan oleh Cash (2012) yaitu evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), orientasi penampilan (*appearance orientation*), kepuasan terhadap bagian tubuh (*body area satisfaction*), kecemasan menjadi gemuk (*overweight preoccupation*) dan pengkategorian ukuran tubuh (*self-classified weight*). Jumlah aitem skala citra tubuh dalam penelitian ini sebanyak 40 pernyataan kemudian dibagi menjadi 20 pernyataan *unfavourable* dan 20 pernyataan *favourable*. Adapun rincian mengenai jumlah aitem skala citra tubuh akan diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4**  
**Blue Print Skala Citra Tubuh**

No	Aspek	Aitem		Jumlah	Bobot
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>		
1	Evaluasi penampilan	4	4	8	20%
2	Orientasi penampilan	4	4	8	20%
3	Kepuasan terhadap bagian tubuh	4	4	8	20%
4	Kecemasan menjadi gemuk	4	4	8	20%
5	Pengkategorian ukuran tubuh	4	4	8	20%
Total		20	20	40	100%

Sumber: Instrumen Penelitian, 2020

Setelah instrumen disusun, maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Instrumen yang baik adalah instrumen yang setiap aitem sudah dikatakan valid dan reliabel. Uji tingkat kevalidan dan reliabel aitem skala penelitian akan diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Validitas aitem merupakan ukuran kecermatan suatu aitem dalam melakukan pengukuran penelitian (Azwar, 2010). Uji validitas untuk melihat sah atau cermat butir setiap aitem dalam kuisisioner. Aitem yang valid

menunjukkan adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya. Uji validitas aitem pada penelitian ini dilakukan dengan validasi isi, dimana aitem yang akan diuji terlebih dulu dianalisis rasional oleh ahli atau *professional judgement* (Azwar, 2010). Validator ahli dalam penelitian ini adalah dosen pembimbing sendiri yang merupakan profesional dibidang psikologi. Setelah itu, peneliti akan memperbaiki aitem berdasarkan komentar dan saran ahli.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengukur tingkat kepercayaan suatu alat ukur. Aitem kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai pada subjek yang sama (Azwar, 2010). Uji reliabilitas yang digunakan penelitian ini menggunakan analisis *Cronbach Alpha* dengan bantuan *SPSS Version 23.0 for Computer*. Hasil analisis uji reliabilitas ini dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh aitem (Gunawan, 2015). Suatu konstruk atau skala variabel dikatakan reliabel jika memperoleh nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

Taraf kepercayaan suatu skala dapat dilihat dari angka koefisien reliabilitas. Angka koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1,00. Jika koefisien reliabilitasnya mendekati angka 1,00 maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya, sebaliknya jika kisaran koefisien reliabilitasnya mendekati angka 0,00 maka semakin rendah tingkat reliabilitasnya (Azwar, 2012). Tingkat reliabel suatu skala dapat dilihat dari skala *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) terlihat pada nilai alphanya. *Range* tingkat kepercayaan suatu skala diinterpretasikan pada tabel berikut:

**Tabel 5**  
**Tingkat Reliabilitas dengan Model Alpha Cronbach**

<b>Rentang Nilai Alpha Cronbach</b>	<b>Kategori</b>
0,00 – 0,20	Tidak reliabel
0,21 – 0,40	Kurang reliabel
0,41 – 0,60	Cukup reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,81 – 1,00	Sangat reliabel

Sumber: Azwar, 2010

### **E. Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan uji regresi untuk mengetahui pengaruh citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi. Sebelum melakukan uji regresi data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji asumsi berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data hasil penelitian terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis *Kolmogorov-Smirnov Test* pada data residu dengan bantuan *SPSS Version 23.0 For Windows* agar dapat mengetahui distribusi secara teoritis (Gunawan, 2015). Adapun kriteria keputusan uji normalitas adalah jika  $p > 0,05$  maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika  $p < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

#### 2. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen (Gunawan, 2015). Uji linearitas dalam penelitian ini dilakukan uji *Test for Linearity* dengan bantuan *SPSS Version 23.0 for Windows*. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji linearitas adalah jika signifikansi  $p < 0,05$  maka data kedua variabel linear, sebaliknya jika signifikansi  $p > 0,05$  maka data kedua variabel tidak linear.

#### 3. Uji Regresi

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi khususnya mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen dan satu variabel independen, sehingga uji regresi yang digunakan adalah uji regresi linear sederhana. Uji regresi linier sederhana dilakukan dengan bantuan *SPSS Version 23 for windows*. Regresi linear sederhana adalah pengaruh satu variabel dependen dengan satu variabel independen berdasarkan formulasi persamaan matematis yang meramalkan hubungan sebab akibat yang kontinu (Gunawan, 2015).

Hasil output dari analisis regresi linear sederhana akan menjawab hipotesis penelitian. Kriteria pengujian uji hipotesis regresi linear adalah jika  $p < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak berarti adanya pengaruh signifikan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi, sebaliknya jika  $p > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima berarti tidak ada pengaruh signifikan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi (Gunawan, 2015).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Orientasi Kancan Penelitian**

Orientasi kancan penelitian ini adalah tahapan yang perlu dilakukan sebelum dilaksanakan penelitian. Tujuannya adalah agar adanya kesesuaian karakteristik subjek penelitian secara detail dengan kondisi tempat penelitian. Orientasi kancan diperoleh dengan cara observasi dan wawancara yang mengacu pada sampel. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang beralamat di Jl. Muhammadiyah No. 91, Batoh, Lueng Bata, Banda Aceh dimulai pada tanggal 23 Febuari – 1 Maret 2022.

Penelitian dilakukan dengan mendistribusikan skala penelitian kepada sejumlah sampel yaitu 81 mahasiswi Fakultas Ekonomi yang dipilih dengan teknik *accidental sampling*. Pengambilan sampel yang dijumpai secara kebetulan bersedia mengisi kuisiner yang disebarakan melalui *Google Form*, kemudian peneliti menyaring sampel tersebut dengan ketentuan mahasiswi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

#### **B. Persiapan Penelitian**

Sebelum melaksanakan penelitian, peneliti perlu menyiapkan beberapa tahapan guna memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan penelitian agar memudahkan pelaksanaan penelitian, serta mampu menghindari kesalahan yang tidak diinginkan. Pertama, tahap pengurusan surat izin penelitian dari pihak Fakultas Psikologi yang ditujukan kepada Fakultas Ekonomi dalam mengambil

jumlah populasi dan mengambil data dalam uji coba sebagai langkah penyusunan alat ukur. Pengurusan izin penelitian dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan uji coba data dan penelitian. Kedua, tahap penyusunan alat ukur diperlukan untuk analisis aitem skala yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah skala yang valid dan reliabel. Skala terlebih dahulu diuji coba agar memperoleh instrumen yang baik berdasarkan data statistik valid dan reliabel secara teoritis.

### **1. Pengurusan Surat Izin**

Penelitian ini menggunakan sampel mahasiswi yang menempuh pendidikan di fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Penelitian ini terlebih melakukan administrasi berupa perizinan sebelum melaksanakan penelitian. Peneliti mengajukan surat permohonan izin kepada pihak universitas yaitu Fakultas Psikologi pada tanggal 26 Januari 2022. Kemudian pihak universitas yaitu Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh mengeluarkan surat izin penelitian dengan nomor 034/UM.M<sub>6</sub>/F/2022 di tanggal yang sama. Surat tersebut ditujukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh sebagai tempat pengambilan data penelitian. Surat persetujuan izin penelitian dengan nomor 557/UM.M<sub>7</sub>.FE/B/2021 dikeluarkan pada tanggal 18 Maret 2022. Surat perizinan penelitian ini sebagai syarat administrasi yang memberikan keleluasaan bagi peneliti dalam memperoleh data penelitian.

### **2. Penyusunan Alat Ukur**

Alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yaitu skala penelitian yang akan didistribusikan kepada sampel untuk diisi sesuai dengan kondisi dirinya mengenai variabel penelitian yang diteliti. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologis yaitu skala citra tubuh dan perilaku konsumtif. Skala penelitian ini disusun berdasarkan indikator dan diperhitungkan sesuai dengan bobot nilai skala *likert*.

Skala perilaku konsumtif disusun sebanyak 42 aitem pernyataan sesuai dengan indikator yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (1997) yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan. Namun, skala citra tubuh disusun sebanyak 40 aitem pernyataan yang disusun sesuai dengan indikator yang dipaparkan oleh Cash (2012) yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh. Skala penelitian tersebut disusun dengan pernyataan *favorable* dan *unfavorable*.

### **C. Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini dimulai pada tanggal 26 Januari 2022 dimana peneliti menyerahkan surat permohonan izin penelitian kepada pihak Dekan Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Aceh. Setelah memperoleh izin, peneliti mendistribusikan skala uji coba dimulai sejak 26 – 31 Januari 2022 kepada 30 mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang menjadi bagian populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk memperoleh instrumen yang valid dan reliabel. Selanjutnya, peneliti melakukan uji instrumen yaitu uji

reliabilitas *Cronbach's Alpha* untuk melakukan diskiminasi aitem yang tidak valid.

Hasil analisis skala perilaku konsumtif diperoleh 35 aitem yang valid dan reliabel dari 42 aitem, sedangkan pada skala citra tubuh diperoleh 32 aitem yang valid dan reliabel dari 40 aitem yang diuji coba. Selanjutnya, skala penelitian disusun kembali dengan aitem yang valid dan reliabel dan didistribusikan kepada mahasiswi melalui *Google Form* dan penyebaran *link* dilakukan melalui forum *Whatsapp Group* setiap angkatan.

Penelitian ini dimulai pada tanggal 23 Febuari – 1 Maret 2022. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 81 mahasiswi yang dipilih dengan teknik *nonprobability sampling* yaitu *accidental sampling*. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan rumus *Solvin* dengan taraf kesalahan sebanyak 10%. Setelah melakukan pengumpulan data, peneliti melakukan tabulasi data penelitian untuk diuji hipotesis penelitian. Sebelum melakukan analisis regresi perlu dilakukan uji normalitas dan uji linearitas. Uji regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

## **D. Hasil Penelitian**

### **1. Uji Instrumen**

Setelah kedua skala penelitian disusun oleh peneliti berdasarkan indikator yang ditentukan, kemudian dilakukan validasi isi dengan analisis rasional oleh ahli yaitu dosen pembimbing. Aitem skala disusun berdasarkan *blue print* dimana skala terdiri dari aitem *favorable* dan aitem *unfavorable*. Kemudian validasi

melalui beberapa proses revisi pernyataan aitem yang kurang baik. Skala yang sudah tervalidasi isi, selanjutnya skala uji coba didistribusikan kepada 30 mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Tujuan uji coba dilakukan untuk mendeskriminasi aitem-aitem yang tidak valid guna memperoleh alat ukur yang akurat. Skala didistribusikan melalui *google form* dan penyebaran *link* melalui aplikasi *Whatsapp*. Selanjutnya data hasil uji coba ditabulasi terlebih dahulu untuk diuji validitas dan uji reliabilitas melalui analisis *Cronbach's Alpha* agar keseluruhan aitem yang digunakan dalam skala penelitian terbukti sah dan dapat dipercaya, serta dapat digunakan dalam penelitian serupa.

