

PERAN CITRA TUBUH DAN KONSEP DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI KOSMETIK PADA SISWI SEKOLAH MENENGAH ATAS DI KOTA DENPASAR

Dewa Nyoman Yogananda Saputra¹, Dewi Puri Astiti²

Email: yogananda.saputra@gmail.com

Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana^{1,2}

Abstrak

Siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) yang tergolong dalam kategori remaja merupakan individu yang sedang mengalami masa perubahan, baik perubahan biologis, kognitif maupun sosioemosional. Perubahan biologis yang terjadi menyebabkan siswi SMA semakin memperhatikan tubuh dan mengarah pada perilaku untuk beradaptasi dengan keadaan tersebut, salah satunya dengan membeli sesuatu yang dapat menunjang penampilan, seperti kosmetik. Pembelian kosmetik secara berlebihan sebagai upaya untuk menunjang penampilan dapat menjadi kebiasaan yang konsumtif, selain itu konsep diri sebagai kerangka acuan individu untuk berinteraksi dengan lingkungan diduga kuat berperan terhadap perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran citra tubuh dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA di Kota Denpasar. Responden dalam penelitian ini adalah 116 siswi SMA di Kota Denpasar yang dipilih menggunakan teknik *two stage cluster sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Citra Tubuh, Skala Konsep Diri dan Skala Perilaku Konsumtif yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji regresi menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,326 dan koefisien determinasi sebesar 0,106 dengan signifikansi sebesar 0,002 ($p < 0,05$) yang berarti citra tubuh dan konsep diri secara bersama-sama berperan sebesar 10,6% terhadap perilaku konsumtif. Citra tubuh secara mandiri berperan terhadap perilaku konsumtif sedangkan konsep diri secara mandiri tidak berperan secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Konsep diri hanya dapat berperan ketika bersama-sama dengan citra tubuh.

Kata kunci: citra tubuh, konsep diri, perilaku konsumtif, siswi Sekolah Menengah Atas

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi dan pariwisata di Provinsi Bali tak lepas dari kontribusi Kota Denpasar yang merupakan Ibu Kota dari Provinsi Bali. Kota Denpasar sebagai pusat perekonomian dan perdagangan di Provinsi Bali hampir setiap tahunnya memiliki pusat perbelanjaan baru. Jumlah toko dan kios mencapai 5.056 buah dan pasar swalayan sampai saat ini ada 18 buah (Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Denpasar, 2014). Banyaknya pusat perbelanjaan yang ada di Kota Denpasar memudahkan masyarakat dalam berbelanja, ditambah dengan

perkembangan pariwisata yang pesat dapat menimbulkan beberapa dampak negatif. Salah satu dampak negatif dari perkembangan pariwisata di Provinsi Bali adalah permasalahan sosial atau *social problems*, perkembangan pariwisata menyebabkan munculnya budaya masyarakat Bali yang cenderung berorientasi pada uang atau *money oriented* dan kecenderungan masyarakat untuk berperilaku konsumtif untuk membeli barang-barang dalam bentuk apapun (Urbanus & Febianti, 2017). Hal tersebut berdampak pada perilaku berbelanja yang tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan, namun untuk hal-

hal lain seperti meningkatkan prestise, menjaga gengsi, mengikuti mode dan mencoba hal baru yang membuat berbelanja hanya untuk memenuhi kepuasan semata dan hal tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah perilaku berbelanja yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi (Sumartono, 2002). Menurut Jumiaty (2009), perilaku konsumtif memiliki dampak-dampak negatif, seperti dapat membiasakan seseorang untuk memiliki pola hidup boros, dapat membuat orang menjadi tidak lagi membedakan antara kebutuhan atau sekedar keinginan dan dapat mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tidak terpuji, seperti mencuri, menodong, menjadi pemeras, membunuh dan melacur. Perilaku konsumtif erat hubungannya dengan remaja. Karakteristik remaja yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi menjadikan remaja mudah tertarik dan terbujuk pada barang atau jasa yang sedang tren dan berujung pada perilaku membeli yang tidak wajar (Sari & Nuzulia, 2014).

