



**HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF PRODUK KOSMETIK PADA  
REMAJA PUTERI**

**Skripsi ini Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menempuh Ujian  
Sarjana Strata Satu (S-1) Psikologi**

**DISUSUN OLEH:  
HALVINI NURDIANI  
705150159**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
2019**



**HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF PRODUK KOSMETIK PADA  
REMAJA PUTERI**

**SKRIPSI**

**DISUSUN OLEH:  
HALVINI NURDIANI  
705150159**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
2019**

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul “Peranan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Pada Remaja Puteri” dengan sebaik-baiknya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Sebagai bentuk penghargaan, pertama penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga, terutama Mama dan Papa, A iki, A Febi, Teh Aas, Arsakha, dan Asyiqah yang telah memberikan dukungan penuh baik melalui doa, perhatian, hingga materi yang diberikan kepada penulis.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Rostiana, M.Si., Psi., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara. Terima kasih juga saya ucapkan kepada Ibu Sri Tiatri, Ph.D, Psi., selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, serta Ibu Dr. Zamralita, Psi., M.M., selaku Ketua Program Studi Strata 1 (S1) Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara. Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada Ibu Meike Kurniawati, S.Psi.,M.M. selaku dosen bimbingan pertama dan Ibu Dra. Ninawati, M.M.selaku dosen bimbingan kedua yang telah membantu penulis dalam membimbing dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai. Beserta seluruh dosen S1 Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan banyak waktu untuk berdiskusi, memberikan saran, dan membimbing penulis hingga ke menganalisis data dengan sabar dari awal hingga penyelesaian penulisan skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen pengajar, serta staf di Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara yang telah membantu penulis selama menempuh perkuliahan di Universitas Tarumanagara ini. Terima kasih kepada staf sekretariat dan perpustakaan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada seluruh partisipan penelitian yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.

Terima kasih juga kepada teman-teman penulis, Febby Pratiwi, Shella Limarta, Rafidha Abdurachman, Aghniya Yasmin, dan Ni Putu Saraswati W, teman-teman Zigot (SD), sepupu seperjuangan Medina, Tia, Ocha yang telah membantu penulis dalam bentuk doa, diskusi ilmu, hiburan dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada seluruh pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu penyelesaian skripsi penulis. Semoga Allah SWT memberikan berkah kepada kita semua. Akhir kata, seluruh isi tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 29 September 2019

Halvini Nurdiani

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8

## **BAB II KAJIAN TEORETIS**

2.1 Konsep Diri.....	10
2.1.1 Definisi Konsep Diri.....	10
2.1.2 Komponen Konsep Diri.....	11
2.1.3 Proses Pembentukan Konsep Diri.....	12
2.1.4 Dimensi Konsep Diri.....	13
2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri.....	15
2.2 Perilaku Konsumtif.....	16
2.2.1 Definisi Perilaku Konsumtif.....	16
2.2.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif.....	17
2.2.3 Ciri-ciri Perilaku Konsumtif.....	19
2.2.4 Karakteristik Perilaku Konsumtif.....	20
2.2.5 Dampak Perilaku Konsumtif.....	21
2.3 Remaja.....	22
2.3.1 Definisi Remaja.....	22
2.3.2 Perkembangan Fisik Remaja.....	24
2.3.3 Perkembangan Kognitif Remaja.....	26
2.3.4 Perkembangan Psikososial Remaja.....	26
2.4 Produk kosmetik.....	28
2.5 Kerangka Berpikir.....	29
2.6 Hipotesis Penelitian.....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Subyek Penelitian.....	32
3.2 Gambaran Subyek Penelitian.....	33
3.3 Desain Penelitian.....	35
3.4 <i>Setting</i> Lokasi Penelitian dan Peralatan Penelitian.....	35
3.4.1 <i>Setting</i> Lokasi Penelitian.....	35
3.4.2 Peralatan Penelitian.....	35
3.5 Pengukuran Variabel Penelitian.....	36
3.5.1 Pengukuran Variabel Konsep Diri.....	36
3.5.2 Pengukuran Variabel Perilaku Konsumtif.....	41
3.6 Prosedur Penelitian.....	42
3.6.1 Persiapan Penelitian.....	42
3.6.2 Pelaksanaan Penelitian.....	42
3.7 Pengolahan dan Teknik Analisis Data.....	43

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

4.1 Gambaran Data Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Data Konsep Diri.....	45
4.1.2 Gambaran Data Perilaku Konsumtif.....	48
4.2 Uji Normalitas.....	48

4.3 Analisis Data Utama.....	49
4.3.1 Analisis Data Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif.....	49
4.3.2 Hasil Uji Hubungan Antara Berbagai Dimensi Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif.....	50
4.4 Gambaran Perilaku Konsumtif Berdasarkan Usia.....	51

**BAB 5 KESIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Diskusi.....	52
5.3 Saran.....	55
5.3.1 Saran Teoritis.....	55
5.3.2 Saran Praktis.....	55

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>P-1</b>
----------------------------	------------