#### a. Hasil Deskriminasi Aitem

Diskriminasi aitem uji coba yang tidak valid dapat dianalisis melalui *Cronbach's Alpha* dalam *SPSS Version 23.0 for Windows*. Adapun keputusan aitem yang dikatakan valid adalah jika memenuhi kriteria *Corrected Item-Total Correlation*  $> 0,30$  (Azwar, 2012). Hasil diskriminasi aitem dari skala uji coba secara keseluruhan pada skala perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Diskriminasi Aitem Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba**

No	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	Pembelian impulsif	1, 7, 20, 27, 30, 34, 38	3, 8, <u>12</u> , 13, 15, 22, <u>32</u>	14
2	Pemborosan	10, 14, 17, 24, 36, 35, 40	4, 5, 16, 21, <u>25</u> , <u>26</u> , <u>29</u>	14
3	Mencari kesenangan	2, 9, 18, <u>28</u> , 37, 41, 42	6, 11, 19, 23, 31, 33, <u>39</u>	14
Total		21	21	42

Ket: Nomor yang dihitamkan dan garis bawah untuk aitem yang tidak valid

Sumber: Pengolahan Data *SPSS Version 23.0 for Windows*, 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat dari 42 aitem pada skala perilaku konsumtif yang diuji coba, setelah diuji validitas terdapat 7 aitem yang

didiskriminasi. Aitem tersebut didiskriminasi akibat nilai *Corrected Item-Total Correlation*  $< 0,30$  yaitu aitem tidak memenuhi kriteria valid. Nomor aitem yang gugur atau didiskriminasi adalah 12, 25, 26, 28, 29, 32, dan 39. Aitem pernyataan yang tidak valid akan dihapus dari skala penelitian. Hasil dari aitem skala perilaku konsumtif yang telah didiskriminasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7**  
**Hasil Analisis Skala Perilaku Konsumtif Setelah Aitem Tidak Valid Dibuang**

No	Indikator	Aitem		Jumlah
		Valid	Gugur	
1	Pembelian impulsif	12	2	14
2	Pemborosan	11	3	14
3	Mencari kesenangan	12	2	14
Total		35	7	42

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Version 23.0, 2022

Data pada tabel di atas menunjukkan jumlah aitem pada skala perilaku konsumtif yang akan digunakan dalam skala penelitian sebanyak 35 butir aitem. Kemudian pada skala citra tubuh juga dilakukan hal yang sama. Hasil uji coba aitem pada skala citra tubuh dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 8**  
**Hasil Diskriminasi Aitem Skala Citra Tubuh Setelah Uji Coba**

No	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	Evaluasi penampilan	1, 11, 21, 31	9, 19, 29, 39	8
2	Orientasi penampilan	5, 15, 25, 35	3, 13, 23, 33	8
3	Kepuasan terhadap bagian tubuh	2, 12, <u>22</u> , 32	8, <u>18</u> , <u>28</u> , 38	8
4	Kecemasan menjadi gemuk	6, 16, <u>26</u> , 36	4, <u>14</u> , 24, 34	8
5	Pengkategorian ukuran tubuh	<u>7</u> , 17, 27, 37	10, 20, <u>30</u> , <u>40</u>	8
Total		20	20	40

Keterangan: Nomor yang dihitamkan dan digaris bawah untuk aitem yang tidak valid dan dibuang  
Sumber: Pengolahan Data SPSS Version 23.0 for Windows, 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat dari 40 aitem pada skala citra tubuh yang diuji coba, setelah diuji validitas terdapat 8 aitem yang didiskriminasi. Aitem tersebut didiskriminasi akibat nilai *Corrected Item-Total Correlation*  $< 0,30$  yaitu aitem tidak memenuhi kriteria valid. Nomor aitem yang gugur atau didiskriminasi adalah 7, 14, 18, 22, 26, 28, 30 dan 40. Aitem pernyataan yang tidak valid akan dihapus dari skala penelitian. Kemudian aitem yang valid sebanyak 32 aitem akan digunakan dalam skala penelitian. Hasil dari aitem skala citra tubuh yang telah didiskriminasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 9**  
**Hasil Analisis Skala Citra Tubuh Setelah Aitem Tidak Valid Dibuang**

No	Indikator	Aitem		Jumlah
		Valid	Gugur	
1	Evaluasi penampilan	8	0	8
2	Orientasi penampilan	8	0	8
3	Kepuasan terhadap bagian tubuh	5	3	8
4	Kecemasan menjadi gemuk	6	2	8
5	Pengkategorian ukuran tubuh	5	3	8
Total		32	8	40

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS Version 23.0*, 2022

#### **b. Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat kepercayaan suatu skala penelitian. Aitem kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai pada subjek yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan analisis *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *SPSS Version 23.0 for Windows*. Kriteria pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Kemudian untuk sejauh mana tingkat kepercayaan suatu skala penelitian dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ), yaitu jika  $\alpha$  mendekati angka 1,00 maka semakin tinggi tingkat

reliabilitasnya, sebaliknya jika nilai  $\alpha$  mendekati angka 0 maka semakin rendah tingkat reliabilitasnya (Azwar, 2010). Adapun hasil dari uji reliabilitas aitem skala penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Aitem
<b>Sebelum aitem tidak valid dibuang</b>		
Perilaku Konsumtif	0,932	42
Citra Tubuh	0,920	40
<b>Setelah aitem tidak valid dibuang</b>		
Perilaku Konsumtif	0,937	35
Citra Tubuh	0,935	32

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Version 23.0, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat kedua skala menunjukkan aitem yang digunakan dalam penelitian setelah dideskriminasi aitem tidak valid adalah reliabel. Skala penelitian ini telah memenuhi kriteria uji reliabilitas dimana nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Hal ini dapat dilihat dari nilai reliabilitas pada skala perilaku konsumtif sebelum aitem tidak valid dibuang diperoleh sebesar 0,932 dari 42 aitem. Kemudian setelah aitem tidak valid dibuang diperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,937 dari 35 aitem yang digunakan untuk skala penelitian. Peningkatan nilai reliabilitas terjadi setelah aitem tidak valid dibuang, maka skala memiliki tingkat reliabel lebih tinggi dibandingkan sebelumnya.

Selanjutnya pada skala citra tubuh juga menunjukkan hal yang sama, di mana terjadi peningkatan nilai reliabilitas setelah aitem tidak valid dibuang. sebelum aitem tidak valid dibuang, pada skala citra tubuh diperoleh tingkat reliabilitas sangat tinggi dimana nilai reliabilitas diperoleh sebesar 0,92 dari 40 aitem yang diuji coba. Kemudian setelah aitem tidak valid dibuang terjadi

peningkatan nilai reliabilitas dari sebelumnya yaitu 0,935 dari 32 aitem. Peningkatan nilai reliabilitas terjadi setelah aitem tidak valid dibuang, maka skala memiliki tingkat reliabel lebih tinggi dibandingkan sebelumnya.

## **2. Deskripsi Data Penelitian**

### **a. Deskripsi Subjek Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang diberikan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Sehubungan dengan tujuan penelitian, maka subjek penelitian yang dilakukan sebagai sumber primer yaitu 81 orang dari 422 mahasiswi angkatan 2015-2021 yang dijadikan responden. Sampel dipilih dengan teknik *accidental sampling* yaitu sampel yang bersedia mengisi skala melalui *Google Form*. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus *Solvin* dengan taraf kesalahan sebesar 10%. Taraf kesalahan ini biasanya digunakan pada penelitian sosial. Subjek dalam penelitian ini dilakukan secara berbeda, dimana uji coba dilakukan pada sampel yang berbeda yaitu selain 81 mahasiswi. Kemudian 30 mahasiswi lainnya dijadikan subjek uji coba dari keseluruhan anggota populasi.

### **b. Deskripsi Data Penelitian**

Deskripsi data secara statistik menunjukkan gambaran mengenai fokus penelitian terhadap penyajian dan klasifikasi data. Klasifikasi yang dimaksud adalah tingkat kategorisasi yaitu adanya penempatan jenjang setiap mahasiswi

secara berjenjang dan kontinu dari variabel yang diukur (Azwar, 2012). Sebelum menentukan jenjang kategori mahasiswi mengenai citra tubuh dan perilaku konsumtif, peneliti terlebih dahulu nilai mean dan standar deviasi. Hasil deskripsi data penelitian secara statistik dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 11**  
**Deskripsi Statistik Data Penelitian**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumtif	81	74	103	87.43	6.350
Citra Tubuh	81	76	104	89.35	5.090
Valid N (listwise)	81				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Version 23.0, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan perilaku konsumtif tertinggi yang dimiliki mahasiswi sebesar 103 dan terendah sebesar 74, sedangkan citra tubuh mahasiswi tertinggi sebesar 104 dan terendah sebesar 76. Namun, rata-rata perilaku konsumtif mahasiswi sebesar 87,43 dengan standar deviasi sebesar 6,35 sedangkan rata-rata citra tubuh mahasiswi sebesar 89,35 dengan standar deviasi diperoleh sebesar 5,09. Kemudian nilai rata-rata tersebut disubstitusikan kedalam rumus kategorisasi yang dipaparkan oleh Azwar (2012) dengan tingkat kategori rendah, sedang dan tinggi untuk setiap variabel. Adapun persamaan untuk menentukan rentang kategorisasi untuk masing-masing variabel penelitian yaitu:

$$\text{Rendah} = X < (\bar{X} - 1.SD)$$

$$\text{Sedang} = (\bar{X} - 1.SD) \leq X < (\bar{X} + 1.SD)$$

$$\text{Tinggi} = (\bar{X} + 1.SD) \leq X$$

Setelah peneliti mensubstitusikan nilai rata-rata dan standar deviasi yang diperoleh dari data penelitian, maka hasil kategorisasi dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 12**  
**Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif dan Citra Tubuh**

Kategorisasi	Variabel	
	Perilaku Konsumtif	Citra Tubuh
Rendah	$X < 81$	$X < 84$
Sedang	$81 \leq X < 94$	$84 \leq X < 94$
Tinggi	$94 \leq X$	$94 \leq X$

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data hasil kategorisasi, maka selanjutnya nilai tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan rentang setiap jenjang kategori. Kategorisasi perilaku konsumtif mahasiswi dengan rentang kategori rendah berkisar di angka 74 – 80, rentang kategori sedang berkisar di antara angka 81 – 93, dan rentang kategori tinggi berkisar di antara angka 94 – 103. Kemudian pada variabel citra tubuh rentang kategori rendah berkisar di antara angka 76 – 83, rentang kategori sedang berkisar di antara angka 84 – 93, dan rentang kategori tinggi berkisar diantara angka 94 – 104.