Survey awal yang dilakukan oleh Wilani dan Valentina (2015) terhadap pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) di

Kota Denpasar menunjukkan bahwa sebagian besar dari pelajar tersebut termasuk remaja yang konsumtif. Perilaku konsumtif yang ditunjukkan seperti menghabiskan uang untuk berganti *gadget* tercanggih, pergi ke restoran dan kafe sampai berbelanja ke *mall* untuk membeli baju, sepatu dan kosmetik. Hal ini berkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurasyiah, Dahlan dan Budiwati (2009) yang menyatakan bahwa pelajar SMA lebih banyak mengeluarkan uang untuk berbelanja sesuatu yang bersifat kesenangan dibandingkan untuk kebutuhan belajar maupun hal lain yang termasuk investasi bagi masa depan.

Tambunan (2001) menyatakan bahwa sebagian besar perilaku konsumtif dilakukan oleh remaja perempuan, karakteristik remaja perempuan yang mudah terpengaruh oleh promo, tidak sabar dalam memilih suatu produk, cenderung memiliki perasaan sungkan bila tidak membeli sesuatu setelah memasuki toko, membuat remaja perempuan sering terburu-buru dalam mengambil keputusan membeli. Hal ini membuat siswi SMA yang merupakan remaja madya perempuan memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif, dibandingkan dengan siswa SMA yang merupakan remaja laki-laki. Siswi SMA merupakan individu yang sedang memasuki masa

perubahan. Sobur (2003) menyatakan bahwa pada siswi SMA, yang merupakan remaja madya, perubahan fisik terjadi secara cepat dan akan mencapai puncaknya.

Perubahan fisik yang sangat cepat membuat siswi SMA lebih memperhatikan tubuhnya, dan tak jarang banyak remaja yang merasa prihatin terhadap keadaan tubuhnya (Hurlock, 2011). Pikunas (dalam Agustiani, 2009) menjelaskan bahwa salah satu tugas perkembangan remaja adalah menerima bentuk tubuh yang dimiliki dan hal-hal yang berkaitan dengan fisik. Akibat berbagai perubahan yang terjadi pada tubuh membuat siswi SMA semakin memperhatikan tubuh dan mengarah pada perilaku untuk beradaptasi dengan keadaan tersebut. Salah satu bentuk adaptasi yang dilakukan siswi SMA agar dapat menerima tubuh adalah dengan membeli sesuatu, terutama yang dapat meningkatkan atau menunjang penampilan.

Menunjang penampilan tidak hanya dengan membeli pakaian, namun juga dengan melakukan perawatan tubuh dan juga mempercantik wajah dengan menggunakan kosmetik, khususnya pada remaja perempuan. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Markplus.Inc (2018) menunjukkan bahwa sebagian

besar wanita di Indonesia mulai menggunakan kosmetik pada usia remaja. Survey terkait juga menunjukkan bahwa sebagian besar remaja di Indonesia menggunakan kosmetik pada saat pergi ke pesta, jalan-jalan bersama teman-teman maupun saat berkencan dengan pasangan. Selain itu, remaja juga biasa membawa kosmetik sebagai barang bawaan sehari-hari, kosmetik yang biasa dibawa berupa bedak, pensil alis, *lipstick*, *lipbalm* dan juga *bb cream*.

Perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA tak lepas dari pengaruh citra tubuh. Menurut Fallon dan Ackard (dalam Cash & Pruzinky, 2002), citra tubuh merupakan representasi mental dari tubuh yang meliputi persepsi dari penampilan, perasaan dan pikiran tentang tubuh, bagaimana rasanya berada didalam tubuh, dan fungsi fungsi tubuh dan kemampuannya. Menurut Taylor (2014), berdasarkan ciri-cirinya citra tubuh dibagi menjadi dua, yaitu citra tubuh positif dan citra tubuh negatif.

Citra tubuh positif dan negatif dapat menjadi penentu perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA. Siswi SMA dengan citra tubuh positif akan menerima dan menghargai diri seutuhnya dan bukan dari bagaimana penampilan diri, sedangkan siswi SMA dengan citra tubuh negatif akan memiliki

rasa tidak puas terhadap tubuh (Taylor, 2014). Hal ini berkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitria dan Sukma (2013) yang menyatakan bahwa pembelian secara berlebihan terhadap pakaian dan alat-alat kecantikan pada remaja perempuan merupakan akibat dari rasa tidak puas dengan bentuk tubuh yang dimiliki, sehingga remaja perempuan cenderung mempercantik diri dengan membeli suatu produk yang dapat menonjolkan bentuk fisik yang dianggap menarik. Sehingga siswi SMA yang memiliki citra tubuh negatif akan cenderung menutupi kekurangan yang ada pada wajah dengan menggunakan kosmetik secara berlebihan dan akan menjadi kebiasaan yang konsumtif.

