

HUBUNGAN ANTARA *BODY IMAGE* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWI SMK FARMASI SARI FARMA DEPOK

Qoimatul Laili, Tatie Soeranti, Yuarini W Pertiwi
Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dari Body Image dengan Perilaku Konsumtif, adapun subjek responden pada penelitian ini adalah seluruh siswi di SMK Farmasi Sari Farma Depok dengan proses pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling* maka didapat sebanyak 180 siswi sebagai sampel. Metode Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain korelasional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Body Image memiliki hubungan negative dengan Perilaku Konsumtif dimana $p \leq 0.05$ artinya jika Body Image tinggi maka tingkat Perilaku Konsumtif akan menurun, dan sebaliknya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih dapat memperhatikan faktor-faktor lain yang berkaitan dengan perilaku konsumtif seperti kebudayaan, kelas sosial, kepribadian, konformitas dan faktor lainnya.

Kata kunci : *Body Image, Perilaku Konsumtif*

Latar Belakang

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Menurut Papalia dan Old (2001), masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang pada umumnya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia akhir belasan tahun atau awal dua puluhan tahun. Sedangkan Sarwono (2003) mengemukakan bahwa usia remaja berkisar antara 13 tahun sampai dengan 19 tahun.

Pada masa ini, individu akan mengalami perubahan pada sikap dan perilakunya sejajar dengan tingkat pertumbuhan fisiknya. Perubahan-perubahan yang dialami terkadang menjadikan remaja cenderung bermasalah terhadap tubuhnya sehingga menimbulkan ketidakpercayaan diri terhadap penampilan fisik yang dimilikinya. Mighwar (2006) mengatakan bahwa remaja yang merasa gelisah akan tubuhnya yang berubah dan merasa tidak puas dengan penampilan dirinya akan sulit untuk menerima dirinya sendiri. Salah satu dampak psikologis dari perubahan tubuh pada saat masa puber terhadap remaja yaitu adanya perasaan cemas dengan tubuh mereka sehingga membentuk *body image* mengenai kondisi tubuh mereka.

Body image merupakan suatu sikap atau perasaan puas dan tidak puas yang dimiliki oleh seseorang atau suatu individu tertentu terhadap tubuhnya sehingga dapat melahirkan

suatu penilaian yang positif atau negatif pada dirinya tersebut. Menurut Honigam dan Castle (2007) *body image* merupakan gambaran mental seseorang terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, bagaimana seseorang mempresepsi dan memberikan penilaian atas apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya dan atas penilaian orang lain terhadap dirinya.

Banyak kasus yang menunjukkan bahwa ketidakpuasan remaja putri terhadap bentuk tubuhnya, seperti pada penelitian Rosen dan Gross di U.S (dalam Dacey dan Kenny, 2000) yang meliputi 1.373 putra dan putri sekolah menengah atas bahwa remaja putri menghabiskan waktu mereka 4 kali lebih banyak dibandingkan pria untuk mencoba mengurangi berat badan mereka. Bahkan kasus bulimia yang terjadi pada mantan artis cilik Indonesia yaitu Tina Toon selama 4 tahun, hal ini disebabkan oleh rasa ketidakpercayaan diri terhadap tubuhnya yang gemuk dan ejekan yang didapat dari kawan-kawannya saat kecil (Puspasari, 2014). Hal ini diperkuat oleh hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa siswi SMK Farmasi Sari Farma. Mereka menyatakan bahwa uang jajan yang didapatkan lebih banyak dikeluarkan untuk menunjang kecantikan diri seperti ke salon, membeli peralatan kosmetik, *body gel*, pemancung hidung dan sebagainya dengan alasan karena untuk menjadikan diri lebih cantik dan mengikuti trend yang ada pada saat ini. Bahkan dalam salah satu wawancara, siswi menyatakan bahwa ia bisa tidak memilih untuk jajan di sekolah dalam satu minggu karena lebih memilih menyisihkan uang untuk membeli produk kecantikan yang harganya tidak murah menurut dirinya. Oleh karena itu, terlihat dari pernyataan di atas bahwasanya terdapat hubungan antara *body image* terhadap perilaku konsumtif remaja putri. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu Tiurma Yustisi Sari (2009), bahwasanya terdapat hubungan antara *body image* dengan perilaku konsumtif, semakin remaja memiliki *body image* negatif maka semakin tinggi tingkat konsumtif pada remaja putri.

Berdasarkan pada fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai *body image* yang kaitannya dengan perilaku konsumtif pada remaja putri, dengan mengambil sampel siswi SMK di salah satu sekolah menengah kejuruan yang berada di daerah Depok. Sehingga penelitian berfokus pada Hubungan Antara *Body Image* dengan Perilaku Konsumtif pada siswi di SMK Farmasi Sari Farma di Depok.

