

**HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF  
MEMBELI *MAKE-UP* PADA WANITA DEWASA AWAL**

SKRIPSI

Robertus Aprilio Karisma Putra

17.E1.0221



**PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2023**

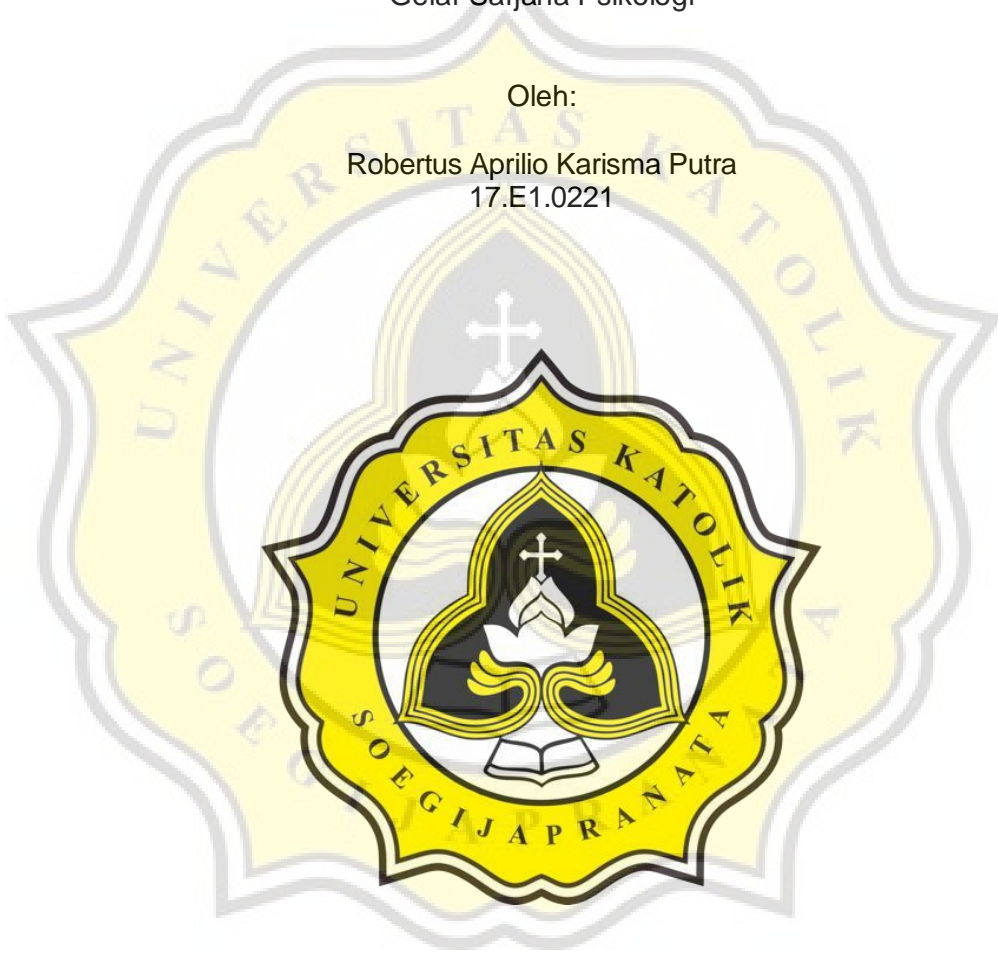
**HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF  
MEMBELI *MAKE-UP* PADA WANITA DEWASA AWAL**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan Diterima untuk  
Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Psikologi

Oleh:

Robertus Aprilio Karisma Putra  
17.E1.0221



**PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif membeli *make-up* pada wanita dewasa awal. Hipotesis yang diajukan adalah “Ada hubungan positif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif membeli *make-up* pada wanita dewasa awal”. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 106 wanita dewasa awal yang aktif menggunakan *make-up* dalam kesehariannya dengan usia 18-25 tahun di kota Semarang. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan Incidental Sampling. Skala pengukuran penelitian ini menggunakan Skala Konsep Diri dan Skala Perilaku Konsumtif Membeli *Make-Up*. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik korelasi *Kendall's* didapatkan nilai sig. (1-tailed)  $p = 0,056$  ( $p < 0,05$ ), artinya tidak terdapat hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif membeli *make-up* pada wanita dewasa awal. Hipotesis yang diajukan ditolak.

**Kata Kunci:** *Konsep Diri, Perilaku Konsumtif Membeli Make-Up, Wanita Dewasa Awal*



## ABSTRACT

*This study aims to determine the relationship between self-concept and consumer behavior in buying make-up in early adult women. The hypothesis put forward is "There is a positive relationship between self-concept and the consumer behavior of buying make-up in early adult women". The subjects in this study were 106 early adult women who actively used make-up in their daily lives aged 18-25 years in the city of Semarang. The sampling technique in this study uses incidental sampling. The measurement scale of this study uses the Self-Concept Scale and the Consumptive Behavior Scale to Buy Make-Up. The data obtained were analyzed using Kendall's correlation technique to obtain a sig. (1-tailed)  $p = 0.056$  ( $p < 0.05$ ), meaning that there is no relationship between self-concept and the consumptive behavior of buying make-up in early adult women. The hypothesis proposed was rejected.*

**Keywords: Self-Concept, Consumptive Behavior of Buying Make-Up, Early Adult Women**

