

ABSTRAK

Remaja akhir merupakan masa peralihan menuju dewasa yang ditandai dengan beberapa hal seperti mencapai hubungan lebih matang dengan teman sebaya, mencapai peran sosial sebagai seorang pria dan wanita, dan lebih menerima kondisi fisik. Salah satu aspek tahap perkembangan pada remaja akhir ialah *self esteem*. Namun, remaja akhir yang memiliki *self esteem* rendah dapat memperlambat proses perkembangan pada saat memasuki tahap dewasa awal. Salah satu permasalahan pada remaja akhir di Kota Bandung ialah mereka menunjukkan perilaku yang kurang menghargai dirinya sendiri jika tidak memakai produk kecantikan. Sebagian dari mereka juga menyatakan bahwa memiliki ketergantungan dalam menggunakan produk kosmetik demi penampilan fisiknya. Hingga akhirnya menimbulkan perilaku *impulsive buying* pada *beauty product*. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *self esteem* dengan *impulsive buying* pada *beauty product* dikalangan remaja akhir kota Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Proses pengambilan data menggunakan media *g-form* yang terdiri dari dua instrument yaitu skala *self esteem* dan skala *impulsive buying*. Sampel penelitian berjumlah 153 remaja akhir Kota Bandung (120 perempuan dan 33 laki-laki, 18-22 tahun). Analisis data diolah menggunakan uji korelasi *spearman's rho* dengan bantuan program *IBM SPSS Ver. 25*. Hasil korelasi penelitian menghasilkan nilai sebesar -0,278, yang artinya terdapat hubungan negatif antara *self esteem* dengan *impulsive buying* pada *beauty product* dikalangan remaja akhir kota Bandung.

Kata kunci: Remaja akhir, *Self esteem*, *Impulsive Buying*, *Beauty Product*.

ABSTRACT

Late adolescence is a transitional period towards adulthood characterized by things such as achieving more mature relationships with peers, achieving social roles as a man and woman, and more accepting physical conditions. One aspect of the developmental stage in late adolescence is self esteem. However, late adolescents who have low self esteem can hinder the developmental process when entering the early adult stage. One of the problems in late adolescents in Bandung City is that they show behavior that lacks self-esteem if they do not use beauty products. Some of them also stated that they are dependent on using cosmetic products for their physical appearance. Until finally causing impulsive buying behavior on beauty products. Therefore, the purpose of this study is to determine how the relationship between self esteem and impulsive buying on beauty products among late adolescents in Bandung. This research is a correlational quantitative research. The data collection process uses g-form media which consists of two instruments, namely the self esteem scale and the impulsive buying scale. The research sample amounted to 153 late adolescents in Bandung City (120 women and 33 men, 18-22 years old). Data analysis was processed using the Spearman's rho correlation test with the help of the IBM SPSS Ver program. 25. The results of the research correlation resulted in a value of -0.278, which means that there is a negative relationship between self esteem and impulsive buying on beauty products among late adolescents in Bandung.

Keywords: Late adolescents, Self esteem, Impulsive Buying, Beauty Product.