

PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU PEMILIHAN KOSMETIK PERAWATAN WAJAH YANG AMAN

Hosanna Rafha¹, Elvyra Yulia², Neneng Siti Silfi A³

hosanna.rafha@gmail.com elvyrayulia@gmail.com neneng_ambarwati@yahoo.co.id

Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, DKI Jakarta

Abstrak

Lingkungan sosial memiliki peran penting dalam pembentukan perilaku individu di dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya perilaku seorang mahasiswa dalam memilih kosmetik perawatan wajah yang mengandung bahan aman. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2021 pada masa remaja akhir yang berjumlah 141 orang. Data yang digunakan adalah data primer yang didapat melalui kuesioner. Uji normalitas yang dilakukan menggunakan rumus Kolmogorov Smirnov dengan hasil nilai signifikansi *Asymp Sig 2 tailed* sebesar $0,200 > 0,05$ yang berarti data berdistribusi normal. Lalu, pada uji linearitas didapatkan hasil nilai signifikansi deviasi sebesar $0,060$. Sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 27,963 + 0,696X$ dengan menunjukkan bahwa setiap peningkatan signifikan menunjukkan $0,000 < 0,05$, yang artinya hubungan kedua variabel bersifat linier. Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan ditunjukkan pada nilai uji koefisien determinasi membuktikan adanya pengaruh yang kuat dengan nilai R square sebesar $64,7\%$. Sehingga dapat disimpulkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima karena menunjukkan hubungan antara variabel X (lingkungan sosial) dengan variabel Y (perilaku pemilihan kosmetik perawatan wajah yang aman).

Kata Kunci: Kosmetik Aman, Lingkungan Sosial, Perawatan Wajah, Perilaku, Pemilihan

Abstract

The social environment has an important role in shaping individual behavior in everyday life, one of which is the behavior of a student in choosing facial care cosmetics that contain safe ingredients. This study was conducted with the aim of knowing how much influence the social environment has on the behavior of choosing safe facial care cosmetics. The research method used is the survey method and the sample in this study were female students of the Family Welfare Group of State University of Jakarta, Class of 2021 in late adolescence, totaling 141 people. The data used is primary data obtained through a questionnaire. The normality test carried out using the Kolmogorov Smirnov formula with the results of the Asymp Sig 2 tailed significance value of $0.200 > 0.05$ which means that the data is normally distributed. Then, the linearity test results in a deviation significance value of 0.060. So that the regression equation $Y = 27.963 + 0.696X$ is obtained by showing that each significant increase shows $0.000 < 0.05$, which means that the relationship between the two variables is linear. The results of hypothesis testing that have been carried out are shown in the coefficient of determination test value proving a strong influence with an R square value of 64.7%. So it can be concluded that the results of H_0 are rejected and H_a is accepted because it shows the relationship between variable X (social environment) and variable Y (the behavior of choosing safe skincare cosmetics)

Keywords:

Safe Cosmetics, Social Environment, Skincare, Behavior, Selection

Pendahuluan

Setiap manusia, baik wanita ataupun pria telah diciptakan dengan memiliki keindahan dan kecantikannya masing-masing. Namun, kecantikan sudah sangat identik dengan kalangan wanita dan memiliki jenis yang sangat beragam seperti kecantikan wajah, warna kulit, tubuh, rambut, dan lainnya. Kecantikan merupakan suatu hal yang berharga dan dipandang baik dalam lingkungan masyarakat, khususnya nilai kecantikan secara fisik. Menurut Anggini (2017) di dalam lingkungan sosial mencakup banyak konteks di mana makhluk hidup berinteraksi, seperti hubungan antara individu, kelompok, dan orang-orang di dalam kelompok. lingkungan sosial memiliki dampak yang signifikan dalam mempengaruhi dan mengubah perilaku manusia. Perilaku didefinisikan oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagai kegiatan atau tindakan tertentu yang ditunjukkan oleh manusia dalam bentuk reaksi terhadap rangsangan dari luar atau lingkungan sekitar. Seperti contohnya, dalam proses pemilihan suatu produk, seseorang tentu akan menanyakan pendapat kepada lingkungan sekitarnya, baik itu keluarga, teman sebaya, ataupun mencari informasi melalui media sosial dan iklan.

