

**PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU PEMILIHAN
KOSMETIK PERAWATAN KULIT WAJAH SEHARI-HARI
(Studi Pada Siswi Putri di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang Jurusan
Manajemen Perkantoran)**

Della Aleyda Noor¹, Elvyra Yulia², Lilis Jubaedah³.

**Fakultas Teknik, Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan,
Universitas Negeri Jakarta, Kota Jakarta**

Abstrak | Lingkungan sosial memiliki pengaruh yang penting dalam perilaku individu di dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya perilaku seorang remaja putri dalam memilih kosmetika perawatan kulit wajah sehari – hari bagi kondisi kulit mereka. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adakah pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Sehari – Hari Yang Benar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah 30 siswi putri berusia 17-18 dengan Jurusan Manajemen Perkantoran SMK Muhammadiyah 1 Tangerang. Uji normalitas yang dilakukan pada data primer menggunakan rumus Kolmogorov Smirnov dengan hasil nilai signifikansi sebesar 0,200 atau lebih besar dari $> 0,05$ yang berarti data terdistribusi normal. Lalu, pada uji linearitas didapatkan nilai signifikansi deviasi sebesar 0,157 yang berarti lebih besar dari 0,05. Dengan tingkat signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$ yang artinya data yang diperoleh berpola linear. Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan ditunjukkan pada nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 13,5%. Serta uji hipotesis dengan uji t dengan nilai signifikansi sebesar 0,046. Hal ini membuktikan adanya pengaruh yang kuat dari Lingkungan Sosial Sekunder yaitu Komunitas. Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, karena menunjukkan adanya pengaruh dari Lingkungan Sosial dengan Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Sehari – Hari Yang Benar.

Kata Kunci: Lingkungan Sosial, Perilaku Pemilihan, Kosmetika Sehari – Hari Yang Benar, Perawatan Kulit Wajah.

Abstract

The social environment plays a significant role in shaping individual behavior in daily life, particularly for young women as they select appropriate facial skin care cosmetics for their specific skin needs. This study aims to explore the impact of the social environment on the behaviour of choosing suitable daily facial skin care products. Utilizing a quantitative research method, the sample consisted of 30 female students aged 17-18 from the Office Management Department at SMK Muhammadiyah 1 Tangerang. Normality tests on the primary data were conducted using the Kolmogorov-Smirnov formula, yielding a significance value of 0.200, which indicates that the data is normally distributed. Furthermore, the linearity test resulted in a deviation significance value of 0.157, also greater than 0.05. With a significance level of 0.046, which is less than 0.05, it confirms a linear relationship among the data. The results from hypothesis testing indicate an R Square value (Coefficient of Determination) of 13.5%. In addition, the t-test revealed a significance value of 0.046. These findings suggest a notable influence of the secondary social environment, specifically the community. Thus, we can conclude that the null hypothesis (H_0) is rejected in favour of the alternative hypothesis (H_a), confirming the influence of the social environment on the behaviour of selecting the right daily facial skin care cosmetics.

Keywords: *Social Environment, Selection Behaviour, Proper Daily Cosmetics, Facial Skin Care.*

Pendahuluan

Kecantikan merupakan anugerah yang menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi perempuan. Sebagai sesuatu yang dihargai dalam masyarakat, kecantikan fisik seringkali menjadi fokus utama, termasuk perawatan wajah dan tubuh (Afianti, 2018). Setiap perempuan cenderung ingin tampil menarik, baik dari segi wajah, warna kulit, maupun penampilan secara keseluruhan. Salah satu cara untuk mencapai hal tersebut adalah melalui penggunaan kosmetik, terutama produk perawatan kulit wajah.

Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Manusia, sebagai makhluk sosial, selalu berinteraksi dengan lingkungannya dalam upaya mempertahankan kehidupannya (Purba, 2005). Interaksi sosial yang terjadi di dalam masyarakat menciptakan lingkungan sosial yang mempengaruhi pandangan dan perilaku individu. Lingkungan sosial ini mencakup individu-individu, kelompok, dan organisasi yang berinteraksi dengan seseorang (Walgito, 2010). Perbedaan latar belakang lingkungan sosial ini dapat membentuk persepsi dan perilaku seseorang terhadap sesuatu, termasuk dalam hal pemilihan produk kosmetik (Kurniawan & Wustqa, 2014).

