

## ABSTRAK

Industri perhotelan dan restoran di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian, namun di sisi lain, sektor ini juga mendorong tuntutan tinggi terhadap penampilan fisik karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara citra tubuh dan perilaku konsumtif pada karyawan industri perhotelan dan restoran. Citra tubuh yang positif dapat meningkatkan rasa percaya diri karyawan, namun juga dapat memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan untuk membeli barang atau jasa yang tidak diperlukan, guna memperbaiki atau menjaga penampilan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan instrumen kuesioner yang mengukur citra tubuh dan perilaku konsumtif. Sampel terdiri dari 100 karyawan di sektor perhotelan dan restoran yang memenuhi kriteria tertentu. Hasil analisis regresi menunjukkan adanya hubungan positif antara citra tubuh dan perilaku konsumtif, dengan koefisien korelasi 0,454. Meskipun demikian, hubungan ini bersifat lemah hingga sedang, dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,206, yang menunjukkan bahwa citra tubuh hanya menjelaskan 20,6% dari variabilitas perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain, seperti tekanan sosial dan budaya, turut berperan dalam membentuk perilaku konsumtif. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pengaruh citra tubuh terhadap perilaku konsumtif, namun juga menekankan perlunya eksplorasi lebih lanjut terkait faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif di sektor perhotelan dan restoran. Hasil ini dapat berguna bagi manajemen industri perhotelan untuk merancang program kesejahteraan karyawan yang memperhatikan keseimbangan antara citra tubuh dan perilaku konsumtif yang sehat. Penelitian lebih lanjut dengan desain yang lebih komprehensif dan ukuran sampel yang lebih besar diperlukan untuk menggali lebih dalam hubungan antara citra tubuh dan perilaku konsumtif di industri ini.

**Kata kunci:** citra tubuh, perilaku konsumtif, industri perhotelan, restoran, karyawan.

## **ABSTRACT**

*The hospitality and restaurant industry in Indonesia plays a crucial role in the economy; however, this sector also places high demands on employees' physical appearance. This study aims to examine the relationship between body image and consumer behavior among employees in the hospitality and restaurant industry. A positive body image can enhance employees' self-confidence but may also influence consumer behavior, specifically the tendency to purchase unnecessary goods or services to improve or maintain their appearance. This research employs a quantitative approach using survey methods and a questionnaire instrument to measure body image and consumer behavior. The sample consists of 100 employees in the hospitality and restaurant sector who meet specific criteria. Regression analysis results indicate a positive relationship between body image and consumer behavior, with a correlation coefficient of 0.454. However, this relationship is weak to moderate, with a determination coefficient ( $R^2$ ) of 0.206, suggesting that body image accounts for only 20.6% of the variability in consumer behavior. These findings suggest that other factors, such as social and cultural pressures, also play a role in shaping consumer behavior. This study provides insights into the influence of body image on consumer behavior while highlighting the need for further exploration of other factors affecting consumer behavior in the hospitality and restaurant sector. The results can be useful for hospitality industry management in designing employee well-being programs that balance body image awareness and healthy consumer behavior. Further research with a more comprehensive design and a larger sample size is needed to explore the relationship between body image and consumer behavior in this industry.*

**Keywords:** *body image, consumer behavior, hospitality industry, restaurant, employees.*