Kategorisasi setiap variabel penelitian telah diketahui nilai rentangnya, selanjutnya dilakukan analisis frekuensi untuk memperoleh persentase mahasiswi yang memiliki kategori perilaku konsumtif dan citra tubuh rendah, sedang, atau tinggi. Analisis frekuensi dilakukan dengan bantuan *SPSS Version 23.0 for Windows*. Hasil analisis kategorisasi perilaku konsumtif dan citra tubuh yang dimiliki mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh akan diinterpretasikan pada tabel berikut:

**Tabel 13**  
**Persentase Kategorisasi Perilaku Konsumtif dan Citra Tubuh Mahasiswi**

Variabel	Rentang Frekuensi Persentase Data Penelitian			Total
	Rendah (74 - 80)	Sedang (81 - 93)	Tinggi (94 - 103)	
Perilaku Konsumtif	20	47	14	81

	(24,7%)	(58%)	(17,3%)	
Citra Tubuh	Rendah (76 - 83)	Sedang (84 - 93)	Tinggi (94 - 104)	81
	8 (9,9%)	60 (74,1%)	13 (16%)	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Version 23.0, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan dari 81 mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Aceh mayoritas mahasiswi menunjukkan perilaku konsumtif berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 47 orang atau 58%, kemudia pada kategori tinggi sebanyak 14 orang atau 17,3%, sedangkan sisanya mahasiswi yang memiliki perilaku konsumtif dalam kategori rendah sebanyak 20 orang atau 24,7%. Kemudian citra tubuh yang dialami mahasiswi juga menunjukkan hal yang sama dimana mayoritas karyawan juga berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 60 orang atau 74,1% dan disusun dengan kategori tinggi sebanyak 13 orang atau 16%, sedangkan sisanya berada pada kategori rendah sebanyak 8 orang atau 9,9%. Data tersebut menunjukkan mahasiswi memiliki perilaku konsumtif untuk mengatasi citra tubuh yang dialaminya pada kategori sedang dan tinggi. Jadi dapat dilihat semakin tinggi citra tubuh yang dimiliki mahasiswi, maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

### 3. Uji Asumsi

Uji hipotesis yang sesuai dengan tujuan penelitian ini adalah uji regresi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang diberikan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas

Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh perlu dianalisis hipotesis dengan uji regresi linear sederhana. Model regresi ini perlu dilakukan karena hanya terdapat satu variabel indenpenden sebagai prediktor terhadap variabel dependen. Sebelum melakukan uji regresi ini perlu dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linearitas sebagai syarat uji parametris. Adapun uji asumsi yang dilakukan dalam penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji data hasil penelitian terdistribusi normal atau tidak. Data harus terdistribusi normal agar memenuhi syarat dari uji regresi. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis *Kolmogorov-Smirnov Test* pada data residu dengan bantuan *SPSS Version 23.0 For Windows* sebagai uji normalitas secara teoritis (Gunawan, 2015). Kriteria pengambilan keputusan uji normalitas adalah jika  $p > 0,05$  maka data total atau residual terdistribusi normal, sebaliknya jika  $p < 0,05$  maka data total atau residual tidak terdistribusi normal. Adapun hasil analisis *Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Normalitas**

Linearitas	<i>Kolmogrov-Smirnov Test</i>	Sig. (p)	Hasil	Kesimpulan
Perilaku Konsumtif	0,054	0,200	$P > 0,05$	Normal
Citra Tubuh	0,078	0,200	$p > 0,05$	

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS Version 23.0*, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil uji normalitas pada data total skala perilaku konsumtif diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov Test* sebesar 0,054 dengan nilai signifikansi  $p > 0,05$  yaitu 0,200 sehingga dapat dilihat data total skala ini terdistribusi normal. Kemudian untuk skala citra tubuh juga menunjukkan

hal yang sama, di mana data total skala ini diperoleh nilai *Kolmogorov- Smirnov Test* sebesar 0,078 dengan nilai signifikansi  $p > 0,05$  yaitu 0,200 sehingga data total terdistribusi normal. Kedua skala penelitian ini menunjukkan data total terdistribusi normal dan telah memenuhi syarat dari uji regresi, maka data residu tidak perlu diuji normalitas.

### b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel citra tubuh dengan variabel perilaku konsumtif. Uji linearitas yang digunakan adalah analisis *test for linearity* dengan bantuan *SPSS Version 23.0 for Windows*. Pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah jika signifikansi  $p < 0,05$  maka data kedua variabel memiliki hubungan linear, sebaliknya jika signifikansi  $p > 0,05$  maka data kedua variabel tidak linear. Hasil uji *test for linearity* dari uji linear dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 15**  
**Hasil Uji Linearitas**

<b>Linearitas</b>	<b>F</b>	<b>P</b>	<b>Hasil</b>	<b>Kesimpulan</b>
Komitmen Organisasi*OCB	2,114	0,000	$p < 0,05$	Linear

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS Version 23.0, 2022*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi  $p < 0,05$  yaitu 0,00 < 0,05 sehingga kedua variabel menunjukkan hubungan linear. Setelah analisis linearitas terbukti variabel citra tubuh memiliki hubungan linear terhadap variabel perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan data penelitian ini memenuhi syarat uji asumsi, sehingga dapat melakukan analisis regresi.

### c. Uji Hipotesis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang diberikan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Uji hipotesis yang sesuai dengan tujuan penelitian adalah uji regresi. Model regresi yang digunakan adalah regresi linear sederhana, di mana penelitian ini hanya terdapat satu variabel dependen dan satu variabel independen. Uji hipotesis dilakukan melalui analisis regresi dengan bantuan *SPSS Version 23.0 for Windows*.

Kriteria pengambilan keputusan pada hipotesis penelitian dengan model regresi adalah jika  $p < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sebaliknya jika  $p > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil dari analisis regresi data penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 16**  
**Hasil Analisis Regresi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.569 <sup>a</sup>	.323	.315	5.257	.323	37.726	1	79	.000

a. Predictors: (Constant), Citra Tubuh

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS Version 23.0*, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi  $p < 0,05$  yaitu 0,00 < 0,05 sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya adanya pengaruh signifikan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Citra tubuh berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di mana data penelitian menunjukkan nilai regresi sebesar 0,323. Jadi, sumbangan yang diberikan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 32,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Kemudian untuk melihat arah pengaruh yang diberikan variabel citra tubuh

terhadap variabel perilaku konsumtif pada mahasiswi dapat dilihat melalui korelasi keduanya yang akan diinterpretasikan pada tabel berikut:

**Tabel 17**  
**Correlations**

		Perilaku Konsumtif	Citra Tubuh
Pearson Correlation	Perilaku Konsumtif	1.000	.569
	Citra Tubuh	.569	1.000
Sig. (1-tailed)	Perilaku Konsumtif	.	.000
	Citra Tubuh	.000	.
N	Perilaku Konsumtif	81	81
	Citra Tubuh	81	81

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS Version 23.0*, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai *Pearson Correlation* kedua variabel sebesar 0,569 di mana hasil ini memiliki arah positif. Arah positif yang dimaksud adalah ketika mahasiswi memiliki citra tubuh yang tinggi, maka adanya peningkatan terhadap perilaku konsumtif yang ditunjukkan mahasiswi secara signifikan.

### **E. Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka hasil hipotesis menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Signifikansi ini dapat dilihat dari nilai  $p$  sebesar 0,000 sehingga nilai  $p < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Citra tubuh cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi di mana nilai regresi diperoleh sebesar 0,569. Sumbangan yang diberikan variabel citra tubuh terhadap perilaku

konsumtif sebesar 32,3% yang diperoleh dari nilai *R-Square* sebesar 0,323 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel tersebut diantaranya peran budaya, referensi produk, keluarga, gaya hidup, kepribadian, motivasi, persepsi, kontrol diri, harga diri dan sebagainya.

Mahasiswi menjadi target pemasaran yang tepat karena mengonsumsi produk tinggi. Mahasiswi berusia dalam rentang 18 – 24 tahun memiliki karakteristik mudah tertarik dengan mode, terbujuk dengan iklan, tidak memikirkan beban keuangan, tidak realistis dan impulsif (Monks, Knoers, & Hadinoto, 2014). Jika mahasiswi mengagumkan sosok ideal dengan citra kecantikan dari fisik, dirinya akan mengonsumsi produk yang akan mendukung penampilannya sesuai dengan sosok yang diidamkannya. Taraf kecantikan bagi remaja umumnya yaitu bentuk tubuh yang tinggi, langsing, berkulit putih dan cerah, wajah mulus tanpa jerawat layaknya idola yang dikagumi (Rizkiyah, Nurliana, & Julina, 2019).

Taraf ideal dari idola yang dikaguminya memberikan dampak baginya untuk melakukan evaluasi mengenai penampilannya. Evaluasi dilakukan pada bentuk dan ukuran tubuhnya, mempersepsikan kondisi fisiknya sesuai dengan standar yang dipersepsikannya, kemudian berpikir untuk memperbaikinya agar mendapatkan penilaian positif mengenai penampilannya. Perilaku ini menggambarkan dirinya memikirkan citra tubuh yang dimilikinya, kemudian berusaha memperbaikinya dengan mengonsumsi berbagai produk kecantikan, aksesories atau *fashion* yang tepat untuk dipakainya dalam mengatasi masalah tubuhnya. Mayoritas dari mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas

Muhammadiyah Aceh banyak mengonsumsi produk *make up* dan *skincare* yaitu produk kecantikan untuk menutupi penampilannya dengan kondisi tubuh yang dimilikinya.

Standar yang ditetapkan mahasiswi adalah bentuk tubuh dan warna kulit yang proposional adalah tubuh langsing dan kulit putih cerah. Standar inilah yang mampu meningkatkan kepercayaan dirinya di depan umum. Mahasiswi menganggap perawatan dengan *skincare* dan menggunakan *make up* adalah kegiatan yang penting, di mana dirinya tidak merasa hal itu dapat membuang waktu dan uang sakunya. Usaha yang dilakukannya untuk menjaga tubuh idealnya dengan menjaga ukuran badan yang ideal dengan tinggi badan yang dimilikinya adalah dengan melakukan program diet dan menjaga pola makan, serta olahraga rutin. *Make up* dan *skincare* menjadi suatu kebutuhan pokok baginya selain *fashion* atau aksesoris. Semua produk yang dibutuhkannya adalah untuk menunjang penampilannya yang dinilai olehnya kurang puas dan menyebabkan pemborosan atau perilaku konsumtif.

Perilaku mahasiswi dalam mengonsumsi produk secara berlebihan dan tidak rasional, sehingga tidak adanya skala prioritas atau rencana dalam membatasi kelayakan produk yang dikonsumsi dengan kebutuhannya menunjukkan perilaku konsumtif. Salah satu indikator perilaku konsumtif menunjukkan individu yang berperilaku konsumtif cenderung mencari kesenangan demi kenyamanan fisik (Lina & Rosyid, 1997). Mahasiswi akan mengonsumsi produk untuk memperoleh pujian dari orang lain, ingin terlihat *trendy*, sikap ini menunjukkan dirinya ingin dievaluasi positif di mata orang lain. Mahasiswi cenderung

mengonsumsi produk yang *trend* dengan standar tinggi dalam menjaga penampilan dan gengsinya.

Sejauh ini citra tubuh yang dilakukan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh mayoritas mahasiswi menunjukkan perilaku konsumtif berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 47 orang atau 58% dan kategori tinggi sebanyak 14 orang atau 17,3%. Kemudian untuk citra tubuh yang ditunjukkannya mayoritas berada pada kategori sedang sebanyak 60 orang atau 74,1% dan disusul dengan kategori tinggi sebanyak 13 orang atau 16%. Persentase ini jelas menunjukkan mahasiswi memiliki perilaku konsumtif untuk mengatasi citra tubuh yang dialaminya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Yolanda (2016) atau Rizky dan Risana (2016) dimana terdapat hubungan yang positif antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi, yaitu semakin tinggi citra tubuh yang dilakukannya, maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dialaminya.

