

HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU FOMO SKINCARE PADA DEWASA AWAL

NUR AFNI NAZILATUS SYAFA'AH

NIM:21.23.73201.045

Fakultas Psikologi

Universitas Darul 'Ulum Jombang

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan FoMO skincare pada dewasa awal. Dengan hipotesis yang diajukan, adakah hubungan antara kepercayaan diri dengan FoMO skincare pada dewasa awal. Penelitian ini melibatkan 54 responden, Teknik pengambilan data menggunakan purposive random sampling yang dilakukan secara online melalui *google form*. Berdasarkan hasil analisis uji korelasi *Product Moment Pearson*, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) = 0.720 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif signifikan antara kepercayaan diri dengan FoMO Skincare, artinya semakin tinggi kepercayaan diri maka akan semakin tinggi FoMO Skincare pada dewasa awal. Sebaliknya semakin rendah penerapan kepercayaan diri maka akan semakin rendah FoMO Skincare pada dewasa awal. Diperoleh $R^2 = 0,518$ atau 51,8% kepercayaan diri menyumbang terhadap FoMO skincare.

Kata Kunci: kepercayaan diri, FoMO skincare, dewasa awal

HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU FOMO SKINCARE PADA DEWASA AWAL

NUR AFNI NAZILATUS SYAFA'AH

NIM:21.23.73201.045

Fakultas Psikologi

Universitas Darul 'Ulum Jombang

ABSTRAKSI

This study aims to determine the relationship between self-confidence and FoMO skincare in young adults. The hypothesis proposed is whether there is a relationship between self-confidence and FoMO skincare in young adults. This study involved 54 respondents. Data collection techniques used purposive random sampling conducted online via Google Forms. Based on the results of the Pearson Product Moment correlation test, a correlation coefficient (r) of 0.720 was obtained with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). This indicates that there is a significant positive correlation between self-confidence and FoMO Skincare, meaning that the higher the self-confidence, the higher the FoMO Skincare in early adulthood. Conversely, the lower the level of self-confidence, the lower the FoMO Skincare in early adulthood. $R^2 = 0.518$ or 51.8% of self-confidence contributes to FoMO Skincare.

Kata Kunci: self confidence, FoMO skincare, early adulthoodl