Body Image

Kata *body image* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah istilah asing dari bahasa kedokteran, yang memiliki arti citra tubuh. Thompson, dkk. (2000), *body*

image adalah evaluasi terhadap ukuran tubuh seseorang, berat ataupun aspek tubuh lainnya yang mengarah kepada penampilan fisik, di mana evaluasi ini dibagi menjadi tiga area yaitu komponen persepsi, yang secara umum mengarah kepada keakuratan dalam mempersepsi ukuran (perkiraan terhadap ukuran tubuh), komponen subyektif yang mengarah pada kepuasan, perhatian, evaluasi kognitif dan kecemasan serta komponen perilaku, yang memfokuskan kepada penghindaran individu terhadap situasi yang mengakibatkan ketidaknyamanan terhadap penampilan isiknya sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi *body image*

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan *body image* menurut Cash dan Pruzinsky (2002) adalah:

a. Media Massa

Isi tayangan media sangat mempengaruhi perkembangan *body image* remaja putri, di mana media sering menggambarkan standar kecantikan wanita yang memiliki tubuh ideal adalah yang bertubuh kurus. Hal ini membuat banyak remaja putri yang percaya bahwa bertubuh kurus merupakan kriteria bertubuh sehat. Lebih lanjut, majalah wanita terutama majalah fashion, film dan televisi sering menyajikan gambar model-model yang bertubuh kurus, mulus, memiliki payudara besar dan berambut kuat dan mengkilau, sebagai figur yang ideal sehingga menyebabkan banyak remaja putri merasa tidak puas dengan dirinya dan mengalami gangguan makan.

b. Keluarga

Menurut teori perkembangan sosial, orang tua merupakan model yang penting dalam proses sosialisai sehingga mempengaruhi *body image* anak-anaknya melalui pemodelan, umpan balik dan instruksi.

c. Hubungan Interpersonal

Hubungan interpersonal membuat seseorang cenderung membandingkan diri sendiri dengan orang lain dan umpan balik yang diterima mempengaruhi konsep diri seseorang termasuk termasuk bagaimana perasaan diri terhadap penampilan fisik. Hal inilah yang sering membuat seseorang cemas terhadap penampilan dan gugup ketika orang lain melakukan evaluasi. Umpan balik terhadap penampilan dan kompetisi teman sebaya dan keluarga dalam hubungan interpersonal mempengaruhi bagaimana pandangan dan perasaan seseorang terhadap tubuhnya.

Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk lain atau memberi barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut. Demikian pula Asry (2006) mengatakan bahwa konsumtif menjelaskan mengenai keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Suprana (Agustina, 2002) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah sebagai kecenderungan seseorang yang berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana.

Secara psikologis perilaku konsumtif ditandai dengan emosi yang tinggi, terkadang tidak disadari, dan tidak logika (Callebaut, dkk, 2002). Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (dalam Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Pengukuran perilaku konsumtif menggunakan indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yaitu:

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Remaja membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

b. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen remaja sangat mudah terbuju untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar remaja selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain.

d. Membeli produk atas pertimbangan harga

Konsumen remaja cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Remaja mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren di mata orang lain.

f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Remaja cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Remaja juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

g. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri.

Remaja sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis.

Remaja akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merk yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakai.

Mangkunegara (2005) mengatakan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial, karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayu iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya dan inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja.

Pada umumnya remaja putri memiliki standar-standar tertentu tentang sosok ideal yang didambakan, seperti standar cantik adalah berpostur tinggi, tubuh langsing dan kulit putih (dalam penelitian Rini, 2006). Matlin (2004) mengatakan bahwa kebanyakan remaja putri pada umumnya percaya bahwa penampilan yang baik dan kecantikan fisik merupakan dimensi yang sangat penting untuk wanita.

Tanoto (2009) mengatakan bahwa media massa baik tayangan iklan di televisi maupun di majalah yang banyak menampilkan figur-figur ideal remaja dan menawarkan produk-produk remaja akan mempengaruhi remaja tersebut sehingga mudah sekali tertarik dan menjadi konsumtif terhadap penampilan mereka. Remaja putri akan lebih boros untuk membelanjakan uang sakunya untuk membeli sesuatu yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan akan kecantikan dan penampilan dirinya.