Perilaku dalam memilih kosmetik dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengaruh lingkungan sosial. Menurut Lette et al. (2019), perilaku adalah aktivitas manusia yang dapat diamati, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan terbentuk dari faktor eksternal seperti lingkungan sosial dan budaya. Faktor sosial dan budaya ini memegang peranan penting dalam membentuk perilaku individu, terutama dalam hal preferensi dan pemilihan produk kecantikan.

Kosmetik perawatan kulit wajah, atau yang lebih dikenal dengan skincare, telah menjadi bagian penting dalam rutinitas perawatan diri, tidak hanya bagi perempuan dewasa, tetapi juga bagi remaja putri. Remaja putri, khususnya, rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial dalam memilih produk kosmetik perawatan wajah. Hal ini disebabkan oleh tekanan sosial, tren kecantikan, dan kebutuhan untuk tampil menarik di hadapan teman sebaya.

Di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang, jurusan Manajemen Perkantoran memberikan kompetensi di bidang administrasi perkantoran, yang menekankan pentingnya grooming dan penampilan yang baik sebagai bagian dari persiapan memasuki dunia kerja (Direktorat PSMK, 2019). Para siswi remaja putri diharapkan memahami pentingnya perawatan kulit wajah, tidak

hanya untuk menjaga kesehatan kulit, tetapi juga untuk meningkatkan kepercayaan diri dan citra profesional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah sehari-hari yang benar pada remaja putri di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi remaja dalam memilih dan menggunakan produk perawatan kulit yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga dapat menjaga kesehatan kulit wajah mereka dengan baik.

Landasan Teori

Hakikat Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan komponen yang penting dalam kehidupan sehari-hari manusia sebagai makhluk sosial. Menurut Anggini (2017), lingkungan sosial adalah ruang di mana makhluk hidup melakukan interaksi dan menciptakan hubungan timbal balik, baik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun antar kelompok. Lingkungan sosial memiliki peran penting dalam mempengaruhi sikap, perilaku, dan nilai-nilai yang dianut seseorang dalam masyarakat.

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa hidup tanpa adanya interaksi sosial. Dalyono (2001) menekankan bahwa dalam setiap kegiatan kehidupan, individu pasti akan terlibat dengan lingkungan sosialnya, yang berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, ide, dan pengaruh. Lingkungan sosial ini membentuk norma dan standar perilaku yang diterima dalam masyarakat, yang selanjutnya berpengaruh pada perilaku individu, termasuk dalam proses pengambilan keputusan sehari-hari.

Menurut teori Pierre Bourdieu (1986), lingkungan sosial juga dapat dipahami melalui konsep 'modal sosial', yang mencakup jaringan sosial, kepercayaan, serta norma-norma yang ada di masyarakat. Modal sosial ini mempengaruhi bagaimana individu menempatkan diri dalam masyarakat, termasuk keputusan-keputusan yang mereka buat, seperti dalam memilih produk atau layanan tertentu.

George Herbert Mead (1934) menyebut lingkungan sosial sebagai struktur sosial yang terbentuk dari interaksi antara individu-individu yang saling mempengaruhi. Dalam interaksi ini, individu belajar dari orang lain melalui proses komunikasi dan observasi, yang berperan dalam pembentukan identitas sosial dan perilaku. Ini berarti bahwa lingkungan sosial, seperti keluarga, teman sebaya, dan kelompok sosial lainnya, sangat mempengaruhi perilaku konsumsi, termasuk dalam pemilihan produk kosmetik.

Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik

Lingkungan sosial berperan penting dalam pembentukan persepsi dan sikap seseorang terhadap berbagai produk, termasuk kosmetik. Menurut Kotler dan Keller (2012), perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, peran sosial, dan status. Dalam hal ini, remaja putri, seperti siswa SMK Muhammadiyah 1 Tangerang, banyak dipengaruhi oleh teman sebaya dan media sosial dalam memilih produk kosmetik.