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuestioner.....	L-2
Lampiran 2: Blue Print Alat Ukur Konsep Diri.....	L-10
Lampiran 3: Blue Print Alat Ukur Perilaku Konsumtif.....	L-13
Lampiran 4a: Reliabilitas Alat Ukur Konsep Diri Dimensi <i>Physical Self</i> .....	L-16
Lampiran 4b: Reliabilitas Alat Ukur Konsep Diri Dimensi <i>Behavioral Self</i> .....	L-17
Lampiran 4c: Reliabilitas Alat Ukur Konsep Diri Dimensi <i>Family Self</i> .....	L-18
Lampiran 4d: Reliabilitas Alat Ukur Konsep Diri Dimensi <i>Personal Self</i> .....	L-19
Lampiran 4e: Reliabilitas Alat Ukur Konsep Diri Dimensi <i>Social Self</i> .....	L-20
Lampiran 4f: Reliabilitas Alat Ukur Konsep Diri Dimensi <i>Moral Ethical Self</i> .....	L-21
Lampiran 4g: Reliabilitas Alat Ukur Konsep Diri Dimensi <i>Judging Self</i> .....	L-22
Lampiran 4h: Reliabilitas Alat Ukur Konsep Diri Dimensi <i>Identity Self</i> .....	L-23
Lampiran 5: Reliabilitas Alat Ukur Perilaku Konsumtif.....	L-24
Lampiran 6a: Frekuensi Subyek Berdasarkan Usia.....	L-26
Lampiran 6b: Frekuensi Subyek Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	L-26
Lampiran 6c: Frekuensi Subyek Berdasarkan Belanja Kosmetik (3 bulan).....	L-26
Lampiran 7: Uji Normalitas.....	L-27
Lampiran 8 : Statistik Deskriptif Konsep Diri.....	L-27

Lampiran 9: Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif.....L-27

Lampiran 10: Uji Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif...L-28

Lampiran 11: Uji Hubungan Berbagai Dimensi Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif.....L-29

Lampiran 12: Crosstabulation usia pada perilaku konsumtif.....L-30

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Gambaran subyek berdasarkan usia.....	31
Tabel 2 Gambaran subyek berdasarkan uang saku per bulan.....	32
Tabel 3 Gambaran subyek berdasarkan belanja produk kosmetik (3 bulan terakhir).....	32
Tabel 4 <i>Tennessee Self Consept Scale</i> .....	35
Tabel 5 Uji reliabilitas dimensi <i>physical self</i> .....	35
Tabel 6 Uji reliabilitas dimensi <i>behavioral self</i> .....	36
Tabel 7 Uji reliabilitas dimensi <i>family self</i> .....	36
Tabel 8 Uji reliabilitas dimensi <i>personal self</i> .....	37
Tabel 9 Uji reliabilitas dimensi <i>social self</i> .....	37
Tabel 10 Uji reliabilitas dimensi <i>moral-ethical self</i> .....	38
Tabel 11 Uji reliabilitas dimensi <i>judging self</i> .....	38
Tabel 12 Uji reliabilitas dimensi <i>identity self</i> .....	39
Tabel 13 Uji reliabilitas dan validitas perilaku konsumtif.....	39
Tabel 14 Blue print variabel perilaku konsumtif.....	40
Tabel 15 Gambaran data konsep diri.....	44
Tabel 16 Uji normalitas terhadap konsep diri dan perilaku konsumtif.....	45
Tabel 17 Hasil uji hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif.....	46
Tabel 18 Hasil uji hubungan antara berbagai dimensi konsep diri dengan perilaku konsumtif.....	47

## ABSTRAK

HALVINI NURDIANI (705150159)

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF PRODUK KOSMETIK PADA REMAJA PUTERI; Meike Kurniawati, S.Psi., M.M. & Dra. Ninawati, M.M. Program Studi S-1 Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara (i-ix; 54 Halaman, P1-P4, L1-L30)**

Konsep diri merupakan salah satu faktor dari perilaku konsumtif tidak terkecuali remaja putri dalam membeli produk kosmetik untuk menunjang penampilannya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan konsep diri terhadap perilaku konsumtif produk kosmetik pada remaja putri. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian korelasional yang melibatkan 404 remaja putri berusia 15-21 tahun. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik *bivariate spearman correlation*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep diri memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif ( $r = 0.229$  dan  $\text{Sig } (p) = 0.000, p < 0.05$ ). Arah korelasinya adalah positif yang menunjukkan bahwa semakin tinggi konsep diri maka perilaku konsumtif semakin tinggi produk kosmetik pada remaja putri. Hasil uji per dimensi menunjukkan bahwa dari lima dimensi hanya dua dimensi yang memiliki hubungan positif dan signifikan yaitu dimensi *physical self*, dan *family self*.

Kata kunci: konsep diri, perilaku konsumtif produk kosmetik, remaja

## ABSTACT

**HALVINI NURDIANI (705150159)**

**RELATIONSHIP OF SELF-CONCEPT AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF COSMETIC PRODUCTS IN ADOLESCENTS; Meike Kurniawati, S.Psi., M.M. & Dra. Ninawati, M.M. Undergraduate Program in Faculty of Psychology, Tarumanagara University (i-ix; 54 Pages, R1-R4, Appdx 1-30)**

Self-concept is one of the factors of consumptive behavior, not least teenage girls in buying cosmetic products to support their appearance. This study aims to look at the role of self-concept on the consumptive behavior of cosmetic products in young girls. This research is a quantitative study with a correlational research method involving 404 girls aged 15-21 years. The data collection technique used was purposive sampling. The data analysis technique used is the bivariate spearman correlation technique.

The results showed that self-concept had a positive and significant relationship with consumptive behavior ( $r = 0.229$  and  $\text{Sig } (p) = 0.000, p < 0.05$ ). The direction of correlation is positive which indicates that the higher the self-concept, the higher the consumptive behavior of cosmetic products in young girls.

Test results per dimension shows that of the five dimensions only two dimensions have a positive and significant relationship, namely the dimensions of physical self, and family self.

Keywords: self-concept, consumptive behavior of cosmetic products, adolescents