Mahasiswi tidak segan-segan mengonsumsi produk yang bukan merupakan kebutuhan primernya, dirinya cenderung mengikuti perkembangan *trend* mode dan gaya hidup dengan kontrol diri yang rendah. Usia remaja membuat dirinya tidak mampu berpikir realistis untuk membedakan mana yang sepatutnya kebutuhan primer dan kebutuhan tersier. *Fashion, make up* atau aksesoris baginya merupakan sebuah kebutuhan primer.

Perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi diantaranya yaitu rela menggunakan uang tabungan atau tunjangan dari orang tua dan beasiswa yang seharusnya untuk kebutuhannya untuk membeli produk yang mampu

menunjang penampilannya. Selain itu, mahasiswi cenderung mengincar produk yang sedang diskon dan secara spontan membelinya. Kemudian faktor yang memicu mahasiswi mengonsumsi produk tersebut dipengaruhi oleh kelompok referensi seperti saran dari teman sebayanya dan meniru idolanya. Mahasiswi juga menggunakan produk yang berbeda dengan fungsi yang sama dengan alasan mengikuti *trend* dan tidak mengonsumsi produk tersebut dalam jangka waktu yang panjang. Devi (2017) menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *body image* atau citra tubuh individu terhadap perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi penilaian mahasiswa mengenai citra tubuhnya, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif dalam dirinya.

Setelah sebagian besar mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh melakukan citra tubuh dan perilaku konsumtif yang tinggi. Namun ada sebagian mahasiswi yang melakukan perilaku konsumtif dengan kategori rendah sebanyak 20 orang atau 24,7% karena citra tubuh yang dimilikinya dalam kategori yaitu sebanyak 8 orang atau 9,9%. Mahasiswi tersebut tidak khawatir dengan kondisi fisik yang dimilikinya, dirinya percaya diri dengan penampilannya tanpa membandingkan kondisi fisiknya atau terganggu dengan persepsi orang lain.

Mahasiswi dalam kategori rendah menganggap standar kecantikan orang berbeda-beda tidak semuanya harus putih, kurus, tinggi, kulit cerah bercahaya baru terlihat sempurna itu semua tergantung pada diri masing-masing. Yolanda (2016) menyebutkan semakin rendah citra tubuh maka semakin rendah pula perilaku konsumtif produk bermerek mahasiswi. Mahasiswi ini tidak

membutuhkan produk import, namun menganggap produk lokal lebih tepat dalam menunjang penampilannya, bahkan produk tersebut tidak harus bermerek atau mahal namun melihatnya dari segi fungsinya yang sesuai dengan kebutuhannya.

Penelitian ini menunjukkan kondisi psikologis mahasiswi yang masih kurang percaya diri dengan kondisi fisiknya, sehingga melakukan perilaku konsumtif yang tidak memiliki nilai positif dalam hidupnya. Mahasiswi perlu meningkatkan *self efficacy* dan kontrol diri yang tepat untuk menyesuaikan produk yang harus dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan yang seharusnya yaitu biaya hidup dan pendidikannya. Pihak Fakultas perlu melakukan pembinaan psikologis bagi mahasiswi agar lebih produktif bukan hanya konsumtif yang berlebihan.

Secara umum, penelitian ini masih memiliki kelemahan, di mana peneliti tidak melakukan pendekatan langsung dengan subjek penelitian. Peneliti tidak meninjau secara keseluruhan citra tubuh dan perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi. Penelitian ini hanya menggunakan skala sebagai instrumen penelitian, sehingga mengambil keputusan hipotesis penelitian berdasarkan angka atau disajikan secara kuantitatif.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat dilihat adanya pengaruh signifikan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Citra tubuh memberikan cukup pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Jadi, semakin tinggi citra tubuh yang ditunjukkan mahasiswi, maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dialami

mahasiswi. Sebaliknya, semakin rendah citra tubuh yang ditunjukkan mahasiswi, maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dialami mahasiswi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, di mana nilai  $p < 0,05$ . Komitmen organisasi cukup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswi dengan nilai regresi sebesar 0,323. Sumbangan yang diberikan variabel citra tubuh terhadap perilaku konsumtif sebesar 32,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dilakukan terdapat beberapa saran yang bisa dijadikan masukan, yaitu:

1. Bagi mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh  
Mahasiswi diharapkan dapat meningkatkan rasa percaya diri dengan citra tubuh positif yang dapat mengurangi perilaku konsumtif dan lebih memanfaatkan uang sakunya untuk hal yang bermanfaat sesuai kebutuhannya dalam menempuh pendidikan bukan keinginannya untuk mengikuti *trend*.
2. Bagi Peneliti selanjutnya  
Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji masalah penelitian ini dengan metode kualitatif untuk melihat gambaran perilaku konsumtif dan citra tubuh pada mahasiswi lebih mendalam, baik dari segi faktor

penyebabnya dan dampak yang dirasakan dari variabel psikologis tersebut. Selanjutnya peneliti diharapkan dapat meninjau pengaruh perilaku konsumtif selain akibat dari variabel citra tubuh, melainkan peneliti dapat meninjau lebih jauh faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif seperti kontrol diri, harga diri, referensi produk, budaya, gaya hidup, kepribadian, motivasi, persepsi dan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arthur, S. R. & Emily, S. R. 2010. *Kamus psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Assaad, A. S. (2016). Perilaku konsumtif ibu rumah tangga (perspektif syari'at Islam). *Al Amwal*, 1(1), 16-24.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, S. (2010). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cash., T. F., & Pruzinsky. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and Clinical Practice*. New York: Guilford Press
- \_\_\_\_\_, & Smolak, L. (2011). *A handbook of science, practice, and prevention*. New York: The Guilford.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Encyclopedia of body image and human appearance*. Virginia: Academic press
- Davison, T. E., & McCabe, M. P. (2006). Adolescent body image and psychosocial functioning. *The Journal of Social Psychology*, 146(1), 15–30. <https://doi.org/10.3200/SOCP.146.1.15-30>
- Devi, R. A. (2017). Pengaruh body image terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 6(11), 1-10. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/22961>.
- Farida Ayu Vebriana. (2012). Hubungan penerimaan body image dengan kepercayaan diri pada siswa kelas X dan XI SMK Negeri 4 Yogyakarta. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Yogyakarta: FIP UNY.
- Fitria, A., Sukma, D., & Daharnis (2013). Persepsi siswa tentang perilaku seksual remaja dan implikasi terhadap pelayanan bimbingan dan konseling. *Jurnal Ilmiah Konseling*, 2(1). 202-207. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/konselor>.
- Fromm, E. (2015). *Konsep manusia menurut Karl Marx*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Gattario, K. H. (2013). Body image in adolescence: Through the lenses of culture, gender, and positive psychology. *Disertasi* (tidak diterbitkan). Swedia: Universitas Gontenborg.
- Gunarsa, S. D., & Gunarsa, Y. S. D. (2001). *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Gunawan, M. A. (2015). *Statistik penelitian bidang pendidikan, psikologi dan social*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis tugas perkembangan mahasiswa fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2(1), 73-114.
- Keery, H., Berg, P.V., & Thompson, J. K. (2004). An evaluation of the tripartite influence model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls. *Body Image*, 1(3), 237-251. doi:10.1016/j.bodyim.2004.03.001
- Kim, H., & Damhorst, M. L. (2010). The relationship of body-related self-discrepancy to body dissatisfaction, apparel involvement, concerns with fit and size of garments, and purchase intentions in online apparel shopping. *Clothing and Textiles Research Journal*, 28(4), 239-254. <https://doi.org/10.1177/0887302X10379266>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen pemasaran..* Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107-118. DOI: <http://dx.doi.org/10.31851/jmwe.v13i4.2709>
- Lestarina, dkk. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1-6. <http://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putri. *Psikologika*, 4(2), 5-13. DOI: <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Meliana, A. (2006). *Menjelajah tubuh: perempuan dan mitos kecantikan*. Yogyakarta: LKiS.
- Monks, F., Knoers, A., & Hadinoto, S. (2014). *Psikologi perkembangan: Pengantar dan berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ningsih, A. S., & Bawono, Y. (2016). Hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri. *Jurnal Mediapsi*, 2(1), 45-50.

- Putra, A.H., Said, S.& Hasan, S. (2017). Pengaruh Karakteristik toko dan produk bagi konsumen di Indonesia terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(2), 8-19. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i2.1640>
- Ratna, I., & Nasrah, H. (2015). Pengaruh tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif wanita karir di lingkungan pemerintah provinsi Riau. *Jurnal Marwah*, 14(2), 199-224.
- Rizkiyah, I., Nurliana, C. A., & Julina. (2016). Strategi coping perempuan terhadap standarisasi cantik di masyarakat. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*, 18(2), 133-152. DOI : 10.24014/Marwah.v18i2.7371
- Rizky, R., & Risna, R. (2016). Hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kota Banda Aceh. *Jurnal Psikogenesis*, 4(2), 182-191. DOI: <https://doi.org/10.24854/jps.v4i2.349>
- Rombe, S. (2013). Hubungan body image dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Psikoborneo*, 1(4), 228-236. DOI: <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i4.3520>
- Sentana, A. C. S. (2019). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap body image satisfaction dan dampaknya terhadap niat beli produk fashion pada perempuan milenial, *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(1), 1-12. <https://ojs.pnb.ac.id/index.php/GBK/article/download/1225/1002>
- Siswoyo, D. (2007). *Ilmu pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press
- Sumartono, S. (2012). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta
- Tambunan, T. (2013). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Thompson, J.K. 2000. *Body image, eating disorder, and obesity an integrative guide for asesment and treatment*. Washington: American Psychological Association.
- Windayanti, N. L. A. P., & Supriyadi. (2019). Hubungan antara citra tubuh dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Udayana. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(1), 96-108. <https://jurnal.harianregional.com/index.php/psikologi/article/view/48664>
- Yolanda, R. S. (2017). Hubungan antara body image dan perilaku konsumtif produk bermerek pada remaja putri. *Jurnal Psikologi*, 9(1), 50-57. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/psiko/article/view/1543/1302>
- Yusuf, S. (2012). *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

