

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antarakepercayaan diri dengan perilaku konsumtif kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta. Karakteristik Subjek penelitian ini mahasiswa pengguna kosmetik. Pengambilan subjek menggunakan sampling purposive dengan data yang dikumpulkan menggunakan Skala Kepercayaan Diri dan Skala Perilaku Konsumtif Kosmetik. Data dianalisis menggunakan korelasi product moment. Berdasarkan analisis data, diperoleh nilai korelasi sebesar  $-0.667$  dengan  $p= 0.000$  ( $p<0.005$ ), sehingga hipotesis dapat diterima. Penelitian ini juga menunjukkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0.444$ , hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan diri memberikan sumbangan efektif sebesar  $44.4\%$  terhadap variabel perilaku konsumtif kosmetik dan sisanya  $55.6\%$  dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kontrol diri, gaya hidup, dan konformitas, hadirnya iklan, gaya hidup, dan kartu kredit.

**Kata kunci :** kepercayaan diri, perilaku konsumtif kosmetik, mahasiswa

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between self-confidence and cosmetic consumptive behavior among students in Yogyakarta. Characteristics of the subjects of this study were students who used cosmetics. Subjects were taken using purposive sampling with data collected using the Confidence Scale and Cosmetic Consumptive Behavior Scale. Data were analyzed using product moment correlation. Based on data analysis, the correlation value is -0.667 with  $p = 0.000$  ( $p < 0.005$ ), so the hypothesis can be accepted. This study also shows a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.444, this indicates that the variable self-confidence provides an effective contribution of 44.4% to the cosmetic consumptive behavior variable and the remaining 55.6% is influenced by other factors not examined in this study such as self-control, lifestyle, and conformity, the presence of advertising, lifestyle, and credit cards.*

**Keywords:** *self-confidence, cosmetic consumptive behavior, students*