Menurut Peter dan Olson (2014), lingkungan sosial dapat dibagi menjadi dua kategori:

1. Lingkungan primer, yang terdiri dari keluarga dan teman dekat yang memberikan pengaruh langsung terhadap keputusan individu.

2. Lingkungan sekunder, yang mencakup media, komunitas online, dan iklan, yang memberikan pengaruh secara tidak langsung namun tetap signifikan terhadap persepsi dan preferensi produk kosmetik.
3. Suryani (2013) juga menyebutkan bahwa pergaulan di lingkungan sosial dapat membentuk preferensi remaja dalam pemilihan produk kosmetik yang mereka gunakan. Teman sebaya sering kali menjadi sumber rekomendasi yang sangat dipercaya karena memiliki kesamaan usia dan pengalaman. Selain itu, penggunaan kosmetik sebagai bagian dari tren sosial juga memengaruhi keputusan remaja dalam memilih produk yang sesuai dengan citra diri mereka.

Dengan demikian, lingkungan sosial, baik yang berasal dari keluarga maupun teman sebaya, serta pengaruh media dan iklan, sangat menentukan dalam pembentukan perilaku pemilihan kosmetik pada remaja putri

Metode

Penelitian ini dilakukan di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang, yang beralamat di Jl. Maulana Hasanudin No.63, Kelurahan Cipondoh, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang – Banten. Penelitian berlangsung selama 6 bulan, dari Februari hingga Juli 2024 pada Semester 120 Tahun Akademik 2023/2024. SMK Muhammadiyah 1 Tangerang dipilih sebagai lokasi penelitian karena representatif dalam menyediakan data terkait pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah di kalangan remaja putri.

Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh siswi kelas 11 dan 12 di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang, khususnya jurusan Manajemen Perkantoran dengan rentang usia 17-18 tahun yang menggunakan kosmetik perawatan kulit wajah. Total populasi berjumlah 30 siswi. Pemilihan populasi ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan produk kosmetik perawatan kulit oleh remaja putri, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun untuk prospek karier di masa depan.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampel jenuh, yang berarti seluruh populasi dijadikan sampel, sehingga total sampel penelitian ini berjumlah 30 siswi. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert 5 poin, disusun untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap variabel lingkungan sosial dan perilaku pemilihan kosmetik. Kuesioner disusun berdasarkan teori yang relevan dan diuji validitas serta reliabilitasnya menggunakan SPSS 27.0.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa uji statistik, termasuk uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, dan analisis regresi linear sederhana. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pemilihan kosmetik, dengan hasil akhir berupa koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semua pengujian dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 27.0.

Hasil dan Pembahasan

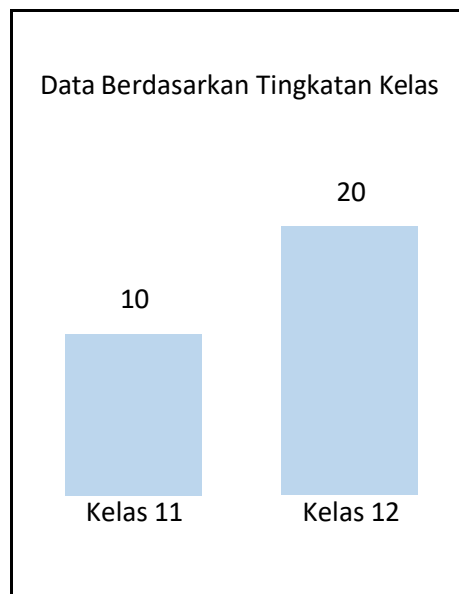
4.1. Deskripsi Data

4.1.1. Karakteristik Data Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah sehari - hari yang benar pada siswi remaja putri kelas 11 & 12 jurusan Manajemen Perkantoran di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang. Hasil penelitian kemudian karakteristik atau data berupa gambaran secara umum mengenai tingkatan kelas, usia, jurusan, dan asal sekolah. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu penyebaran kuesioner berupa 44 butir pertanyaan yang diukur dengan Skala Likert 5 poin melalui *Google Form*, yang kemudian diisi oleh 30 responden.