Putri (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa saat ini semakin banyak penawaran produk perawatan kulit wajah yang tersedia di pasaran dan berkembangnya industri kosmetik kecantikan yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam mempertimbangkan pemilihan produk kosmetik perawatan wajah. Melalui survey *online* ZAP Beauty Index 2020 pada 6.460 responden perempuan di Indonesia telah diperoleh hasil 36% wanita Indonesia memilih memakai *skincare* sebelum menginjak usia 19 tahun. Saat wanita memasuki fase remaja, mereka sering mencari dan menggunakan kosmetik *skincare* yang dapat mencerahkan, melembabkan, dan mengobati permasalahan kulit wajah mereka seperti contohnya jerawat. Pemilihan produk perawatan kulit oleh wanita Indonesia menunjukkan kecenderungan yang besar. Sebanyak 81,7% dari mereka lebih suka mempergunakan produk perawatan kulit wajah yang cocok dengan kondisi atau jenis kulitnya, sementara hanya 1,7% yang menganggap makeup saja sudah cukup.

Dari penggunaan kosmetik juga dapat menimbulkan efek samping yang tidak diinginkan. Masalah ini terjadi karena penggunaan bahan kimia kosmetik yang tidak cocok atau tidak sesuai dengan kondisi kulit seseorang. Namun demikian, perempuan Indonesia, terutama remaja perempuan, sering terlibat dalam perilaku berbahaya di dalam hubungan mereka. Hal ini mencakup tindakan membuat keputusan yang tidak bijaksana dan menggunakan kosmetik yang sesuai tanpa pertimbangan yang matang.

Dari latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mengetahui besaran pengaruh dari lingkungan sosial sendiri terhadap cara berperilaku wanita pada masa remaja akhir di rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2021 dalam memilih kosmetik perawatan wajah yang aman.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei dengan teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung menggunakan kuesioner. Skala yang digunakan pada kuesioner yaitu skala *likert* 1-5 (sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju). Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Pendidikan S1 di Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga UNJ Angkatan 2021 dengan total 217 orang. Peneliti dapat memilih untuk meneliti sebagian dari populasi yang dikenal dengan istilah sampel (Sugiyono, 2022). Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *simple random sampling* dan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% untuk memastikan jumlah sampel yang diperoleh sudah proporsional:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi
- e = batas toleransi kesalahan 5% (0,05)

Hasil dari perhitungan menggunakan rumus Slovin dapat diperoleh sampel penelitian sebesar 140,9 atau bisa dibulatkan menjadi 141 orang.

Definisi Konseptual

Walgito (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa lingkungan sosial mengacu pada lingkungan di mana manusia melakukan interaksi satu sama lain. Lingkungan sosial dapat dikategorikan menjadi dua jenis yang berbeda: lingkungan sosial primer dan lingkungan sosial sekunder. Lingkungan sosial primer, juga dikenal sebagai kelompok primer, ditandai dengan hubungan yang erat dan pengetahuan yang mendalam di antara para anggotanya. Sebaliknya, lingkungan sekunder ditandai dengan hubungan yang lebih longgar di antara para anggotanya.