Dengan kondisi tersebut, berbagai media massa yang menampilkan sosok figur ideal remaja secara tidak langsung mempengaruhi body image yang dimiliki remaja putri tentang

tubuh ideal remaja, hal ini menjadikan remaja putri ingin memiliki tubuh ideal. Terlebih lagi kelompok usia remaja merupakan konsumen yang potensial dalam mengkonsumsi produk kecantikan. Sehingga faktor-faktor tersebut menjadikan remaja putri lebih mudah terpengaruh dalam membelanjakan uang untuk membeli produk kecantikan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti ini ingin membuktikan adanya hubungan antara perilaku konsumtif dan *body image* pada remaja putri.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat korelasional, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Menurut Yatim Riyanto (dalam Zuriyah, 2006), penelitian korelasional adalah penelitian yang akan melihat hubungan antar variabel atau beberapa variabel dengan variabel lain. Sedangkan menurut Gall and Gall (dalam Suharsaputra, 2012), menyatakan bahwa rancangan penelitian korelasional dipergunakan untuk dua tujuan utama yaitu untuk mengeksplor hubungan kausal diantara variabel dan untuk memprediksi skor pada satu variabel atas variabel lainnya.

Adapun pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Artinya, pengambilan sampel didasarkan pada kriteria tertentu (Sudjana, 2005). Dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan peneliti (Sujiyo, 2011). Dalam pengambilan ukuran sampel, peneliti mendapatkan sampel sejumlah 180 orang yang sesuai dengan kriteria sampel dan terdiri dari siswi kelas 1 hingga kelas 3.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen berupa skala, yang terdapat dua macam alat ukur yaitu alat ukur *body image* dan perilaku konsumtif.

1. Alat Ukur *Body Image*

Skala *body image* yang disusun berdasarkan aspek-aspek *body image* oleh Cash (2000). Skala ini menggunakan model interval, yang terdiri dari pernyataan dengan menggunakan empat pilihan jawaban yaitu: sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), sangat tidak sesuai (STS). Adapun skala disajikan dengan 35 item pernyataan yang mendukung maupun yang tidak mendukung berjumlah 35 item yaitu total untuk skala ini adalah 70 item . Dengan bobot penilaian untuk pernyataan mendukung yaitu SS= 4, S=3, TS= 2, STS=1. Sedangkan untuk bobot pernyataan yang tidak mendukung adalah sebaliknya yaitu SS=1, S=2, TS=3, STS=4.

2. Alat ukur perilaku konsumtif disusun berdasarkan delapan indikator perilaku konsumtif yang ditetapkan oleh Sumartono (2002). Skala respon perilaku konsumtif terdiri dari 40 pernyataan yang disusun berdasarkan indikator perilaku konsumtif oleh Sumartono. Dengan empat pilihan yaitu : selalu (SL), sering (SR), jarang (JR), tidak pernah (TP). Bobot penilaiannya yaitu untuk SL=4, SR=3, JR=2, TP=1

Untuk menguji validitas instrumen dengan bantuan program *SPSS* versi 20.0 *for windows*. Untuk menginterpretasikan tingkat validitas, dikatakan valid jika $r \geq 0,300$ atau lebih besar sama dengan 0,300 (Azwar, 2005). Dalam penelitian ini, untuk mencari reliabilitas skala perilaku konsumtif dengan body image adalah dengan menggunakan teknik koefisien *Alpha Cronbach* dengan program komputer *SPSS* version 20.0. Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 maka semakin tinggi reliabilitasnya dan sebaliknya.

Untuk melihat kaidah uji hipotesa taraf signifikan korelasi berdasarkan lebih besar atau lebih kecil dari taraf signifikan (p) yang telah ditetapkan yaitu 0.05. jika hasil yang diperoleh dari nilai $p < 0,05$ maka hasilnya signifikan sehingga hipotesa (H_0) ditolak. Hal ini berarti ada hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Sedangkan apabila hasil $p > 0,05$ maka hasilnya tidak signifikan, sehingga hipotesa (H_0) diterima, yang berarti tidak ada hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya.

Hasil

Subjek yang telah mengisi kuesioner dengan rentang usia 15-18 tahun. Subjek berusia 15 tahun sebanyak 46 orang (26%), subjek berusia 16 tahun sebanyak 55 orang (31%), subjek berusia 17 tahun sebanyak 60 orang (33%), dan subjek berusia 18 tahun sebanyak 19 orang (10%).

Usia	Jumlah orang	Persentase
15 tahun	46 orang	26%
16 tahun	55 orang	31%
17 tahun	60 orang	33%
18 tahun	19 orang	10%
Total	180 orang	100%

Gambaran subjek berdasarkan usia

Berdasarkan tingkatan kelas di sekolah, siswa yang terlibat dalam penelitian ini yakni kelas IX sebanyak 67 orang, kelas X sebanyak 63 dan kelas XI sebanyak 50 orang.