4.1.1.1. Data Responden Berdasarkan Tingkatan Kelas

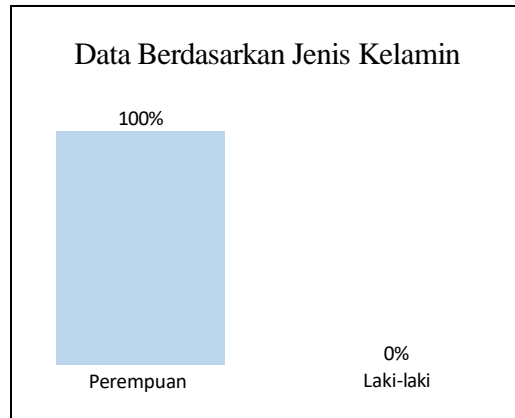
Penelitian ini memiliki karakteristik yaitu kelas 11 dan kelas 12. Terdapat 10 orang di kelas 11 terdapat 20 orang di kelas 12. Berikut diagram sebaran distribusi responden berdasarkan Tingkatan Kelas:



Gambar 4.1 Data Tingkatan Kelas

4.1.1.2. *Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*

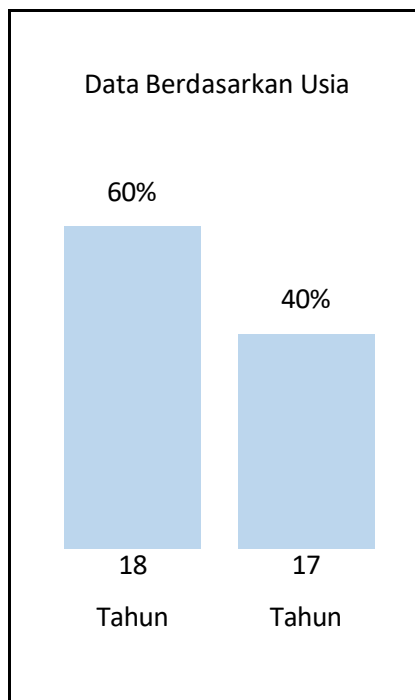
Penelitian ini memiliki karakteristik yaitu keseluruhan responden merupakan Perempuan. Berikut diagram sebaran distribusi responden berdasarkan Tingkatan Kelas:



Gambar 4.2 Data Jenis Kelamin

4.1.1.3. *Data Responden Berdasarkan Usia*

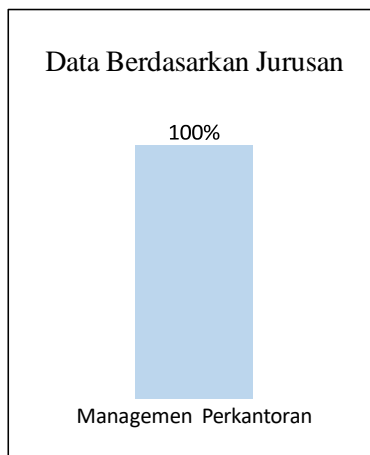
Penelitian ini memiliki karakteristik yaitu usia 17 hingga 18 tahun. Responden yang berusia 17 tahun sebanyak 12 orang (40%) dan 18 tahun sebanyak 18 orang (60%). Persentase data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada diagram sebagai berikut:



Gambar 4.3 Data Usia

4.1.1.4. Data Responden Berdasarkan Jurusan

Penelitian ini memiliki karakteristik yaitu keseluruhan responden merupakan remaja atau siswi putri dengan jurusan Manajemen Perkantoran. Berikut diagram sebaran distribusi responden berdasarkan jurusan:



Gambar 4.4 Data Jurusan

4.1.2. Lingkungan Sosial (Variabel X)

Tabel 4.1 Tabel Uji Statistika Deskriptif (X)

Variabel	Mean	Median	Modus	Varian	SD	Min-Max
X	69,3	69,5	62	82,9759	9,10911	51-93

Lingkungan Sosial (X) memiliki 22 item soal yang sudah melalui uji validitas dan reliabilitas. Lingkungan sosial memiliki 2 aspek penilaian yaitu, lingkungan sosial primer (keluarga, teman sebaya, dan lingkungan masyarakat) dan lingkungan sosial sekunder (lingkungan sekolah dan komunitas). Diperoleh hasil distribusi frekuensi yaitu nilai mean 69,3, median 69,5, dan modus 62. Serta tabel distribusi frekuensi dari sebaran data instrumen lingkungan sosial sebagai berikut:

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi (X)

Interval	Frekuensi	%
51 - 59	3	10%
60 - 68	11	37%
69 - 77	11	37%

78	-	86	3	10%
87	-	95	2	7%

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai lingkungan sosial merupakan distribusi frekuensi tertinggi, yaitu pada interval 60-68 sebanyak 11 orang dan 69-77 sebanyak 11 orang. Lalu diikuti 51-59 sebanyak 3 orang, 78-89 sebanyak 3 orang, dan 87-95 sebanyak 2 orang.

Tabel 4.3 Skor Indikator (X)

Variabel	Indikator	Jumlah Skor Indikator	Jumlah Butiran Skor	Rata-rata Skor Indikator	Presentase %
Lingkungan Sosial	Keluarga	389	4	97	21%
	Teman Sebaya	482	5	96	20%
	Lingkungan Sekitar Rumah	328	4	82	18%
	Lingkungan Sekolah	473	5	94	19%
	Komunitas	407	4	101	22%

4.1.3. Perilaku Pemilihan (Variabel Y)

Tabel 4.4 Tabel Uji Statistika Deskriptif (Y)

Variabel	Mean	Median	Modus	Varian	SD	Min-Max
Y	69,5333	65	61	165,361	12,8593	53-98

Perilaku Pemilihan (Y) memiliki 22 item soal yang sudah melalui uji validitas dan reliabilitas. Perilaku pemilih memiliki 5 aspek penilaian yaitu, *Awareness*, *Interest*, *Evaluation*, *Trial*, dan *Adoption*. Diperoleh hasil distribusi frekuensi yaitu nilai mean 69,5, median 65, dan modus 61. Serta tabel distribusi frekuensi dari sebaran data instrumen lingkungan sosial sebagai berikut:

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi (Y)

Interval		Frekuensi	%
53	- 60	6	20%
63	- 70	13	43%
73	- 80	3	10%
83	- 90	5	17%
93	- 100	3	10%

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai lingkungan sosial merupakan distribusi frekuensi tertinggi, yaitu pada interval 63-70 sebanyak 13 orang, diikuti 53-60 sebanyak 6 orang, 83-90 sebanyak 5 orang, 73-80 sebanyak 3 orang, serta 93-100 sebanyak 3 orang.

Tabel 4.6 Skor Indikator (Y)

Variabel	Indikator	Jumlah Skor Indikator	Jumlah Butiran Skor	Rata-rata Skor Indikator	Presentase %
Perilaku Pemilihan	<i>Awareness</i>	374	4	93	19%
	<i>Interest</i>	483	5	97	22%
	<i>Evaluation</i>	366	4	91	18%
	<i>Trial</i>	383	4	95	20%
	<i>Adoption</i>	480	5	96	21%

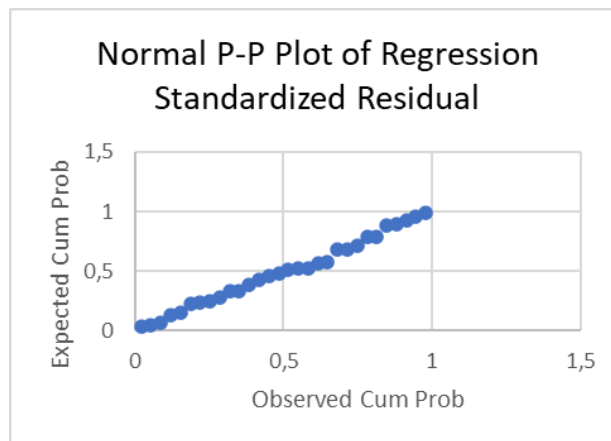
4.2. Pengujian Persyaratan Analisis Data

4.4.1. Uji Normalitas

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X	0,103	30	.200*	0,977	30	0,733
Y	0,181	30	0,014	0,901	30	0,009