Definisi Operasional

Lingkungan sosial yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu lingkungan sosial Mahasiswa Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Jakarta Angkatan Tahun 2019 dan 2021 yang berpengaruh terhadap perilaku pemilihan kosmetik perawatan wajah yang aman. Aspek-aspek variabel lingkungan sosial adalah sebagai berikut:

1. Lingkungan sosial primer
Lingkungan sosial primer mengacu pada lingkungan sosial yang erat di mana para anggotanya memiliki hubungan yang akrab dan saling mengenal satu sama lain. Ini dapat mencakup keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sekitar.
2. Lingkungan sosial sekunder
Lingkungan sosial sekunder ditandai dengan ikatan yang relatif lemah di antara para anggotanya. Contoh ilustratif terdiri dari distrik universitas dan area perumahan.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan melalui uji persyaratan terlebih dahulu dengan melakukan Uji Normalitas yang bertujuan untuk mengetahui variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji dilakukan dengan teknik uji Kolmogorov Smirnov menggunakan program SPSS 23.0. Lalu, dilakukan Uji Linearitas untuk memastikan adanya hubungan linear yang signifikan antar dua variabel. Taraf signifikan antar variabel dikatakan memiliki hubungan yang linier bila besaran signifikan $< 0,05$. Perhitungan Uji Linearitas juga dilakukan menggunakan program SPSS 23.0. Setelah semua data yang diperoleh sudah memenuhi syarat pada uji sebelumnya, maka dilanjutkan dengan Uji Hipotesis yang terdiri dari:

a. Regresi Linear Sederhana

Uji ini dilakukan setelah melakukan uji linearitas menggunakan persamaan garis regresi dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel terikat (dependen)

X = variabel bebas (independen)

a = nilai *intercept* (konstan)

b = koefisien arah regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel

b. Koefisien Determinasi

Uji ini memiliki tujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel X terhadap variabel Y, dengan menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Nilai koefisien determinan

r = Nilai koefisien

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pemilihan kosmetik perawatan wajah yang aman pada mahasiswa Pendidikan Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga. Hasil penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner berupa 42 item soal dalam bentuk *Google Form*, yang kemudian diisi oleh 141 responden dan dideskripsikan melalui deskripsi karakteristik responden yang menyajikan hasil analisis dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Data Lingkungan Sosial (X)

Jumlah Responden	141
Min.	33
Max.	92
Mean	73,39
Median	74
Modus	74
Standar Deviasi	10,26

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Tabel 2. Data Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman (Y)

Jumlah Responden	141
Min.	41
Max.	102
Mean	79,07
Median	82
Modus	84
Standar Deviasi	8,89

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Responden penelitian ini hanya mencakup mahasiswi rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2021 di masa remaja akhir dengan rentan usia 19-22 tahun. Berikut adalah tabel karakteristik responden pada penelitian ini:

Tabel 3. Data Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
19 tahun	47
20 tahun	58
21 tahun	32
22 tahun	4

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Tabel 4. Data Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah
Pendidikan Tata Rias	36
Pendidikan Tata Busana	35
Pendidikan Tata Boga	35
Pendidikan Kesejahteraan Keluarga	35

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas yang dilakukan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov terhadap variabel X (Lingkungan Sosial) dan variabel Y (Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman) dengan bantuan program SPSS 23.0. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan diperoleh lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$) maka data distribusi normal dan menggunakan statistik parametrik.
- Jika nilai signifikan diperoleh lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) maka data tidak berdistribusi normal dan menggunakan statistik non-parametrik.

Hasil dari Uji Normalitas yang telah dilakukan dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		141
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.95108600
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.043
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi *Asymp Sig 2 tailed* sebesar 0,200 atau lebih besar > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data lingkungan sosial dan perilaku pemilihan kosmetik perawatan wajah yang aman berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Berikut ini adalah hasil berupa tabel dari pengujian linearitas pada data penelitian dengan kriteria jika nilai signifikan > 0,05, maka data berpola linier:

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Model	F hitung	Sig	F tabel
Perilaku dan Lingkungan Sosial	1,504	0,060	3,06

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,060 yang artinya lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara Lingkungan Sosial dengan Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman.

Pengujian Hipotesis

Kemudian setelah menyelesaikan uji persyaratan analisis data penelitian, dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji Regresi Linear Sederhana dan Koefisien Determinasi.