Kotler (2002) menyatakan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah konsep diri. Menurut Fitts (dalam Agustiani, 2009), konsep diri merupakan suatu kerangka acuan yang digunakan individu dalam berinteraksi dengan dunia, sehingga konsep diri memiliki pengaruh yang kuat pada tingkah laku manusia. Hawkins dan Mothersbaugh (2010) membagi konsep diri menjadi empat jenis, yaitu konsep diri aktual, konsep diri ideal, konsep diri pribadi dan konsep diri sosial. Konsep diri aktual adalah bagaimana individu melihat diri sendiri, sedangkan konsep diri ideal

adalah bagaimana diri yang diinginkan oleh individu tersebut. Hal ini berkaitan dengan teori oleh Suprpti (2010) yang menyatakan bahwa semakin besar perbedaan antara konsep diri aktual dan konsep diri ideal, maka semakin rendah harga diri seseorang. Hal ini dapat memengaruhi pembelian, khususnya untuk produk-produk yang dapat meningkatkan harga diri.

Menurut Brooks dan Emmert (dalam Rakhmat, 2007) konsep diri dibagi menjadi dua, yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Tambunan (2001) menjelaskan bahwa remaja yang memiliki konsep diri negatif cenderung mempunyai pandangan yang buruk terhadap diri, sehingga untuk dapat diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan remaja berusaha mengikuti atribut yang sedang menjadi mode dan berperilaku konsumtif. Razmus, Jaroszynska dan Palega (2017) menjelaskan individu yang memiliki konsep diri yang negatif akan cenderung membeli barang-barang yang sedang tren dan mewah untuk menunjang penampilan, dengan tujuan agar dipandang baik oleh orang lain dan sebagai sarana menutupi kekurangan yang ada pada diri. Hal ini berkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2011) yang menyatakan bahwa konsep diri negatif

membuat remaja perempuan berusaha mencapai keadaan diri ideal yang diidamkan, dengan cara membeli dan menggunakan kosmetik, terutama produk pemutih.

Dari berbagai fenomena yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Citra Tubuh dan Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Membeli Kosmetik pada Siswi SMA di Kota Denpasar”. Penelitian kedua faktor tersebut akan diukur berdasarkan dimensi masing-masing variabel dan signifikansinya terhadap perilaku konsumtif. Dengan asumsi bahwa citra tubuh dan konsep diri berperan terhadap perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA di Kota Denpasar.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah perilaku belanja yang berdasarkan keinginan semata serta tidak berdasarkan pada pertimbangan yang rasional. Individu dengan perilaku konsumtif cenderung menggunakan suatu produk secara tidak tuntas atau dapat dikatakan membeli suatu produk yang sama ketika produk yang dimiliki sebelumnya belum habis, yang dapat

disebabkan oleh adanya faktor-faktor seperti faktor hadiah, *tren*, maupun *merk* (Sumartono, 2002).

Maslow (dalam Kotler, 2002) membagi kebutuhan manusia berdasarkan hierarki, yang tersusun dari hierarki terendah sampai hierarki tertinggi. Berdasarkan hierarki tersebut individu akan menahan keinginan untuk membeli barang-barang lain sebelum memenuhi kebutuhan dasar. Namun, individu dengan perilaku konsumtif cenderung menekan kebutuhan dasar untuk membeli sesuatu yang diinginkan (Maslow dalam Sobur, 2003).

Berdasarkan uraian tersebut, perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa secara berlebihan, yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional dan lebih mengutamakan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (2001) terdapat beberapa aspek perilaku konsumtif, yaitu 1) Pembelian Impulsif, 2) Tidak Rasional, dan 3) Boros. Menurut Kotler (2002) terdapat empat faktor dalam pembentukan perilaku konsumtif, yaitu: 1) faktor budaya, 2) faktor sosial yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran, status, dan kelas sosial, 3) faktor pribadi yang terdiri dari usia, kepribadian, konsep diri, gaya hidup,

pekerjaan dan keadaan ekonomi, serta 4) faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi dan pembelajaran.

Citra Tubuh

Menurut Veale dan Neziroglu (2010), citra tubuh merupakan pandangan seseorang yang mencakup persepsi, sikap, pikiran, perasaan dan tingkah laku yang berkaitan dengan tubuh yang dimiliki. Citra tubuh adalah pikiran dan perasaan seseorang terhadap diri fisik yang dimiliki. Perasaan individu tersebut dapat berada pada taraf positif atau negatif yang dipengaruhi oleh media serta hubungan interpersonal individu dengan keluarga maupun dengan lingkungan yang lebih luas (Healey, 2014).

