

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN *SKINCARE* PADA GENERASI Z

Maria Alana Laksmi Laksita

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pembelian *skincare* pada generasi z. Responden dalam penelitian ini berjumlah 281 orang yang merupakan pengguna *skincare* generasi z. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat hubungan negatif yang signifikan antara perilaku konsumtif pembelian *skincare* dengan harga diri pada generasi z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional, dengan mengadaptasi alat pengumpulan data dari *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) ($\alpha = 0,821$) dan skala perilaku konsumtif ($\alpha = 0,847$). Kedua skala menggunakan jenis respon Likert dengan jumlah aitem pada masing masing skala berjumlah 10 aitem pada RSES dan 48 aitem pada skala perilaku konsumtif. Penelitian ini dilakukan secara daring dengan menggunakan bantuan *Google Form* untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan negatif signifikan dan sangat lemah antara perilaku konsumtif pembelian *skincare* dengan harga diri pada generasi z ($p = < 0,001$, $r = -0,190$). Hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif, maka semakin rendah harga diri dan begitupun sebaliknya.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif, *Skincare*, Harga diri, Generasi Z

***THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND SKINCARE PURCHASE
CONSUMER BEHAVIOR IN GENERATION Z***

Maria Alana Laksmi Laksita

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between consumptive behavior in purchasing skincare products and self-esteem among Generation Z. The respondents in this study consisted of 281 Generation Z skincare users. The hypothesis proposed is that there is a significant negative relationship between consumptive behavior in purchasing skincare products and self-esteem among Generation Z. This study employs a quantitative correlational method, adapting data collection tools from the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) ($\alpha = 0.821$) and the consumer behavior scale ($\alpha = 0.847$). Both scales use a Likert response type, with 10 items on the RSES and 48 items on the consumer behavior scale. This study was conducted online using Google Forms to collect data. The results of this study indicate a significant negative and very weak relationship between consumer behavior in purchasing skincare products and self-esteem among Generation Z ($p = < 0.001$, $r = -0.190$). This means that the higher the consumer behavior, the lower the self-esteem, and vice versa.

Keywords: *Consumer Behavior, Skincare, Self-esteem, Generation Z*

