

ABSTRAK

Nastiti, Yoan Indra. 2023. Hubungan antara Kepribadian *Extraversion* dan *Consumer Engagement* Perempuan Dewasa Awal pada Produk Kosmetik. *Skripsi*. Yogyakarta: Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *extraversion personality* berhubungan dengan *consumer engagement* perempuan dewasa awal pada produk kosmetik. Hipotesis penelitian yang diajukan adalah adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *extraversion personality* terhadap *consumer engagement* perempuan dewasa awal pada produk kosmetik. Subjek penelitian ini merupakan 133 perempuan dewasa awal berusia 18 tahun hingga 25 tahun yang menggunakan produk kosmetik. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner yang terdiri dari skala *consumer engagement* (24 item, $\alpha = 0,891$) dan skala *extraversion* (48 item, $\alpha = 0,939$). Hasil uji asumsi menunjukkan bahwa data terdistribusi normal dan kedua variabel memiliki hubungan yang linear. Oleh karena itu, metode analisis data yang dilakukan adalah *Product Moment Pearson*. Hasil uji analisis membuktikan bahwa variabel *extraversion* memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan *consumer engagement* perempuan dewasa awal pada produk kosmetik. Kedua variabel tersebut memiliki nilai koefisien korelasi $r = 0,167$ dan nilai signifikansi $p = 0,027$. Dengan demikian, penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi kecenderungan *extraversion personality*, maka semakin tinggi juga keterikatan perempuan dewasa awal dalam menggunakan produk kosmetik.

Kata kunci: perempuan dewasa awal, *extraversion*, *consumer engagement*, produk kosmetik

ABSTRACT

Nastiti, Yoan Indra. 2023. Correlation between Extraversion Personality and Early Adult Women's Consumer Engagement in Cosmetic Products. *Thesis*. Yogyakarta: Psychology, Psychology Faculty, Sanata Dharma University.

This research aims to determine whether extraversion personality is associated with early adult women's consumer engagement in cosmetic products. The proposed research hypothesis is that there is a positive and significant relationship between extraversion personality and early adult women's consumer engagement in cosmetic products. The subjects of this research were 133 early adult women aged 18 to 25 who use cosmetic products. Data collection was carried out by distributing questionnaires consisting of a consumer engagement scale (24 items, $\alpha = 0.891$) and an extraversion scale (48 items, $\alpha = 0.939$). The results of the assumption test indicate that the data is normally distributed and the two variables have a linear relationship. Hence, the method of data analysis used in this study is Product Moment Pearson. The outcomes of the analysis test prove that the extraversion variable has a positive and significant relationship with early adult women's consumer engagement in cosmetic products. The two variables have a correlation coefficient of $r = 0.167$ and a significant value of $p = 0.027$. Thus, this research proves that the higher tendency of extraversion personality, the higher consumer engagement level of early adult women when using cosmetic products.

Keywords: early adult women, extraversion, consumer engagement, cosmetic products