Citra tubuh merupakan bagaimana seseorang memandang tubuh dan merasakan bagaimana berada di dalam tubuh tersebut. Citra tubuh bukan mengenai penampilan fisik, namun bagaimana seseorang memandang penampilan diri dan hal tersebut dapat dipengaruhi oleh teman, keluarga, gaya hidup, budaya dan media (Taylor, 2014). Hal tersebut juga sejalan dengan pernyataan Thompson (dalam Grogan, 2008) yang menyatakan bahwa citra tubuh adalah persepsi, pikiran dan perasaan seseorang mengenai tubuh dan hal tersebut dipengaruhi oleh lingkungan sosial.

Menurut Fallon dan Ackard (dalam Cash & Pruzinsky, 2002) citra tubuh merupakan representasi mental dari tubuh yang meliputi persepsi dari penampilan, perasaan dan pikiran tentang tubuh, bagaimana rasanya berada didalam tubuh, fungsi tubuh dan kemampuan tubuh. Citra tubuh mulai terbentuk pada saat anak-anak prasekolah menginternalisasikan pesan-pesan dan standar-standar kecantikan dari masyarakat dan kemudian menilai diri sendiri berdasarkan standar-standar tersebut (Cash & Pruzinsky, 2002).

Berdasarkan uraian tersebut, citra tubuh merupakan representasi mental yang meliputi persepsi, pikiran, perasaan, sikap dan tingkah laku seseorang terhadap tubuh, yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial, budaya dan media.

Menurut Healey (2014), citra tubuh memiliki empat aspek yaitu 1) pandangan tentang tubuh, 2) perasaan tentang tubuh, 3) pikiran dan kepercayaan tentang tubuh dan 4) perilaku tentang tubuh. Menurut Taylor (2014) citra tubuh dibagi dua berdasarkan ciri-cirinya, yaitu citra tubuh positif dan negatif. Menurut Cash dan Pruzinsky (2002), terdapat tiga faktor yang memengaruhi citra tubuh, yaitu: 1) Media, 2) Keluarga dan 3) Interpersonal.

Konsep Diri

Menurut Khan (2006), konsep diri adalah sikap yang dipegang seseorang tentang bagaimana seseorang memandang diri dan perilaku yang dimiliki dan hal tersebut berpengaruh pada cara berpakaian, produk yang dipakai dan jasa yang dibutuhkan. Kemudian Fitts (dalam Agustiani, 2009) menyatakan konsep diri merupakan aspek penting dalam diri seseorang, karena konsep diri merupakan kerangka acuan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan.

Menurut Hurlock (2011) konsep diri adalah pandangan individu mengenai diri. Konsep diri tersebut terdiri dari dua komponen, yaitu konsep diri sebenarnya dan konsep diri ideal. Konsep diri sebenarnya adalah gambaran mengenai diri, sedangkan konsep diri ideal adalah gambaran individu mengenai kepribadian yang diinginkan. Terdapat dua aspek konsep diri, yaitu fisik dan psikologis.

Dari uraian tersebut, konsep diri merupakan sikap, teori, persepsi dan pandangan individu mengenai diri yang meliputi kemampuan, perilaku dan kepribadian yang menjadi suatu kerangka acuan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan, serta memengaruhi cara berpakaian, produk yang dipakai dan jasa yang dibutuhkan oleh individu tersebut.

Fitts (dalam Agustiani, 2009) menjelaskan konsep diri terdiri dari dua dimensi. Adapun kedua dimensi tersebut yaitu 1) dimensi internal yang terdiri dari komponen identitas diri, komponen perilaku dan komponen penilaian serta 2) dimensi eksternal yang terdiri dari komponen fisik, komponen moral-etik, komponen diri personal/pribadi, komponen diri keluarga, dan komponen diri sosial. Menurut Brooks dan Emmert (dalam Rakhmat 2007) konsep diri dibagi menjadi dua jenis berdasarkan ciri-cirinya, yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Fitts (dalam Agustiani, 2009) menyatakan bahwa konsep diri seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu 1) pengalaman interpersonal, 2) kompetensi dan 3) aktualisasi diri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif survey. Populasi dalam penelitian ini adalah siswi SMA di Kota Denpasar. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswi dari SMA Negeri 2 Denpasar, SMA Negeri 3 Denpasar dan SMA Negeri 7 Denpasar, yang memiliki karakteristik 1) remaja madya berjenis kelamin perempuan berusia 15-18 tahun yang sedang menempuh pendidikan SMA di Denpasar dan 2) pernah membeli dan aktif dalam