Berdasarkan hasil uji statistik teknik korelasi bivariat dalam penelitian ini, diperoleh bahwa hipotesis yang berbunyi “Ada hubungan antara body image dengan perilaku konsumtif pada siswi SMK Farmasi Sari Farma”, diterima dengan nilai koefisien korelasi $r_{xy} = -0.273^{**}$ dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya body image yang baik maka perilaku konsumtif semakin rendah.

Hal ini sejalan dengan penelitian Sufrihana Rombe (2014) yang menyebutkan terdapat hubungan yang signifikan antara body image dengan perilaku konsumtif pada remaja. Hal serupa juga diungkapkan oleh Tiurma Yustisi Sari (2009) yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara body image dengan perilaku konsumtif pada remaja putri sebesar 12%. Hal ini berarti semakin tinggi body image yang dimiliki siswi maka semakin rendah perilaku konsumtif yang muncul. Sebaliknya, semakin rendah body image seorang remaja siswi maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang muncul.

Hasil penelitian yang telah peneliti lakukan kepada siswi SMK Farmasi Sari Farma menunjukkan bahwa body image remaja siswi berada dalam kategori sedang yaitu sebesar 99,4%, sedangkan hasil perilaku konsumtif termasuk dalam kategori sedang yaitu sebesar 100%.

Hasil korelasi antara body image dengan perilaku konsumtif pada siswi ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi antara body image dengan perilaku konsumtif sebesar adalah $r_{xy} = -0.273^{**}$ dan $p = 0.000$ lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara keduanya adalah negatif yang signifikan karena $p < 0,05$. Dikatakan negatif karena hubungan antara kedua variabel tersebut adalah berlawanan. Hal ini berarti jika variabel X-nya tinggi maka variabel Y-nya rendah begitu pula sebaliknya, dalam hal ini jika tingkat body image tinggi maka perilaku konsumtif akan rendah dan sebaliknya jika siswi yang memiliki body image tinggi maka intensitas perilaku konsumtif akan rendah.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat maka dapat ditarik kesimpulan yaitu ada hubungan yang negatif antara Body Image dengan Perilaku konsumtif pada siswi SMK Farmasi Sari Farma Depok dengan $r_{xy} = -0.273^{**}$ dan $p = 0.000$ lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi body image yang dimiliki maka cenderung semakin rendah tingkat perilaku konsumtif siswi dan sebaliknya. Dengan demikian maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji lebih jauh dalam tentang penelitian yang serupa, disarankan untuk lebih dapat memperhatikan faktor-faktor lain yang berkaitan dengan perilaku konsumtif seperti kebudayaan, kelas sosial, kepribadian, konformitas dan faktor lainnya.

Bagi siswi disarankan untuk menanamkan sikap positif dalam memandang keadaan fisik diri agar dapat terbentuk *body image* yang positif sehingga dapat menjadi upaya dalam mengurangi perilaku konsumtif khususnya dalam membelanjakan produk-produk kecantikan secara berlebihan. Bagi guru disarankan memberikan referensi edukasi kepada siswi tentang *body image* positif untuk salah satu upaya dalam mengontrol dan mencegah peningkatan perilaku konsumtif di kalangan remaja putri, khususnya pada siswi sekolah menengah atas.

Bagi orang tua disarankan untuk memberikan edukasi kepada anak mengenai penerimaan diri positif, yang kemudian diharapkan anak mampu mensyukuri akan bentuk tubuhnya sehingga anak memiliki citra diri yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Inca. 2005. Gambaran Gaya Hidup Remaja yang Memiliki Keterlibatan Tinggi Terhadap Shopping Mall. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya. Jakarta.
- Ali, Mohammad dan Asrori, Mohammad. 2008. Psikologi Remaja: Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: P.T. Bumi Aksara.
- Al-Mighwar. (2006). Psikologi Remaja : Petunjuk bagi Guru dan Orangtua. Bandung : Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariska. 2015. Tiga Cara memasarkan Pakaian di Internet. 2 Mei 2015. <http://www.garut.co>
- Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga; Jakarta.
- Arsy, M. 2006. Kebutuhan atau Gaya Hidup Konsumtif. SriwijayaPost
- Aryani, Gunita. 2006. Hubungan antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMA Negeri 1 Semarang. Skripsi. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Semarang.
- Assauri, Sofjan. 2004. Manajemen Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Azwar, Saifuddin. (2008). Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. 2005. Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Callebaut, J. Dkk. 2002. The Naked Consumer Behavior Today. Garant