Gambar 4.5 Grafik Probabilitas Normal



Normal P-P Plot dari residual terstandarisasi regresi digunakan untuk mengevaluasi apakah data mengikuti distribusi normal. Dalam plot ini, jika titik-titik residual terdistribusi mendekati garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika terdapat penyimpangan yang signifikan dari garis tersebut, ini menunjukkan bahwa data mungkin tidak terdistribusi normal

4.3. Analisis Data

4.4.1. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah data bersifat linear atau tidak. Pada pengujian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 27.0 dan berikut adalah tabel hasil dari pengujian yang sudah dilakukan:

Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas

Hubungan variable	Sig. Deviation from Linearity	Intreprestasi
Perilaku dan Lingkungan Sosial	0,157	Terdapat pengaruh yang linear

Berdasarkan dari hasil perhitungan dalam uji linearitas, telah didapatkan nilai signifikansi deviasi sebesar 0,157 yang berarti lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berpola linear.

4.4.2. Regresi Linear Sederhana

Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah model regresi linier sederhana. Untuk meneliti pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Tabel 4.9 Persamaan Regresi Linear Sederhana

Sig. Regression	Keterangan
0,046	Variabel X berpengaruh terhadap Variabel Y

Dari persamaan regresi linier sederhana menunjukkan bahwa variabel kualitas lingkungan (X) memiliki pengaruh terhadap Perilaku (Y) dengan nilai 0,046. Artinya, variabel Lingkungan Sosial memiliki pengaruh dalam Perilaku Pemilihan Kosmetika.

Berdasarkan uji regresi linear sederhana maka didapat uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Lingkungan Sosial (X) terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik (Y) $p > 0,05$. Artinya terdapat pengaruh lingkungan sosial dalam perilaku pemilihan kosmetik.

4.4.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam variabel Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Yang Benar yang dapat dijelaskan oleh variabel Lingkungan Sosial dalam model regresi.

Tabel 4.8 Koefisien Determinasi (R^2)

R	R^2	Adjusted R Square
.367	0,135	0,104

Dari tabel di atas hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) adalah 0,135. Hal itu berarti 13,5% variasi perilaku pemilihan kosmetika (Y) dapat dijelaskan oleh variabel lingkungan sosial. Sedangkan sisanya ($100\% - 10,4\% = 86,5\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.

4.4. Uji Hipotesis

4.5.1. Uji t

Tabel 4.9 Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33,586	17,338		1,937	0,063
	X	0,519	0,248	0,367	2,091	0,046
a. Dependent Variable: Y						

Hasil Uji t dari nilai signifikansi dari Pengaruh Lingkungan Sosial (X) sebesar $0,046 < 0,05$ maka berkesimpulan bahwa Variabel Independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Dependen yaitu Perilaku Pemilihan Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Yang Benar (Y).

4.5. Hasil Penelitian

Berdasarkan pengujian, pengolahan data, dan penjelasan di atas yang sudah dilakukan, penelitian ini merupakan penelitian jenis survei, sehingga data statistik yang diperoleh merupakan data primer atau data yang diterima secara langsung dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Responden pada penelitian ini adalah 30 remaja atau siswi putri berusia 17 – 18 tahun yang berada di kelas 11 & 12 Jurusan Manajemen Perkantoran di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang .

Telah didapat hasil Uji Validitas yang dilakukan pada 30 responden dengan menyebar kuesioner yang berisikan 25 soal mengenai lingkungan sosial. Terdapat 3 soal tidak valid. Lalu berisikan 25 soal mengenai perilaku pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah sehari - hari yang benar terdapat 3 item soal tidak valid. Total soal yang valid dari kedua variabel sebanyak 44 item soal. Sedangkan untuk Uji Reliabilitas yang sudah dilakukan pada lingkungan sosial didapatkan hasil 0,967 dimana hasil nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 ($0,967 > 0,60$) yang berarti

instrumen pada variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Berdasarkan data yang di dapat dari hasil pengisian kuesioner Variabel X (Lingkungan Sosial) nilai skor minimum sebesar 51 dan maksimum 93, dengan frekuensi terbanyak berada pada nilai skor 60 -68 sebanyak 11 orang dan 69-77 sebanyak 11 orang. Berdasarkan perhitungan skor per indikator didapatkan nilai skor rata – rata tertinggi pada indikator lingkungan sekunder yaitu tepatnya pada Komunitas sebesar 101 dengan persentase 22%, sehingga didapatkan hasil pada penelitian ini bahwa perilaku pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah sehari – hari yang benar sangat dipengaruhi oleh komunitas.