menggunakan kosmetik. Sampel diambil menggunakan teknik *cluster sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan area populasi yang telah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2014). Jumlah subjek dalam penelitian ini adalah 116 orang. Proses pengambilan data dilakukan di masing-masing SMA di Kota Denpasar yang dilakukan pada bulan Januari dan Februari 2020.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala citra tubuh, skala konsep diri, dan skala perilaku konsumtif menggunakan jenis skala *Likert* yang terdiri dari 4 pilihan jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS) serta telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Skala citra tubuh dalam penelitian ini disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek

citra tubuh yang dikemukakan oleh Healey (2014) yang terdiri dari 36 aitem pernyataan. Skala konsep diri dalam penelitian ini disusun oleh peneliti berdasarkan dimensi konsep diri yang dikemukakan oleh Fitts (dalam Agustiani, 2009) yang terdiri dari 34 aitem pernyataan. Skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell dan Miniard (2001) yang terdiri dari 32 aitem pernyataan. Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi yang terdiri dari 1) uji normalitas, 2) uji linieritas dan 3) uji multikolinearitas. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kategori skor variabel citra tubuh subjek penelitian dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1.
Kategorisasi Citra Tubuh

Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
$X \leq 63$	Sangat rendah	0	0%
$63 < X \leq 81$	Rendah	4	3,4%
$81 < X \leq 99$	Sedang	44	37,9%
$99 < X \leq 117$	Tinggi	59	50,9%
$117 < X$	Sangat tinggi	9	7,8%

Berdasarkan tabel 1 peneliti menemukan bahwa mayoritas subjek penelitian yaitu sebanyak 59 orang

(50,9%) memiliki skor citra tubuh yang tinggi, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini memiliki citra tubuh yang positif.

Kategori skor variabel konsep diri subjek penelitian dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2.
Kategorisasi Konsep Diri

Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
$X \leq 59,5$	Sangat rendah	0	0%
$59,5 < X \leq 76,5$	Rendah	5	4,3%
$76,5 < X \leq 93,5$	Sedang	52	44,8%
$93,5 < X \leq 110,5$	Tinggi	50	43,1%

110,5 < X	Sangat tinggi	9	7,8%
-----------	---------------	---	------

Berdasarkan tabel 2 peneliti menemukan bahwa mayoritas subjek penelitian yaitu sebanyak 52 orang (44,8%) memiliki skor konsep diri yang sedang, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini memiliki konsep diri yang sedang.

Kategori skor variabel perilaku konsumtif subjek penelitian dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3.
Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
$X \leq 56$	Sangat rendah	30	25,8%
$56 < X \leq 72$	Rendah	69	59,5%
$72 < X \leq 88$	Sedang	16	13,8%
$88 < X \leq 104$	Tinggi	1	0,9%
$104 < X$	Sangat tinggi	0	0%

Berdasarkan tabel 3 peneliti menemukan bahwa mayoritas subjek penelitian yaitu sebanyak 69 orang (59,5%) memiliki skor perilaku konsumtif yang rendah, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini tidak konsumtif dalam membeli kosmetik.

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi yang terdiri dari 1) uji normalitas, 2) uji linieritas dan 3) uji multikolinearitas. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel citra tubuh berdistribusi normal dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,544 dan

signifikansi sebesar 0,929 ($p > 0,05$). Variabel konsep diri berdistribusi normal dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,613 dan signifikansi sebesar 0,847 ($p > 0,05$). Variabel perilaku konsumtif berdistribusi normal dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1,226 dan signifikansi sebesar 0,099 ($p > 0,05$).

Hasil uji linearitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel citra tubuh dengan perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,827 ($p > 0,05$). Variabel konsep diri dengan perilaku konsumtif juga memiliki hubungan yang linear dengan signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,090 ($p > 0,05$).

Hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian yaitu citra tubuh dan konsep diri memiliki nilai toleransi sebesar 0,725 ($> 0,1$) dan nilai VIF 1,379 (< 10) sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terdapat korelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat dapat tabel 4 dan 5 berikut:

Tabel 4.

