

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *body image* dan persepsi harga terhadap perilaku konsumtif mahasiswi dalam berbelanja *online*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan analisis regresi berganda. Responden dalam penelitian ini berjumlah 261 orang dengan kriteria mahasiswi aktif fakultas Psikologi UIN Bandung berusia 18 - 25 tahun dan pernah berbelanja produk *fashion* maupun kecantikan di *online shop*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner hingga menunjukkan hasil analisis data deskriptif setiap variabel pada semua angkatan berada pada kategori sedang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *body image* dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada setiap angkatan ditunjukkan dengan nilai signifikansi < 0.05 . Begitu pula pada variabel *body image* secara parsial yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada setiap angkatan. Berbeda dengan hasil uji parsial pada variabel persepsi harga yang tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada setiap angkatan ditunjukkan dengan nilai signifikansi > 0.05 .

Kata Kunci : perilaku konsumtif, mahasiswi, belanja *online*.