## Lampiran 1

SKALA *TRY OUT* PERILAKU KONSUMTIF

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya menggunakan uang tabungan untuk membeli produk yang mendukung penampilan saya				
2	Saya tidak senang jika belum membeli produk <i>fashion</i> atau <i>make up</i> yang saya inginkan.				
3	Walaupun banyak produk <i>fashion</i> terbaru, tidak membuat saya harus segera memilikinya				
4	Saya tidak membeli produk berdasarkan mereknya, tetapi saya fokus dengan nilai gunanya.				
5	Saya tidak membeli produk karena ada <i>event diskon</i> , tetapi saya membelinya karena kebutuhan.				
6	Saya tidak keberatan menggunakan produk lama, walaupun sekarang ada produk kesukaan saya yang baru keluar.				
7	Saya harus membeli produk baru yang lagi <i>trend</i> walaupun harus meminjam uang sama teman.				
8	Saya hanya membeli produk yang sudah tercatat dalam daftar belanja.				
9	Saya senang membeli produk yang diiklankan idola saya				
10	Saya suka membeli produk bermerek dan <i>limited edition</i>				
11	Saya tidak terlalu memperhatikan kriteria produk kesukaan saya, tapi saya belanja produk apapun sesuai dengan kebutuhan.				
12	Saya selalu menyeleksi produk yang saya beli agar dapat digunakan dalam waktu yang lama.				
13	Saya membutuhkan perencanaan sebelum membeli produk baru.				
14	Saya senang memantau produk diskon melalui aplikasi belanja online, jika saya suka saya langsung membelinya.				
15	Saya tidak membeli barang secara spontan melainkan adanya pertimbangan dari segi kualitas dan manfaat atas kebutuhan saya.				
16	Saya tidak membeli produk bermerek untuk simbol status sosial.				
17	Saya senang membeli produk terbaru untuk menambah koleksi pribadi				
18	Saya bangga jika memiliki produk yang lagi <i>trending</i> .				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
19	Saya tidak ketinggalan jaman walaupun tidak memiliki produk yang lagi <i>trendy</i> .				
20	Saya langsung membeli produk dengan kemasan yang unik dan lucu.				
21	Saya tidak membeli produk baru, jika produk lama masih bisa digunakan.				
22	Jika terdapat produk yang menarik perhatian saya, saya lebih mengutamakan kebutuhan wajib terlebih dahulu.				
23	Saya tidak membeli produk karena kemasan menarik, tetapi manfaat isinya untuk kebutuhan saya.				
24	Saya senang mencoba berbagai produk dengan merek berbeda namun memiliki fungsi yang sama				
25	Saya tidak membeli banyak produk yang sama manfaatnya terhadap kebutuhan saya.				
26	Saya tidak akan membeli produk kesukaan saya jika harganya mahal.				
27	Saat ada <i>event discon</i> saya membeli produk lebih banyak dari biasanya meskipun tidak membutuhkannya.				
28	Walaupun tidak ada diskon, saya tetap akan membeli produk yang saya suka, meskipun dengan harga yang mahal.				
29	Bagi saya produk-produk bermerek tidaklah perlu, yang penting manfaatnya.				
30	Saya memiliki banyak produk make up yang tidak pernah saya gunakan sebelumnya				
31	Saya tidak memaksa diri untuk membeli produk yang saya sukai				
32	Saya benar-benar mempertimbangkan keawetan dari produk yang akan saya beli				
33	Saya tidak perlu eksis dengan mengikuti gaya berpakaian teman saya.				
34	Saya sering belanja produk <i>make up</i> dan <i>fashion</i> karena keinginan sesaat.				
35	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya lebih keren, gaul dan <i>trendy</i> .				
36	Memiliki produk <i>fashion</i> dan <i>make up branded</i> membuat saya lebih percaya diri dan puas.				
37	Saya menghilangkan stres saya dengan belanja produk kesukaan saya.				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
38	Saya langsung membeli produk make up bermerek walaupun harganya mahal				
39	Saya tidak membeli produk untuk dikoleksi.				
40	Saya membeli produk bermerk yang harganya mahal untuk sekedar gengsi supaya tidak dibilang ketinggalan jaman.				
41	Membeli dan memiliki produk import dan bermerk mencerminkan stastus sosial saya.				
42	Bagi saya produk import, mahal dan bermerek memiliki jaminan kualitas dan kepuasan bagi pemiliknya.				

## Lampiran 2

TABULASI DATA *TRY OUT* PERILAKU KONSUMTIF

Sampel	Skala Aitem Perilaku Konsumtif (Y)																																												
	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	0 7	0 8	0 9	1 0	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0	2 1	2 2	2 3	2 4	2 5	2 6	2 7	2 8	2 9	3 0	3 1	3 2	3 3	3 4	3 5	3 6	3 7	3 8	3 9	4 0	4 1	4 2			
R01	3	4	2	4	2	4	2	2	4	4	4	2	1	4	1	2	4	4	1	4	2	1	2	4	2	1	4	2	1	4	2	1	4	2	1	2	4	4	3	4	2	2	2	2	4
R02	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	
R03	3	2	1	2	2	2	1	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	3	
R04	4	4	2	4	2	4	2	4	4	2	4	1	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4	2	3	2	4	2	3	2	2	2	4	3	1	4	2	1	1	3	4			
R05	2	2	1	2	1	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	3	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	1	1	2				
R06	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2	4	3	3	4	4	2	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	4				
R07	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	4	4	2	4	2	2	1	1	2	4	2	3	4	3	2	4	1	4	4	3	4	3	3	3	3	3			
R08	3	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	2	2		
R09	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	2	4	2	2	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	4	2	4	4	2	2	4	2	4	2	3	3	2	2	2	2	4		
R10	4	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4		
R11	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3		
R12	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2		
R13	4	4	2	3	2	3	2	2	4	3	4	1	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	2	1	2	4		
R14	4	4	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3			
R15	3	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3		
R16	3	3	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	4	3	1	2	2	1	1	1	1	2	2	3	3	1	1	2	3		
R17	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2		
R18	2	4	2	4	4	4	2	2	2	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	1	3	3		
R19	4	4	2	2	2	2	2	4	4	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	2	2		
R20	4	3	2	3	3	1	3	4	4	2	2	1	3	4	2	2	2	2	3	4	2	2	2	4	4	1	2	2	2	2	3	2	2	3	4	2	4	3	2	2	3	2	2		
R21	4	4	2	2	2	1	4	2	4	4	2	1	2	4	2	2	4	4	2	2	4	2	2	4	4	3	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	
R22	3	3	2	2	1	1	1	1	2	4	2	1	2	3	1	2	3	3	1	3	1	1	1	3	1	2	4	3	1	2	2	1	1	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4		
R23	2	4	1	2	1	2	1	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	3	2	1	2	4	2	1	2	2	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3		
R24	4	4	2	2	2	1	4	2	4	4	2	1	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2	3	4			
R25	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4		
R26	3	3	2	4	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	4	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	
R27	4	4	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	2	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	
R28	4	3	2	2	3	2	2	4	4	2	3	1	3	4	2	3	4	2	3	4	3	3	3	4	2	3	2	4	2	2	3	2	2	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4		
R29	4	4	2	2	2	2	4	2	4	4	2	2	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4	2	3	2	4	2	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	2	2	2	4		
R30	4	4	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4			

## Lampiran 3

**RELIABILITAS SKALA PERILAKU KONSUMTIF****A. Analisis Reliabilitas Skala *Try Out* Perilaku Konsumtif****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	42

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	101.93	320.547	.519	.930
Y02	101.97	317.964	.550	.930
Y03	103.43	318.530	.752	.929
Y04	102.93	317.720	.471	.930
Y05	103.13	320.051	.422	.931
Y06	103.23	320.047	.351	.932
Y07	103.20	308.097	.666	.928
Y08	102.80	315.338	.499	.930
Y09	102.43	307.909	.658	.928
Y10	102.70	319.666	.360	.932
Y11	102.90	315.817	.507	.930
Y12	103.67	325.816	.281	.932
Y13	103.27	325.375	.336	.931
Y14	101.87	318.878	.542	.930
Y15	103.27	317.444	.553	.930
Y16	103.30	319.459	.528	.930
Y17	102.47	310.051	.611	.929
Y18	102.40	313.766	.564	.930
Y19	103.37	322.447	.443	.931
Y20	102.33	311.609	.604	.929
Y21	103.17	315.937	.603	.929
Y22	103.33	317.195	.597	.929
Y23	103.30	316.217	.658	.929
Y24	102.20	312.372	.545	.930
Y25	103.10	329.610	.119	.933
Y26	103.03	326.516	.223	.932
Y27	102.60	318.041	.416	.931
Y28	102.43	325.013	.257	.932
Y29	103.13	324.878	.260	.932
Y30	102.63	312.516	.597	.929
Y31	103.30	322.562	.534	.930
Y32	103.20	328.097	.186	.933
Y33	103.30	319.459	.570	.930
Y34	102.57	312.116	.597	.929
Y35	102.27	314.754	.558	.930
Y36	102.70	322.838	.368	.931

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y37	102.10	317.748	.519	.930
Y38	102.67	314.782	.547	.930
Y39	103.07	324.202	.275	.932
Y40	103.20	321.890	.373	.931
Y41	102.67	314.092	.626	.929
Y42	102.10	314.369	.639	.929

### B. Analisis Reliabilitas Sesudah Aitem Tidak Valid Dihapus

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	35

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	86.23	273.013	.561	.935
Y02	86.27	270.409	.595	.935
Y03	87.73	272.754	.714	.934
Y04	87.23	271.633	.459	.936
Y05	87.43	274.047	.399	.936
Y06	87.53	273.844	.338	.937
Y07	87.50	262.741	.656	.934
Y08	87.10	268.990	.502	.936
Y09	86.73	261.030	.694	.933
Y10	87.00	272.621	.374	.937
Y11	87.20	269.752	.499	.936
Y13	87.57	278.737	.319	.937
Y14	86.17	271.316	.587	.935
Y15	87.57	272.461	.497	.936
Y16	87.60	272.524	.545	.935
Y17	86.77	263.633	.628	.934
Y18	86.70	267.528	.568	.935
Y19	87.67	276.644	.399	.936
Y20	86.63	264.723	.634	.934
Y21	87.47	270.257	.580	.935
Y22	87.63	271.551	.566	.935
Y23	87.60	270.524	.632	.935
Y24	86.50	265.845	.560	.935
Y27	86.90	270.024	.465	.936
Y30	86.93	266.202	.607	.934
Y31	87.60	276.041	.520	.936

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y33	87.60	273.214	.557	.935
Y34	86.87	266.120	.596	.935
Y35	86.57	267.702	.587	.935
Y36	87.00	276.483	.350	.937
Y37	86.40	270.731	.542	.935
Y38	86.97	268.447	.551	.935
Y40	87.50	275.362	.365	.937
Y41	86.97	267.826	.631	.934
Y42	86.40	267.766	.655	.934