Sedangkan untuk perolehan data dari kuesioner Variabel Y (Perilaku Pemilihan Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Sehari – Hari Yang Benar) dapat diketahui skor minimum sebesar 53 dan nilai maksimum sebesar 98. Sebaran frekuensi terbanyak berada pada nilai skor 63-70 sebanyak 13 orang. Berdasarkan perhitungan skor per indikator, didapatkan skor tertinggi berada pada indikator *Interest* sebesar 97 atau 22%, sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa rata – rata responden memiliki ketertarikan dalam memilih kosmetik perawatan kulit wajah sehari – hari yang benar. Perilaku tersebut muncul karena mendapat pengaruh dari lingkungan sosial, yaitu seperti keluarga, teman sebaya, lingkungan masyarakat, lingkungan sekolah, terutama komunitas yang diikuti.

Kemudian dilakukan pengujian persyaratan analisis data yaitu Uji Normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* yang bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Didapatkan hasil nilai sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) yang berarti data pada penelitian ini berdistribusi Normal.

Berdasarkan dari hasil perhitungan dalam Uji Linearitas, telah didapatkan nilai signifikansi deviasi sebesar 0,157 yang berarti lebih besar dari 0,05 yang artinya data yang diperoleh berpola Linear dan melalui Regresi Linear Sederhana telah diperoleh nilai signifikansi 0,046 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel Lingkungan Sosial atau dengan kata lain ada pengaruh variabel X (Lingkungan Sosial) terhadap Variabel Y (Perilaku

Pemilihan Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Sehari – Hari Yang Benar).

Selanjutnya nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,135 yang memiliki arti bahwa besaran pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pemilihan kosmetika perawatan kulit wajah sehari - hari yang tepat sebesar 13,5%. Sisanya sebesar 86,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hosanna (2023) mengenai Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman menyebutkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh terhadap seseorang untuk berperilaku memilih suatu produk.

Maka dapat dikatakan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh lingkungan sosial (X) terhadap perilaku pemilihan (Y) $\rho < 0,05$ oleh karena itu $0,046 < 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Artinya terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian.

Kesimpulan, Saran dan Keterbatasan Penelitian

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian melalui Uji Koefisien Determinasi yang menunjukkan $R^2 = 0,104$ yang berarti variabel bebas/independen yaitu Lingkungan Sosial (X) berpengaruh sebesar 13,5% pada variabel terikat/dependen yaitu Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Sehari – Hari Yang Benar (Y). Lingkungan Sosial Sekunder khususnya Komunitas memiliki pengaruh yang paling dominan.

Berdasarkan Hipotesis Statistik diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima, hipotesis yang diterima menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (Lingkungan Sosial) dengan variabel Y (Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Sehari – Hari Yang Benar) pada remaja/siswi putri kelas 11 & 12 jurusan Manajemen Perkantoran di SMK Muhammadiyah 1 Tangerang. Kemudian berdasarkan hasil dari Uji Linearitas telah didapatkan nilai signifikansi deviasi sebesar 0,157 yang berarti lebih besar dari 0,05 yang artinya data yang diperoleh berpola Linear. Lalu diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$, maka model Regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel Lingkungan Sosial atau dengan kata lain ada pengaruh Variabel X (Lingkungan Sosial) terhadap Variabel Y (Perilaku Pemilihan Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Sehari – Hari yang Benar).

Saran

Saran – saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan peneliti lain dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai lingkungan sosial yang dipengaruhi faktor - faktor lain dari lingkungan sekunder sehingga dapat memberikan pengetahuan serta wawasan tambahan kepada para pembaca dan mahasiswa di luar lingkungan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan maupun prodi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan.
2. Ada baiknya siswi remaja putri dapat memperluas wawasannya dalam pemilihan kosmetik sehari – hari yang benar dari pengaruh lingkungan sosial yang lain baik langsung ataupun tidak langsung.
3. Diharapkan komunitas kecantikan dikalangan remaja agar dapat menambah wawasan seputar kosmetika sehari - hari yang tepat bagi kondisi kulit masing - masing melalui kegiatan seminar kecantikan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk interpretasi hasil dan pengembangan penelitian di masa mendatang.

