

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang berusia 18 tahun sampai 21 tahun dan pernah membeli produk kosmetik yang berjumlah 72 mahasiswi. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini yaitu Skala Konformitas dan Skala Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik. Hasil penelitian dianalisis dengan teknik korelasi *product moment*. Hasil koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,402 ($p \leq 0,01$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa kontribusi konformitas terhadap perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta memiliki sumbangan efektif sebesar 16,2% dan 83,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : konformitas, perilaku konsumtif produk kosmetik

ABSTRACT

This study aims to determine the correlation between conformity and consumptive behavior of cosmetic products to female students at Mercu Buana University in Yogyakarta. The hypothesis in this study is that there is a positive correlation between conformity and consumptive behavior of cosmetic products to female students at the Mercu Buana University in Yogyakarta. The subjects in this study were female students of Mercu Buana Yogyakarta University, aged 18 years to 21 years, women and had purchased cosmetic products, amounting to 72 female students. The measuring instrument used in this study is the scale of conformity and the scale of consumptive behavior of cosmetic products. The results of the study were analyzed by product moment correlation technique. The results of the correlation coefficient (r_{xy}) = 0.402 ($p < 0.01$). These results indicate that there is a positive correlation between conformity and consumptive behavior of cosmetic products to female students at Mercu Buana University in Yogyakarta. Based on the results of this study it is known that the contribution of conformity to the consumptive behavior of cosmetic products to female students at the Mercu Buana University in Yogyakarta has an effective contribution of 16.2% and 83.8% influenced by other factors.

Keywords : conformity, consumptive behavior of cosmetic products