

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara kedua variabel tersebut. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta, berusia 18-21 tahun dan membeli dan menggunakan produk kosmetik. Metode pengumpulan menggunakan Skala Kepribadian Narsistik dan Skala perilaku Konsumtif. Metode analisis data yang digunakan adalah product moment. Hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,701 dengan $p < 0.050$, berarti ada hubungan positif antara kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Nilai koefisien korelasi determinasi (R^2) diperoleh 0,49 yang menandakan bahwa kepribadian narsistik memberikan sumbangan efektif sebesar 49,1% terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan sisanya 50,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata kunci : kepribadian narsistik, perilaku konsumtif produk kosmetik

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between narcissistic personality and consumptive behavior of cosmetic products at Mercu Buana University students, Yogyakarta. The hypothesis proposed in this study is that there is a positive relationship between the two variables. The subjects in this study were students of the University of Mercu Buana Yogyakarta, aged 18-21 years and buying and using cosmetic products. The collection method uses the Narcissistic Personality Scale and the Consumptive Behavior Scale. The data analysis method used is the product moment. The results of data analysis obtained correlation coefficient (r_{xy}) = 0.701 with $p < 0.050$, meaning that there is a positive relationship between narcissistic personality and consumptive behavior of cosmetic products at Mercu Buana University Yogyakarta students. The correlation coefficient of determination (R^2) was 0.491, which indicated that the narcissistic personality contributed 49.1% effectively to consumptive behavior at Mercu Buana University Yogyakarta students and the remaining 50.9% was influenced by other factors not examined by the researcher.

Keywords: *narcissistic personality, consumptive behavior of cosmetic products*