## Lampiran 4

**SKALA TRY OUT CITRA TUBUH**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya memiliki standar kecantikan untuk diri sendiri.				
2	Saya percaya diri dengan kulit putih dan cerah				
3	Saya tidak ingin mengubah penampilan saya yang sekarang, itu hanya buang-buang uang dan waktu.				
4	Saya tidak takut berat badan saya bertambah, jadi saya bisa makan apapun yang saya inginkan.				
5	Saya menggunakan produk yang diiklankan idola saya agar memiliki penampilan yang sama.				
6	Saya sering memeriksa tampilan wajah saya di cermin setiap ada kesempatan.				
7	Menurut saya ukuran dan berat badan saya sudah termasuk ideal.				
8	Saya iri dengan bentuk tubuh teman saya yang langsing				
9	Saya sering membandingkan kondisi tubuh saya dengan orang lain.				
10	Saya tidak percaya diri dengan tubuh kurus atau gemuk				
11	Saya puas saat orang lain melihat saya cantik saat menggunakan <i>make up</i> .				
12	Saya percaya diri untuk tampil di depan publik dengan bentuk tubuh saya sekarang.				
13	Saya tidak perlu menggunakan aksesoris di tubuh saya untuk terlihat menarik.				
14	Saya tidak takut dengan badan gemuk, karena gemuk tidak membuat saya jelek.				
15	Saya nyaman menggunakan pakaian yang corak dan warna yang serasi agar terlihat menarik.				
16	Saya mengkonsumsi produk kecantikan untuk memiliki tubuh langsing.				
17	Tinggi badan saya belum ideal dengan berat badan.				
18	Saya tidak percaya diri dengan kulit gelap				
19	Saya tidak peduli dengan penampilan saya di depan umum.				
20	Bentuk tubuh dan wajah saya tidak proporsional.				
21	Saya puas dengan penampilan saya dengan kulit putih dan cerah, saya menjaganya dengan menggunakan produk skincare				
22	Bagian tubuh saya sekarang tidak perlu diperbaiki atau ditutupi dengan produk bermerek.				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
23	Saya jarang menggunakan make up atau skincare ketika keluar rumah.				
24	Saya tidak masalah dengan tubuh gemuk, yang penting sehat.				
25	Setiap hari saya menggunakan bedak dan <i>lipstick</i> agar saya terlihat lebih cerah.				
26	Saya melakukan diet ketat untuk menjaga bobot tubuh ideal				
27	Saya mengikuti program diet dan rutin olah raga untuk menjaga tubuh yang ideal				
28	Saya tidak puas dengan kondisi tubuh saya yang tidak ideal, jadi saya menggunakan produk yang diiklankan idola saya agar memiliki penampilan yang sama.				
29	Penampilan saya tidak menarik, jadi saya mengubahnya sesuai saran teman saya.				
30	Saya tidak nyaman dengan tinggi badan dan berat badan saya saat ini.				
31	Saya tetap percaya diri dengan penampilan saya, walaupun orang lain menganggap saya udik.				
32	Wajah saya kusam jadi saya butuh skincare dan make up untuk menutupinya.				
33	Saya tidak membutuhkan pakaian bermerk dan aksesoris untuk menunjang penampilan saya				
34	Saya tidak terpikir untuk diet dalam menjaga bentuk tubuh.				
35	Saya melakukan perawatan wajah agar dapat lebih putih dan cerah				
36	Saya menghindari makanan yang berminyak dan berlemak.				
37	Saya tetap percaya diri dengan tubuh kurus atau gemuk.				
38	Agar terlihat langsing, saya sering menggunakan pakaian berwarna gelap.				
39	Penampilan saya tidak menarik dibandingkan teman-teman yang lain.				
40	Saya tidak membutuhkan produk peninggi badan.				

## Lampiran 5

TABULASI DATA *TRY OUT* SKALA CITRA TUBUH

Sampel	Skala Aitem Citra Tubuh (X)																																								
	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	0 7	0 8	0 9	1 0	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0	2 1	2 2	2 3	2 4	2 5	2 6	2 7	2 8	2 9	3 0	3 1	3 2	3 3	3 4	3 5	3 6	3 7	3 8	3 9	4 0	
R01	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	2	4	2	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	1
R02	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	1	2	3	3	3	2	4	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2
R03	4	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3
R04	4	3	4	3	2	4	4	1	2	2	4	4	3	1	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	1	3	1
R05	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	2	1	3	3	3	2	3	3	1	1	3	2	2	3	2	2	1	2	3	2	1	2	2	1	
R06	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	3	4	3	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1
R07	3	2	2	3	2	4	4	1	2	2	4	1	1	3	4	4	4	4	2	2	2	4	1	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	4	4	1	3	4	1	1	3
R08	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2
R09	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	1	3	4	4	4	2	2	3	3	3	2	2	2	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	2	
R10	3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
R11	3	2	2	3	4	3	3	2	2	2	4	3	2	2	4	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2
R12	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2	1	4	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	1	3	
R13	4	3	1	3	4	2	4	4	4	4	2	4	2	1	2	2	1	3	1	4	4	4	1	1	2	1	2	4	4	4	3	4	2	2	4	2	4	3	4	1	
R14	3	2	1	2	2	3	3	1	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	3	3	3	2	2	2	2
R15	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2
R16	4	2	1	2	1	2	3	2	1	2	1	1	1	1	2	2	3	3	1	2	2	4	1	1	2	4	3	3	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	1	1	
R17	3	3	4	3	4	3	2	1	2	2	4	3	3	3	4	4	4	2	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	2	2	2	4	4	4	3	3	3	2	2	1
R18	4	3	2	3	4	3	2	4	4	4	2	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	
R19	3	3	1	4	4	4	4	2	3	4	4	3	2	1	4	4	4	1	2	3	4	3	4	2	4	3	4	1	4	3	3	4	4	2	4	2	4	4	3	1	
R20	4	3	1	4	4	4	3	1	3	4	4	3	2	1	3	2	3	1	3	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	2	4	3	4	2	3	1	
R21	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	2
R22	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	3	2	3	2	2	1	
R23	3	2	1	2	2	1	3	1	2	1	1	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	3	1
R24	4	4	4	3	2	3	2	2	2	2	4	4	1	1	4	4	4	2	2	2	4	3	2	1	3	3	3	2	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	1	3	2
R25	3	3	1	3	4	4	3	2	4	2	4	3	3	3	4	4	2	2	2	2	4	3	2	2	4	2	4	2	4	3	2	3	2	4	3	4	4	1	2	2	
R26	3	3	2	3	2	3	2	4	4	4	2	3	2	3	4	2	4	2	2	3	2	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	
R27	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	4	3	2	2	4	3	4	2	2	2	4	3	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2
R28	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	2
R29	3	3	2	3	4	3	3	2	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	1	2	2	
R30	3	3	2	2	4	3	3	2	2	2	4	3	2	2	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	

## Lampiran 6

**RELIABILITAS SKALA CITRA TUBUH****A. Analisis Reliabilitas Skala *Try Out* Citra Tubuh****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	40

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	104.83	282.902	.416	.919
X02	105.33	278.230	.718	.917
X03	105.77	277.633	.380	.920
X04	105.33	273.333	.767	.915
X05	105.23	266.944	.702	.915
X06	105.27	276.202	.542	.917
X07	105.23	285.978	.260	.920
X08	105.83	271.523	.555	.917
X09	105.47	271.844	.622	.916
X10	105.43	271.840	.626	.916
X11	105.13	268.809	.598	.917
X12	105.13	283.706	.335	.920
X13	105.90	270.369	.747	.915
X14	106.13	290.947	.056	.923
X15	105.03	273.068	.607	.917
X16	105.40	274.869	.535	.918
X17	104.97	280.792	.420	.919
X18	105.67	294.851	-.079	.924
X19	105.63	284.240	.343	.920
X20	105.60	280.524	.497	.918
X21	104.93	281.375	.441	.919
X22	105.10	289.472	.210	.920
X23	105.50	280.121	.394	.919
X24	105.83	283.040	.357	.919
X25	105.20	277.890	.562	.917
X26	105.80	288.441	.142	.922
X27	105.00	283.379	.354	.920
X28	105.40	287.766	.160	.922
X29	105.10	274.714	.601	.917
X30	105.67	288.575	.181	.921
X31	105.30	279.666	.606	.917
X32	105.17	277.040	.613	.917
X33	105.50	263.362	.780	.914

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X34	105.47	272.326	.564	.917
X35	105.17	278.351	.527	.918
X36	105.53	281.913	.479	.918
X37	105.33	275.540	.603	.917
X38	105.87	279.637	.402	.919
X39	105.67	275.264	.603	.917
X40	106.33	296.092	-.137	.924

### C. Analisis Reliabilitas Sesudah Aitem Tidak Valid Dihapus

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	32

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	85.10	260.645	.381	.935
X02	85.60	255.076	.734	.932
X03	86.03	254.516	.388	.936
X04	85.60	250.455	.778	.931
X05	85.50	244.741	.696	.931
X06	85.53	253.499	.540	.933
X08	86.10	250.369	.512	.934
X09	85.73	249.720	.606	.933
X10	85.70	249.734	.610	.933
X11	85.40	246.110	.605	.933
X12	85.40	259.559	.378	.935
X13	86.17	247.799	.749	.931
X15	85.30	250.700	.597	.933
X16	85.67	252.851	.512	.934
X17	85.23	258.323	.401	.935
X19	85.90	260.438	.373	.935
X20	85.87	257.499	.501	.934
X21	85.20	256.855	.505	.934
X23	85.77	255.220	.462	.934
X24	86.10	259.748	.367	.935
X25	85.47	254.395	.589	.933
X27	85.27	259.306	.394	.935
X29	85.37	251.620	.615	.933
X31	85.57	257.289	.580	.933
X32	85.43	254.185	.615	.933
X33	85.77	241.013	.784	.930

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X34	85.73	251.168	.519	.934
X35	85.43	254.530	.565	.933
X36	85.80	259.062	.472	.934
X37	85.60	253.490	.577	.933
X38	86.13	256.947	.394	.935
X39	85.93	251.444	.644	.932

## Lampiran 7

**SKALA PENELITIAN****I. IDENTITAS RESPONDEN**

Sebelum menjawab pertanyaan dalam skala ini, mohon Ibu mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang anda berikan akan diperlakukan secara rahasia).

A. Nama:.....(*boleh dikosongkan*)

B. Usia

- 18 - 19 Tahun  
 20 - 21 Tahun  
 22 - 23 Tahun  
 24 -25 Tahun  
 > 25 Tahun

C. Pendapatan

- Kerja Mandiri  
 Orangtua  
 Beasiswa

D. Biaya Hidup per Bulan

- Rp. 0 – 500.000  
 Rp. 600.000 – Rp. 1.000.000  
 Rp. 1.100.000 – Rp. 2.000.000  
 Rp. 2.100.000 – Rp. 3000.000  
 > Rp. 3000.000

## E. Produk yang Diminati

 *Make up* *Accessories* *Fashion*

## F. Asal Produk

 Lokal Import**II. PETUNJUK PENGISIAN**

Berilah tanda (√) pada pertanyaan yang disediakan dengan jawaban sesuai dengan keadaan sebenarnya oleh Bapak/Ibu/Sdr/i, alternatif jawaban sebagai berikut:

1. = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. = Tidak setuju (TS)
3. = Setuju (S)
4. = Sangat Setuju (SS)