- Cash, T. F. (2000). *The Multidimensional Body-Self Reaction Questionnaire: MBSRQ User's Manual (3rd Revision)*. Virginia : Old Dominion, University Norfolk.
- Cash, T.F. dan Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. New York : Guildford Press.
- Dacey, J., dan Kenny, M. (2000). *Adolescent Development. (2nd Edition)*. USA : Brown and Benchmark Publisher.
- Engel, James, F., Blackwell, Roger D. and Miniard, Paul W. (1995). *Perilaku Konsumen. Jilid 1. Edisi Keenam*. Jakarta : Penerbit Binarupa Aksara.
- Honigman, R dan David J. C. (2007). *Living with Your Looks*. Victoria: University of Western Australia Press.
- Januar, V. 2007. Citra Tubuh Pada Remaja Putri Menikah Dan Memiliki Anak, *Jurnal Psikologi*, Vol. 1, No 1, Desember 2007. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma Jakarta.
- Kartono, K. (2003). *Pengantar Ilmu Mendidik Teoritis*. Surabaya: CV Mandar Maju
- Kementrian Pendidikan Nasional. 2010. *Mengejar Remaja Sampai ke Mall*.
Internet. <http://www.suaramerdeka.com/dikmas/indes.php/>. diakses 28 Mei 2015.
- Kuncoro, E.A dan Riduwan. (2005). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Alfabeta, Bandung.
- Mangkunegara, A. P (2005). *Perilaku Konsumen*. Bandung: P.T. Refika Aditama.
- Matlin, M. W. (2004). *The Psychology Of Women (5Th ed.)*. California: Wadsworth.
- Mia. 2015. *Cantik Sih, Tapi...* 31 Juni 2015. <http://www.republika.co.id>
- Monks, F.J., A.M., dan Haditono, Siti R. 2004. *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Jogjakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mubin, dan Cahyadi, A. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Ciputat; Quantum Teaching.
- Na'imah, T. 2008. Pengaruh Komparasi Sosial Pada Public Figure Di Media Massa Terhadap Body Image Remaja Di Kecamatan Patikraja, kabupaten banyumas, *Jurnal Psikologi Penelitian Humaniora*, Vol. 9, No. 2, 2008. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Nasution, S. 2007. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Notoatmodjo, S. 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Papalia, Old, Feldman. (2008). *Human Development (terjemahan)*. Jakarta : Kencana.
- Puspasari. 2015. *Empat Tahun Derita Bulemia*. 31 Juni 2015. <http://hot.detik.com>
- Ramadhani, S. 2015. *Bahaya Gaya Selebriti yang Picu Obsesi Remaja jadi Langsing*. 29 Mei 2015. <http://www.cnnindonesia.com>.
- Riduan. (2007). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.

- Rini, J. 2006. Mengapa Remaja Cemaskan Penampilan?. Internet. <http://www.balipost.com> diakses 29 Mei 2015.
- Rombe, S. 2014. Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di SMK Negeri Samarinda, *Jurnal Psikologi*, Vol. 2 No.1.76-91.
- Rudd, N.A. & Lennon S.J. (2000). Citra Tubuh and Appearance: Management Behaviors in Colloge Woman. *Clothing and Texteles Research Journals*, (32), 615-625.
- Santrock, J, W. (2001). *Adolesence (Perkembangan Remaja)*, edisi 6. Jakarta : Erlangga
- Santrock. (2003). *Adolescence*. Jakarta: Erlangga
- Sari, T, Y. 2009. Hubungan antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri, Medan: Universitas Sumatera Utara
- Sarwono, S.W. (2003). *Psikologi Remaja*. Jakarta : Balai Pustaka .
- Simanjuntak, R. 2005. Perbedaan Kepuasan Body Image antara Wanita Remaja Model Pria dan Wanita. Medan : Program Studi Psikologi USU.
- Sudjana, N. 2005. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suparman, I.A. 2013. *Aplikasi Komputer dalam Penyusunan Ilmiah*. Tangerang: Pustaka Mandiri
- Tanoto, W. (2009) *Perempuan Dalam Dunia Media*. Artikel (on line). Dari [:http://www.mitrawacanarc.com](http://www.mitrawacanarc.com) [akses 21 Oktober 2014]
- Thompson, J. K., Smolak, L. (2000). *Body Image, Eating Disorders and Obesity in Youth : Assessment, Prevention, and Treatment*. Washington : American Psychology Association.
- Zebua, A.S. Dan Nurdjayadi, R. D. 2001. Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Jurnal Phronesis*. Vol.3 No.6, 72-82.
- Zulkifli. (2005). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Zuriah, N. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan : Teori-Aplikasi*. Jakarta: Bumi Akasara.