

ABSTRAK

Bagi perempuan penampilan yang cantik secara fisik adalah memiliki wajah yang cantik, tubuh yang proporsional, berkulit putih dan mulus. Hal ini mengakibatkan masih banyak yang memiliki rasa ketidakpuasan pada tubuhnya atau *body dissatisfaction*. Salah satu tindakan yang dilakukannya yaitu membeli berbagai jenis produk-produk kosmetik untuk menutupi kekurangannya dan menunjang penampilannya secara impulsif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *body dissatisfaction* terhadap *impulsive buying* kosmetik pada wanita dewasa awal dikota Bandung. Responden dalam penelitian ini berjumlah 226 orang dan pernah atau menggunakan kosmetik. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner berupa *google form*. Metode pengumpulan data menggunakan dua skala psikologi, yaitu *body dissatisfaction* dan skala *impulsive buying*. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *body dissatisfaction* terhadap *impulsive buying* pada wanita dewasa awal dikota Bandung dengan signifikansi sebesar 0,000 dengan R^2 sebesar 0,252.

Kata Kunci: Body Dissatisfaction, Impulsive Buying, Dewasa Awal, Kosmetik

ABSTRACT

For women, physically beautiful appearance means having a beautiful face, a proportional body, white and smooth skin. This result in many people still feeling dissatisfied with their bodies or body dissatisfaction. One of the actions she took was buying various types of cosmetic products to cover her shortcomings and improve her appearance impulsively. Therefore, this study aims to determine the effect of body dissatisfaction on impulsive buying of cosmetics in early adulthood in the city of Bandung. Respondents in this study totaled 226 people and used or used cosmetics. The research method used is a quantitative approach. The sampling technique uses non-random purposive sampling. The data collection method uses a questionnaire in the form of a Google form. The data collection method uses two psychological scales, namely body dissatisfaction and impulsive buying scale. The results of simple regression analysis show that there is a significant influence between body dissatisfaction on impulsive buying in early adulthood in the city of Bandung with a significance of 0,000 with an R^2 of 0,252.

Keywords: Body Dissatisfaction, Impulsive Buying, Cosmetic