## SKALA X

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya memiliki standar kecantikan untuk diri sendiri.				
2	Saya percaya diri dengan kulit putih dan cerah				
3	Saya tidak ingin mengubah penampilan saya yang sekarang, itu hanya buang-buang uang dan waktu.				
4	Saya tidak takut berat badan saya bertambah, jadi saya bisa makan apapun yang saya inginkan.				
5	Saya menggunakan produk yang diiklankan idola saya agar memiliki penampilan yang sama.				
6	Saya sering memeriksa tampilan wajah saya di cermin setiap ada kesempatan.				
7	Saya iri dengan bentuk tubuh teman saya yang langsing				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
8	Saya sering membandingkan kondisi tubuh saya dengan orang lain.				
9	Saya tidak percaya diri dengan tubuh kurus atau gemuk				
10	Saya puas saat orang lain melihat saya cantik saat menggunakan <i>make up</i> .				
11	Saya percaya diri untuk tampil di depan publik dengan bentuk tubuh saya sekarang.				
12	Saya tidak perlu menggunakan aksesoris di tubuh saya untuk terlihat menarik.				
13	Saya nyaman menggunakan pakaian yang corak dan warna yang serasi agar terlihat menarik.				
14	Saya mengonsumsi produk kecantikan untuk memiliki tubuh langsing.				
15	Tinggi badan saya belum ideal dengan berat badan.				
16	Saya tidak peduli dengan penampilan saya di depan umum.				
17	Bentuk tubuh dan wajah saya tidak proporsional.				
18	Saya puas dengan penampilan saya dengan kulit putih dan cerah, saya menjaganya dengan menggunakan produk skincare				
19	Saya jarang menggunakan <i>make up</i> atau skincare ketika keluar rumah.				
20	Saya tidak masalah dengan tubuh gemuk, yang penting sehat.				
21	Setiap hari saya menggunakan bedak dan <i>lipstick</i> agar saya terlihat lebih cerah.				
22	Saya mengikuti program diet dan rutin olah raga untuk menjaga tubuh yang ideal				
23	Penampilan saya tidak menarik, jadi saya mengubahnya sesuai saran teman saya.				
24	Saya tetap percaya diri dengan penampilan saya, walaupun orang lain menganggap saya udik.				
25	Wajah saya kusam jadi saya butuh skincare dan <i>make up</i> untuk menutupinya.				
26	Saya tidak membutuhkan pakaian bermerk dan aksesoris untuk menunjang penampilan saya				
27	Saya tidak terpikir untuk diet dalam menjaga bentuk tubuh.				
28	Saya melakukan perawatan wajah agar dapat lebih putih dan cerah				
29	Saya menghindari makanan yang berminyak dan berlemak.				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
30	Saya tetap percaya diri dengan tubuh kurus atau gemuk.				
31	Agar terlihat langsing, saya sering menggunakan pakaian berwarna gelap.				
32	Penampilan saya tidak menarik dibandingkan teman-teman yang lain.				

## SKALA Y

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya menggunakan uang tabungan untuk membeli produk yang mendukung penampilan saya				
2	Saya tidak senang jika belum membeli produk <i>fashion</i> atau <i>make up</i> yang saya inginkan.				
3	Walaupun banyak produk <i>fashion</i> terbaru, tidak membuat saya harus segera memilikinya				
4	Saya tidak membeli produk berdasarkan mereknya, tetapi saya fokus dengan nilai gunanya.				
5	Saya tidak membeli produk karena ada <i>event</i> diskon, tetapi saya membelinya karena kebutuhan.				
6	Saya tidak keberatan menggunakan produk lama, walaupun sekarang ada produk kesukaan saya yang baru keluar.				
7	Saya harus membeli produk baru yang lagi <i>trend</i> walaupun harus meminjam uang sama teman.				
8	Saya hanya membeli produk yang sudah tercatat dalam daftar belanja.				
9	Saya senang membeli produk yang diiklankan idola saya				
10	Saya suka membeli produk bermerek dan <i>limited edition</i>				
11	Saya tidak terlalu memperhatikan kriteria produk kesukaan saya, tapi saya belanja produk apapun sesuai dengan kebutuhan.				
12	Saya membutuhkan perencanaan sebelum membeli produk baru.				
13	Saya senang memantau produk diskon melalui aplikasi belanja online, jika saya suka saya langsung membelinya.				
14	Saya tidak membeli barang secara spontan				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
	melainkan adanya pertimbangan dari segi kualitas dan manfaat atas kebutuhan saya.				
15	Saya tidak membeli produk bermerek untuk simbol status sosial.				
16	Saya senang membeli produk terbaru untuk menambah koleksi pribadi				
17	Saya bangga jika memiliki produk yang lagi <i>trending</i> .				
18	Saya tidak ketinggalan jaman walaupun tidak memiliki produk yang lagi <i>trendy</i> .				
19	Saya langsung membeli produk dengan kemasan yang unik dan lucu.				
20	Saya tidak membeli produk baru, jika produk lama masih bisa digunakan.				
21	Jika terdapat produk yang menarik perhatian saya, saya lebih mengutamakan kebutuhan wajib terlebih dahulu.				
22	Saya tidak membeli produk karena kemasan menarik, tetapi manfaat isinya untuk kebutuhan saya.				
23	Saya senang mencoba berbagai produk dengan merek berbeda namun memiliki fungsi yang sama				
24	Saat ada <i>event discon</i> saya membeli produk lebih banyak dari biasanya meskipun tidak membutuhkannya.				
25	Saya memiliki banyak produk make up yang tidak pernah saya gunakan sebelumnya				
26	Saya tidak memaksa diri untuk membeli produk yang saya sukai				
27	Saya tidak perlu eksis dengan mengikuti gaya berpakaian teman saya.				
28	Saya sering belanja produk <i>make up</i> dan <i>fashion</i> karena keinginan sesaat.				
29	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya lebih keren, gaul dan <i>trendy</i> .				
30	Memiliki produk <i>fashion</i> dan <i>make up branded</i> membuat saya lebih percaya diri dan puas.				
31	Saya menghilangkan stres saya dengan belanja produk kesukaan saya.				
32	Saya langsung membeli produk make up bermerek walaupun harganya mahal				
33	Saya membeli produk bermerk yang harganya mahal				

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
	untuk sekedar gengsi supaya tidak dibilang ketinggalan jaman.				
34	Membeli dan memiliki produk import dan bermerk mencerminkan stastus sosial saya.				
35	Bagi saya produk import, mahal dan bermerek memiliki jaminan kualitas dan kepuasan bagi pemiliknya.				



Identitas						Skala Aitem Citra Tubuh (X)																														Total			
Sampel	U	P D	B B	P	A P	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	0 7	0 8	0 9	1 0	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0	2 1	2 2	2 3	2 4	2 5	2 6	2 7	2 8	2 9	3 0		3 1	3 2	
R28	2	1	1	3	1	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	4	4	1	4	3	3	4	4	2	2	3	4	3	1	4	98	
R29	1	1	1	1	1	3	3	1	1	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	2	2	2	3	2	2	4	3	3	2	3	2	3	3	4	4	1	2	87	
R30	1	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	4	2	1	4	3	3	1	4	3	2	4	3	2	3	4	2	2	4	2	2	4	2	87	
R31	1	1	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	4	4	2	2	2	3	2	4	2	2	80	
R32	1	2	2	1	1	4	4	3	2	2	3	2	2	1	4	4	1	4	4	4	2	2	3	2	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	86	
R33	1	1	1	1	1	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	2	3	2	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	1	2	93	
R34	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	4	2	2	2	3	4	2	3	4	4	4	2	2	3	2	3	2	3	4	3	2	2	4	2	2	3	2	88	
R35	2	1	1	1	1	4	3	3	2	2	4	1	2	1	4	4	2	3	2	2	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	1	2	4	2	2	1	3	90	
R36	1	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	1	4	2	2	2	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2	93
R37	1	2	4	1	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	4	4	3	2	4	2	2	4	4	2	2	4	2	2	4	4	4	1	2	89	
R38	1	2	1	3	1	4	3	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	1	1	2	2	4	2	2	85	
R39	1	2	3	1	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	104	
R40	1	1	1	3	1	3	4	1	2	3	3	2	1	2	3	3	2	3	3	3	2	1	3	1	2	3	3	1	3	3	2	2	3	3	3	1	2	76	
R41	1	2	3	1	1	3	4	2	2	4	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	3	3	3	2	2	4	3	4	2	2	86	
R42	1	1	1	1	1	4	4	2	2	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	2	2	98	
R43	1	2	1	1	2	4	4	2	2	2	3	3	1	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	1	3	4	3	3	4	3	1	3	3	3	1	3	91	
R44	1	1	2	2	2	4	4	3	2	2	4	3	3	1	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	2	3	2	4	1	3	2	1	1	3	92	
R45	1	3	2	3	1	4	4	2	2	3	2	2	3	2	2	4	4	4	2	4	2	3	2	2	2	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	2	93	
R46	1	1	2	1	1	4	4	3	3	4	3	3	1	3	4	4	2	4	3	2	3	4	4	1	3	3	3	1	2	1	1	1	2	1	4	1	3	85	
R47	1	2	1	2	2	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	1	2	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	1	1	95
R48	1	2	2	1	1	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	2	4	3	3	2	2	4	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	2	3	85	
R49	1	1	2	1	1	4	4	4	1	2	4	2	3	1	3	4	2	4	3	2	1	1	2	4	4	4	3	3	4	2	2	1	2	4	4	2	1	87	
R50	2	1	3	2	1	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	1	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	1	4	4	3	3	4	3	4	2	1	103	
R51	2	2	3	2	1	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	85	
R52	1	2	1	2	2	4	4	4	1	3	4	2	1	1	4	4	3	3	4	1	3	3	4	1	3	4	3	2	4	2	1	3	4	1	4	2	4	91	
R53	2	1	2	3	1	4	4	4	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	2	2	2	3	2	2	4	2	2	4	4	2	4	2	93	
R54	1	2	3	1	1	2	4	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	4	2	2	3	2	2	3	4	2	3	2	3	3	4	4	1	2	2	87	
R55	1	2	3	1	1	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	4	4	2	4	4	2	2	4	2	3	2	2	4	3	2	2	3	90	
R56	1	2	1	2	1	4	4	3	1	2	3	4	1	2	2	4	3	2	4	4	3	3	4	4	1	1	4	1	3	4	4	2	2	4	3	1	3	90	