1. Penelitian ini hanya dilakukan di satu lokasi, yaitu SMK Muhammadiyah 1 Tangerang, yang mungkin membatasi generalisasi hasil ke populasi remaja putri di sekolah atau daerah lain. Kondisi sosial dan lingkungan di sekolah lain mungkin berbeda, sehingga hasil penelitian ini belum tentu dapat berlaku secara universal.
2. Ukuran sampel yang relatif kecil, yaitu hanya 30 siswi, dapat mempengaruhi kekuatan statistik dari temuan penelitian. Populasi yang terbatas ini mungkin tidak cukup mewakili variasi dalam faktor sosial yang mempengaruhi perilaku pemilihan kosmetik di kalangan

remaja putri secara luas. Penggunaan sampel yang lebih besar dan lebih beragam akan meningkatkan validitas eksternal penelitian.

3. Penelitian ini hanya menggunakan metode survei dengan kuesioner untuk mengumpulkan data, yang bergantung pada persepsi subjektif responden. Hal ini dapat menyebabkan bias dalam jawaban yang diberikan, seperti adanya kecenderungan sosial yang diinginkan (*social desirability bias*), di mana responden mungkin memberikan jawaban yang dianggap lebih baik secara sosial. Penambahan metode penelitian lain, seperti wawancara mendalam atau observasi langsung, dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.
4. Penelitian ini hanya memfokuskan pada satu variabel independen, yaitu lingkungan sosial, dalam pengaruhnya terhadap perilaku pemilihan kosmetik. Padahal, ada banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan remaja dalam memilih produk kosmetik, seperti faktor ekonomi, budaya, dan preferensi pribadi. Penelitian lanjutan yang mempertimbangkan berbagai faktor lain dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik.

Daftar Referensi

- Afianti, M. (2018). Hubungan Lingkungan Sosial Dengan Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perawatan Wajah [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Alamsyah, A. (2019). Keluarga: Teori, konsep, dan pengembangan. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Amirullah. (2002). Perilaku Konsumen. Daerah Istimewa Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anwar, Yesmil dan Adang. (2013). Sosiologi Untuk Universitas. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2015). Peraturan Kepala BPOM No. 18 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2015). Peraturan Kepala BPOM No. 12 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.
- Chintany, K. S. (2019). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Remaja Putri Dalam Perawatan Wajah Berjerawat [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Damayanti S. B. (2023) Hubungan Lingkungan Sosial Dengan Perilaku Perawatan Kecantikan Laser Photorejuvenation [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. (2009). Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.03.1.23.08.11.07331 Tahun 2011 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. Jakarta: BPOM.
- Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, "Pedoman Pendidikan SMK Tahun 2019"
- Endang, H. (2013). Kemampuan Dalam Memilih Produk Kosmetik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Siswi Di Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Tambang, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). Consumer Behavior. Chicago: Dryden Press.
- Hartati Wijono dkk. (2004). A to Z Budidaya Biota Akuatik untuk Pangan dan Kosmetik. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hartini, H., Ramaditya, M., Irwansyah, R., Putri, D. E., Ramadhani, I., Wijiharta, W., ... & Farida, N. (2021). Perilaku Organisasi. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- <https://www.siloamhospitals.com/informasi-siloam/artikel/urutan-pemakaian-skincare>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mead, George Herbert. Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist. The University of Chicago Press, (1934).
- Muliyawan, D., & Suriana, N. (2013). A - Z tentang Kosmetik. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2012). Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo. (2007). Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku. Jakarta: Rineka Cipta
- Peter dan Olson. (2014). Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
- Rafha, H (2023) Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). Metode Penelitian Pendidikan
- Sumarwan, U. (2008). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia.
- Tranggono, R. I., & Latifah, F. (2014). Buku Pegangan Dasar Kosmetologi. Jakarta: Sagung Seto.
- Tranggono, Retno Iswari. (2007). Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Walgito, Bimo. (2010). Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Penerbit ANDI