Hasil Uji Regresi Berganda signifikansi nilai F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1245,279	2	622,640	6,726	0,002
Residual	10461,160	113	92,577		
Total	11706,440	115			

**Tabel 5.
Hasil Uji Hipotesis**

Model	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	88,246	8,859		9,961	0,000
Citra Tubuh	0,313	0,090	-0,361	-3,460	0,001
Konsep Diri	0,073	0,094	0,081	0,777	0,439

Hasil uji regresi berganda menunjukkan F hitung sebesar 6,276 dengan signifikansi sebesar 0,002 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel citra tubuh dan konsep diri secara bersama-sama berperan terhadap perilaku konsumtif, sehingga hipotesis mayor dalam penelitian ini diterima. Variabel citra tubuh memiliki koefisien beta terstandarisasi sebesar -0,361, nilai t sebesar -3,460 dan taraf signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$) yang berarti citra tubuh secara mandiri berperan secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel bebas lainnya yaitu konsep diri memiliki koefisien beta terstandarisasi sebesar 0,081, nilai t sebesar 0,777 dan taraf signifikansi sebesar 0,439 ($p > 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa konsep diri secara mandiri tidak berperan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa hipotesis mayor dalam penelitian ini

diterima, yang berarti citra tubuh dan konsep diri berperan terhadap perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA di Kota Denpasar. Hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa variabel citra tubuh dan konsep diri secara bersama-sama memberikan sumbangan sebesar 10,6% terhadap perilaku konsumtif.

Hasil koefisien beta terstandarisasi menunjukkan bahwa citra tubuh berperan secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan negatif yang berarti semakin positif citra tubuh maka semakin rendah perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik dan sebaliknya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdausi (2018) terhadap remaja perempuan di Kota Bukittinggi yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif kosmetik, yang berarti jika citra tubuh positif maka perilaku konsumtif kosmetik akan cenderung rendah ataupun sebaliknya, jika citra tubuh negatif maka perilaku konsumtif akan cenderung tinggi.

Masa remaja merupakan masa transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, yang melibatkan perubahan biologis, kognitif dan sosioemosional (Santrock, 2020), perubahan-perubahan

yang terjadi pada masa remaja menyebabkan remaja menjadi lebih fokus pada tubuh, terutama remaja perempuan yang memiliki perasaan tidak suka yang lebih tinggi terhadap tubuh dibandingkan dengan remaja laki-laki (Rosenblum & Lewis dalam Papalia, Old & Feldman, 2008). Siswi SMA yang termasuk remaja madya perempuan memiliki salah satu tugas perkembangan yaitu menerima bentuk tubuh yang dimiliki, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan fisik (Fitts dalam Agustiani, 2009). Sehingga citra tubuh yang positif dibutuhkan oleh siswi SMA untuk dapat memenuhi tugas perkembangan yang berkaitan dengan tubuh dan fisik. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan teori Taylor (2014) yang menyatakan bahwa citra tubuh terdiri dari citra tubuh positif dan citra tubuh negatif. Individu dengan citra tubuh positif menyukai dan menerima tubuh yang dimiliki dan tidak menghabiskan banyak waktu untuk fokus pada penampilan, sedangkan individu dengan citra tubuh negatif cenderung fokus pada bagian tubuh yang tidak disukai (Taylor, 2014).

Siswi SMA dengan citra tubuh negatif cenderung merasa tidak puas dengan tubuh dan cenderung berusaha melakukan berbagai cara untuk meningkatkan penampilan, salah satunya dengan menggunakan kosmetik.

Penggunaan kosmetik pada individu dengan citra tubuh negatif akan membantu untuk memperindah penampilan sesuai gambaran ideal yang dipersepsikan. Pratomo (2012) menyatakan, untuk mendapatkan predikat cantik, remaja rela mengeluarkan banyak uang untuk berbelanja pakaian dan perhiasan berharga tinggi dan membeli kosmetik yang mahal. Perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA dengan citra tubuh negatif ditunjukkan dengan pembelian kosmetik secara berlebihan untuk meningkatkan penampilan yang disebabkan oleh rasa tidak puas terhadap tubuh yang dimiliki, hal ini berkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitria dan Sukma (2013) yang menyatakan bahwa pembelian secara berlebihan terhadap pakaian dan alat-alat kecantikan pada remaja perempuan merupakan akibat dari rasa tidak puas dengan bentuk tubuh yang dimiliki, sehingga remaja perempuan cenderung mempercantik diri dengan membeli suatu produk yang dapat menonjolkan bentuk fisik yang dianggap menarik.

Sedangkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami (2014), menunjukkan bahwa citra tubuh yang positif memberikan dampak positif bagi diri baik secara fisik dan psikologis, sehingga individu dengan citra tubuh yang

positif mampu menggunakan uang untuk kebutuhan lain yang lebih penting dibandingkan hanya untuk meningkatkan penampilan dengan menggunakan berbagai macam kosmetik. Citra tubuh yang positif ditunjukkan dengan rasa percaya diri pada siswi SMA, hal ini berkaitan dengan teori oleh Taylor (2014) yang menyatakan bahwa salah satu ciri individu dengan citra tubuh positif yaitu merasa percaya diri dan nyaman dengan tubuh yang dimiliki. Kepercayaan diri yang tinggi dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswi SMA, hal ini berkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusuma dan Afdilah (2012) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri seseorang maka perilaku konsumtif yang dimunculkan akan semakin rendah.

Hasil koefisien beta terstandarisasi menunjukkan bahwa konsep diri tidak berperan secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gumulya dan Widiastuti (2013) terhadap mahasiswa Universitas Esa Unggul yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif. Menurut Fitts (dalam Agustiani, 2009), konsep diri merupakan suatu kerangka acuan yang digunakan individu dalam berinteraksi dengan dunia,

sehingga konsep diri memiliki pengaruh yang kuat pada tingkah laku manusia. Meskipun demikian, perubahan-perubahan yang terjadi pada siswi SMA yang tergolong masa remaja membuat konsep diri berada pada keadaan yang terus berubah, sehingga konsep diri yang menetap dan relatif menjadi pengatur tingkah laku baru terbentuk ketika individu memasuki masa remaja akhir (Agustiani 2009). Mengacu pada pernyataan tersebut, responden dalam penelitian ini yaitu siswi SMA tergolong dalam remaja madya, sehingga konsep diri yang dimiliki cenderung berubah dan belum menetap sehingga tidak memengaruhi perilaku konsumtif responden dalam pembelian kosmetik. Sehingga perlu diperhatikan faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik seperti citra tubuh.

Citra tubuh menjadi faktor penting dalam perilaku konsumtif membeli kosmetik pada siswi SMA. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani dan Kartasmita (2017) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik lebih dipengaruhi oleh faktor lain dibandingkan konsep diri. Menurut Agustiani (2009) untuk memenuhi kebutuhan sosial yang semakin meningkat, remaja memperluas

lingkungan sosialnya seperti lingkungan teman sebaya dan lingkungan masyarakat lain. Ambert (dalam Slavin, 2008) menjelaskan bahwa siswi SMA menghabiskan banyak waktu bersama teman-teman sebaya dibandingkan bersama anggota keluarga atau sendirian, sehingga penerimaan teman sebaya menjadi sangat penting pada siswi SMA. Hal ini berkaitan dengan pernyataan oleh Hurlock (2011) yang menyatakan bahwa dukungan sosial teman sebaya sangat dipengaruhi oleh penampilan diri remaja, sehingga citra tubuh menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh siswi SMA. Mengacu pada hal tersebut peneliti menduga bahwa citra tubuh lebih memengaruhi perilaku konsumtif daripada konsep diri itu sendiri. Artinya, konsep diri tidak efektif tanpa adanya citra tubuh dalam memengaruhi perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra tubuh dan konsep diri secara bersama-sama berperan sebesar 10,6% terhadap perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA di Kota Denpasar.