Identitas						Skala Aitem Citra Tubuh (X)																																Total		
Sampel	U	P D	B B	P	A P	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	0 7	0 8	0 9	1 0	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0	2 1	2 2	2 3	2 4	2 5	2 6	2 7	2 8	2 9	3 0	3 1	3 2			
R57	2	1	3	1	2	4	4	4	2	3	4	3	2	3	4	2	2	2	4	2	3	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	4	2	4	4	2	2	90		
R58	1	1	2	3	1	4	4	4	1	2	4	4	2	1	4	4	1	1	3	4	1	1	3	2	4	3	2	2	3	4	3	2	4	2	4	2	4	1	3	87
R59	1	1	2	3	1	4	4	1	2	4	2	3	1	3	4	4	1	4	2	4	2	2	4	3	1	2	3	3	2	4	3	4	4	4	4	2	1	4	91	
R60	1	2	1	2	2	2	4	1	3	4	4	3	1	3	4	2	4	4	4	2	1	1	2	1	3	4	4	3	1	4	1	3	4	2	3	1	2	85		
R61	2	1	3	3	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	2	4	2	2	4	2	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	3	95		
R62	2	1	3	2	1	4	2	4	1	3	2	4	1	3	3	2	1	3	3	4	3	2	4	3	4	4	2	1	3	4	2	3	4	2	4	3	1	89		
R63	1	2	1	1	1	4	3	4	2	4	4	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	2	4	1	101		
R64	2	3	2	3	1	4	4	2	3	4	4	3	4	1	3	2	2	3	4	2	3	1	2	4	1	2	3	4	4	4	3	3	4	4	2	2	2	93		
R65	1	2	1	1	2	4	3	3	4	4	2	1	1	3	2	4	2	2	4	2	3	2	4	2	3	2	4	3	4	2	1	3	2	4	4	1	3	88		
R66	1	2	3	1	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	2	2	90		
R67	1	2	2	1	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	4	2	2	4	3	4	2	2	83		
R68	1	2	3	1	1	4	3	2	2	3	4	2	2	2	3	4	2	3	4	4	3	1	4	2	2	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	2	2	92		
R69	1	2	1	1	1	4	2	2	2	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	2	1	2	2	2	4	2	3	88		
R70	1	2	1	2	1	4	4	2	3	4	3	3	1	1	2	4	2	4	3	3	1	1	2	1	3	4	4	1	2	4	1	3	4	4	2	1	3	84		
R71	1	1	2	3	2	4	2	2	3	2	4	3	2	3	2	4	2	2	4	3	2	3	4	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2	4	4	2	2	91		
R72	1	1	2	2	1	4	3	1	3	4	3	4	1	2	3	4	3	1	2	3	4	4	4	2	4	4	4	2	2	4	2	3	2	3	3	3	1	92		
R73	1	2	1	1	1	4	3	2	2	4	2	2	4	4	1	1	3	4	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	2	3	2	2	85		
R74	1	1	4	1	1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	2	4	2	2	1	2	2	4	4	1	4	2	3	2	3	4	2	2	2	83		
R75	1	3	1	1	2	2	4	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	2	4	4	3	2	4	4	2	2	2	3	2	3	4	2	3	2	88		
R76	1	3	1	3	2	4	4	2	4	4	1	4	4	2	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	1	4	4	2	4	2	2	1	2	3	1	1	94		
R77	1	2	1	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	1	3	1	3	4	4	3	4	4	3	1	4	3	1	1	2	96		
R78	1	3	1	2	2	3	3	4	1	4	1	3	2	1	3	2	4	3	4	2	4	2	1	1	1	3	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	89		
R79	1	1	1	3	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	92	
R80	1	1	2	1	1	4	4	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	98		
R81	2	3	2	1	1	4	4	2	3	2	4	3	4	4	2	2	2	2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	2	3	2	2	2	4	4	2	2	4	93		





Identitas						Skala Aitem Perilaku Konsumtif (Y)																																			
Sampel	U	P D	B B	P	A P	0 1	0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	0 7	0 8	0 9	1 0	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0	2 1	2 2	2 3	2 4	2 5	2 6	2 7	2 8	2 9	3 0	3 1	3 2	3 3	3 4	3 5	Total
R57	2	1	3	1	2	4	4	1	2	3	2	1	1	4	2	1	3	2	1	3	4	3	3	1	1	2	3	1	1	2	2	1	3	2	1	4	2	1	4	3	78
R58	1	1	2	3	1	4	4	1	3	1	3	2	1	3	2	1	2	2	1	3	4	4	3	4	2	1	1	1	2	3	1	1	4	4	3	2	4	2	3	2	84
R59	1	1	2	3	1	4	4	2	3	1	1	1	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	1	4	1	3	4	2	1	1	4	1	3	3	2	3	2	2	96
R60	1	2	1	2	2	4	2	1	2	3	2	1	1	4	3	1	3	4	2	1	2	4	1	4	3	1	3	2	4	2	4	1	2	4	4	2	3	4	3	4	91
R61	2	1	3	3	2	4	4	2	1	1	2	2	1	4	3	3	1	3	3	1	2	4	3	4	3	1	3	4	3	4	4	1	2	4	2	2	4	3	3	4	95
R62	2	1	3	2	1	2	4	1	3	1	3	1	1	2	2	1	4	2	1	4	4	2	1	2	4	1	3	4	2	4	3	3	4	4	2	4	1	4	4	3	91
R63	1	2	1	1	1	3	4	3	1	1	3	4	4	4	4	2	1	2	1	1	2	4	2	2	3	1	3	4	3	2	1	3	2	4	4	2	2	3	4	4	93
R64	2	3	2	3	1	4	3	1	3	3	1	2	1	3	2	1	3	4	3	3	4	4	1	3	3	4	1	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	103
R65	1	2	1	1	2	3	4	2	1	1	3	2	1	3	2	2	3	4	1	2	4	4	2	4	3	3	1	3	2	2	1	4	4	3	2	4	2	2	4	4	92
R66	1	2	3	1	2	4	4	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	92
R67	1	2	2	1	1	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	88
R68	1	2	3	1	1	4	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	89
R69	1	2	1	1	1	4	3	1	1	2	1	4	3	2	4	2	1	4	2	1	4	2	1	4	2	2	1	2	4	4	2	1	1	4	3	3	4	3	2	4	88
R70	1	2	1	2	1	3	4	1	2	2	1	3	2	1	4	1	3	2	3	1	2	1	1	4	2	1	2	4	3	3	1	2	2	4	4	3	4	4	4	3	87
R71	1	1	2	3	2	2	4	2	3	2	3	1	1	4	3	3	1	4	1	2	4	3	1	2	1	2	3	4	2	4	3	3	4	4	2	4	4	3	2	4	95
R72	1	1	2	2	1	4	2	3	1	4	3	4	2	4	4	2	3	4	3	1	4	3	1	2	1	3	1	4	2	4	2	1	4	2	4	2	4	2	3	4	97
R73	1	2	1	1	1	4	4	3	3	2	1	1	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	1	3	1	3	4	3	2	1	4	2	2	3	2	85
R74	1	1	4	1	1	2	4	3	3	1	3	4	3	2	2	1	2	3	4	1	4	3	2	2	2	3	1	2	2	4	4	2	2	4	2	2	4	4	3	2	92
R75	1	3	1	1	2	4	3	1	1	1	1	2	1	4	3	2	1	3	1	2	3	2	1	4	3	1	3	4	2	4	3	1	4	4	2	4	4	3	3	4	89
R76	1	3	1	3	2	4	2	2	2	2	4	4	1	1	2	2	1	2	4	1	1	3	2	3	2	3	3	4	1	2	4	2	3	3	3	4	3	1	1	2	84
R77	1	2	1	2	2	3	4	1	2	3	1	4	3	4	2	1	3	4	2	3	4	1	1	4	2	1	3	2	4	3	4	1	4	2	3	4	1	4	3	3	94
R78	1	3	1	2	2	3	1	4	3	1	2	2	4	3	2	4	4	2	1	2	2	2	2	3	4	2	1	2	4	4	3	2	4	2	1	1	2	3	3	1	86
R79	1	1	1	3	2	1	3	1	3	4	1	4	4	3	3	3	2	4	4	1	4	4	2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	4	4	1	3	2	3	1	3	99
R80	1	1	2	1	1	4	3	1	1	3	2	4	2	4	3	2	2	4	2	4	4	4	1	3	1	2	2	4	3	3	3	1	3	3	3	4	3	4	4	4	100
R81	2	3	2	1	1	3	4	3	4	1	3	1	3	4	1	4	1	3	1	1	4	4	1	1	4	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	1	3	1	1	82	

## Keterangan Identitas Sampel

**Usia (U)**

- 1 : 18 - 19 Tahun
- 2 : 20 - 21 Tahun
- 3 : 22 - 23 Tahun
- 4 : 24 - 25 Tahun
- 5 : > 25 Tahun

**Biaya Hidup Bulanan (BB)**

- 1 : Rp. 0 – 500.000
- 2 : Rp. 600.000 – Rp. 1.000.000
- 3 : Rp. 1.100.000 – Rp. 2.000.000
- 4 : Rp. 2.100.000 – Rp. 3000.000
- 5 : > Rp. 3000.000

**Pendapatan (PD)**

- 1 : Kerja Mandiri
- 2 : Orangtua
- 3 : Beasiswa

**Produk yang Diminati (P)**

- 1 : *Make up dan Skincare*
- 2 : *Accessories*
- 3 : *Fashion*

**Asal Produk (AP)**

- 1 : Lokal
- 2 : Impor

## Lampiran 9

**ANALISIS DESKRIPSI STATISTIK****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Citra Tubuh	81	76	104	89.35	5.090
Perilaku Konsumtif	81	74	103	87.43	6.350
Valid N (listwise)	81				

## Kategorisasi Variabel Penelitian

Kategorisasi	Variabel	
	Perilaku Konsumtif	Citra Tubuh
Rendah	$X < 81$	$X < 84$
Sedang	$81 \leq X < 94$	$84 \leq X < 94$
Tinggi	$94 \leq X$	$94 \leq X$

## Frekuensi dan Persentase Kategorisasi Citra Tubuh

**Citra Tubuh**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	8	9.9	9.9	9.9
Sedang	60	74.1	74.1	84.0
Tinggi	13	16.0	16.0	100.0
Total	81	100.0	100.0	

## Frekuensi dan Persentase Kategorisasi Perilaku Konsumtif

**Perilaku Konsumtif**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	20	24.7	24.7	24.7
Sedang	47	58.0	58.0	82.7
Tinggi	14	17.3	17.3	100.0
Total	81	100.0	100.0	

## Lampiran 10

**HASIL UJI NORMALITAS****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Citra Tubuh	Perilaku Konsumtif
N		81	81
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	89.35	87.43
	Std. Deviation	5.090	6.350
Most Extreme Differences	Absolute	.078	.054
	Positive	.078	.051
	Negative	-.073	-.054
Test Statistic		.078	.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. This is a lower bound of the true significance.

## Lampiran 11

**HASIL UJI LINEARITAS****ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Citra Tubuh	Between Groups	(Combined) Linearity	1333.315	20	66.666	2.114	.014
		Deviation from Linearity	1042.604	1	1042.604	33.054	.000
			290.711	19	15.301	.485	.959
Within Groups			1892.562	60	31.543		
Total			3225.877	80			

## Lampiran 12

**HASIL UJI REGRESI****Correlations**

		Perilaku Konsumtif	Citra Tubuh
Pearson Correlation	Perilaku Konsumtif	1.000	.569
	Citra Tubuh	.569	1.000
Sig. (1-tailed)	Perilaku Konsumtif	.	.000
	Citra Tubuh	.000	.
N	Perilaku Konsumtif	81	81
	Citra Tubuh	81	81

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.569 <sup>a</sup>	.323	.315	5.257	.323	37.726	1	79	.000

a. Predictors: (Constant), Citra Tubuh

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS Version 23.0*, 2022

Lampiran 13

**SK PEMBIMBING**

Lampiran 14

**SURAT PERMOHONAN IZIN PENELITIAN**

Lampiran 15

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

**BIODATA PENULIS****A. Penulis**

Nama : Nora Ramadhana  
Tempat/Tanggal lahir : Desa ukee trueng campli, 07 01 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Email : noraramadhana2000@gmail.com  
Pekerjaan : Mahasiswi

**B. Orang Tua/Wali**

Nama Ayah : Alm. Amiruddin  
Pekerjaan : -  
Nama Ibu : Anisah  
Pekerjaan : IRT  
Alamat : Desa ukee trueng campli

**C. Riwayat Pendidikan**

SD/MIN : SD GLUMPANG BARO (2005 – 2010)  
SMP/MTsN : MTsN 12 PIDIE (2010 – 2013)  
SMAN/MAN : MAN 7 PIDIE (2013 – 2016)

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat digunakan seperlunya.

Banda Aceh,

**(Nora Ramadhana)**