2. Citra tubuh secara mandiri berperan sebesar 31,3% terhadap perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA di Kota Denpasar.
3. Konsep diri secara mandiri tidak berperan terhadap perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik pada siswi SMA di Kota Denpasar.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat disampaikan beberapa saran bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Siswi SMA di Kota Denpasar
Siswi SMA hendaknya mampu mempertahankan citra tubuh yang positif agar menghasilkan rasa percaya diri dan nyaman dengan tubuh yang dimiliki, sehingga perilaku membeli kosmetik tetap berdasarkan pertimbangan yang rasional. Karena semakin positif citra tubuh siswi SMA, maka perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik cenderung rendah.
2. Bagi Orangtua dan Masyarakat
Orangtua dan masyarakat hendaknya mengawasi dan memberi dukungan terhadap perkembangan citra tubuh anak agar tidak muncul perilaku konsumtif dalam membeli kosmetik di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, H. (2009). *Psikologi Perkembangan: Pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja*. Bandung: Refika Aditama.
- Cash, T.F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. New York: Guilford Press.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Denpasar. (2014). *Kondisi ekonomi*. Denpasar: Penulis. Diakses dari <http://www.denpasarkota.go.id/index.php/selayang-pandang/3/Kondisi-Ekonomi>.
- Engel, F.J., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (2001). *Consumer Behaviour* (edisi kesepuluh). Orlando: Harcourt College Publishers.
- Firdausi, S. (2018). Hubungan Body Image dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik pada Remaja Putri di Bukittinggi. *Jurnal Riset Psikologi*. Vol.2018, No.3, 1-2.
- Fitria, A., & Suksma, D. (2013). Konselor: Jurnal Ilmiah Konseling. *Jurnal Ilmiah Konseling*. Vol.2, No.2, 202-207.
- Hawkins, D.I., & Mothersbaugh, D.L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (edisi kesebelas). New York: McGraw-Hill
- Healey, J. (2014). *Postive Body Image: Issues in Society*. Sydney: The Spinney Press.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (edisi kelima). Jakarta: Erlangga.
- Jumiati. (2009). Perubahan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Akibat Value-Added Telepon Seluler (HP) (Studi Penelitian Mahasiswa Angkatan 2005 -2006 UIN Sunan Kalijaga). (Skripsi). Fakultas Ushuliddin, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Khan, M. (2006). *Consumer Behavior and Marketing Management*. New Delhi: New Age International.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (edisi pertama). Jakarta: Prehallindo.
- Kusuma, A.R., & Afdilah, R. (2012). Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikostudia Universitas Mulawarman*. Vol.1, No.1, 17-30.

- Markplus Inc. (2018). *ZAP Beauty Index 2018*. Jakarta, DKI: Penulis. Diakses dari <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>
- Nurasyiah, A., Dahlan, D., & Budiwati, N. (2009). Analisis Pengaruh Lingkungan Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*. Vol.5, No.14,
- Oktaviani, C., & Kartasasmita, S. (2017). Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*. Vol.1, No.2, 126-133.
- Razmus, W., Jaroszyńska, M., & Pałęga, M. (2017). Personal aspirations and Brand Engagement in Self-concept. *Personality and Individual Differences*. Vol.105, No.1, 294-299.
- Papalia, D.E., Old, S.W., & Feldman, R.D. (2008). *Human Development*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Pratiwi, D.S. (2011). Hubungan Konsep Diri Remaja Putri dengan Perilaku Membeli Produk Kosmetik Pemutih Wajah. (*Skripsi*). Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
- Pratomo, D.Y. (2012). *HypnoBeauty: Sugesti Positif Agar Menjadi Cantik, Bahagia, dan Penuh Percaya Diri*. Bandung: PT. Mizan Publika.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santrock, J.W. (2020). *Life-Span Development* (edisi kesepuluh). New York: McGraw-Hill Education.
- Sari, N.P., & Nuzulia, S. (2014). Nilai Konsumsi pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology*. Vol.3, No.1, 48-54.
- Suprpti, N.W.S. (2010). *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana University Press.
- Slavin, R.E. (2008). *Psikologi Pendidikan: Teori dan Praktik* (edisi kedelapan). Jakarta: PT Indeks.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (mixed method)* (edisi keenam). Bandung: Alfabeta.
- Taylor, J.V. (2014). *The Body Images Workbook for Teens*. Kanada: Raincoast Books.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Pola Hidup Konsumtif*. Diakses dari <http://www.e-psikologi.com/artikel/individual/remaja-dan-perilaku-konsumtif>
- Urbanus, N., & Febianti, F. (2017). Analisis dampak Perkembangan Pariwisata terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Wilayah Bali Selatan. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*. Vol.1, No.2, 118-133.
- Utami, W.T. (2014). Hubungan antara Citra Tubuh dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Make Up Wajah pada Mahasiswi. (*Skripsi*). Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Veale, D. & Neziroglu F. (2010). *Body Dysmorphic Disorder*. New York: John Wiley & Sons.
- Wilani, N.M.A., Valentina, T.D. (2015). *Asesmen dan Modifikasi Perilaku Pada Kelompok Remaja Konsumtif di Sekolah Menengah Atas Denpasar*. Jurnal Publikasi Denpasar: Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Udayana.