- Regresi Linear Sederhana
Telah diperoleh persamaan garis regresi $Y = 27,963 + 0,696X$, yang berarti menunjukkan bahwa kenaikan 1% nilai lingkungan sosial akan menyebabkan kenaikan 0,696 pada perilaku memilih kosmetik perawatan wajah yang aman. Nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah 1,504, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berikut adalah tabel perolehan uji regresi linear sederhana:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Linearitas	Persamaan Garis	F_{hitung}	Sig
X terhadap Y	$Y = 27,963 + 0,696X$	1,504	0,000

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Dari tabel diatas maka dapat dilihat bahwa model regresi digunakan untuk memprediksi variabel Lingkungan Sosial, yang berarti adanya hubungan antara pengaruh variabel Lingkungan Sosial (X) terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah yang Aman (Y).

b. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk menilai sejauh mana faktor lingkungan sosial mempengaruhi keputusan untuk memilih produk perawatan wajah yang aman. Berikut adalah tabel hasil dari pengujian yang sudah dilakukan:

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.644	5.304

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *R Square* (Koefisien Determinasi) sebesar 0.647, menandakan bahwa lingkungan sosial memberikan pengaruh sebesar 64.7% terhadap pemilihan kosmetik perawatan wajah.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian survei. Data statistik yang dikumpulkan adalah data primer, yang diperoleh langsung dari kuesioner yang telah diisi oleh responden. Penyebaran kuesioner terbagi menjadi lima kategori, yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dan dalam kuesioner tersebut terdapat dua tipe pernyataan yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. Penelitian dilakukan di Universitas Negeri Jakarta. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 217 mahasiswa, lalu dilakukan pengambilan sampel dan didapatkan hasil sebanyak 141 mahasiswa yang terdaftar dalam program Pendidikan Kesejahteraan Keluarga di Universitas Negeri Jakarta. Usia mereka berkisar antara 19 hingga 22 tahun.

Selanjutnya, metode analisis data mencakup pelaksanaan uji Kolmogorov-Smirnov untuk menilai normalitas dan diperoleh nilai Asymp Sig dua sisi (two-tailed) sebesar 0,200 > 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Kemudian, nilai signifikansi deviasi sebesar 0,060 mengindikasikan uji linearitas yang berhasil, karena telah mencapai lebih dari 0,05.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan tingkat signifikan pada uji yang pertama adalah $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat membuktikan bahwa adanya pengaruh antara Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman. Lalu, dapat dilihat juga dari hasil pengujian kedua yaitu uji koefisien determinasi bahwa diperoleh besaran *R square* sebesar 0,647 atau 64,7% yang membuktikan bahwa setiap pertambahan 1%

pada pengaruh lingkungan sosial, maka akan meningkatkan juga perilaku pemilihan kosmetik perawatan wajah yang aman.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada mahasiswi Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2021 dan analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS 23.0 serta pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hasil penelitian dapat disimpulkan yang pertama, hasil pengujian validitas dan reliabilitas pada variabel X dan variabel Y terdapat total 42 pernyataan yang valid dan reliabel. Yang kedua, pada hasil uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 23.0, terbukti bahwa kedua variabel tersebut berdistribusi normal. Selain itu, antara variabel X dan variabel Y terdapat hubungan yang linier. Yang terakhir, telah terbukti bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel X terhadap Variabel Y. Maka, dapat ditarik kesimpulannya bahwa dari hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima dimana memiliki pengertian, terdapat pengaruh positif dari “Lingkungan Sosial” terhadap “Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman”.

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti setelah melakukan penelitian, yaitu untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai lingkungan sosial yang dipengaruhi oleh faktor eksternal, karena dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tambahan kepada pembaca dan mahasiswa di luar bidang Tata Rias dan program studi Tata Rias. Lalu selanjutnya, saran untuk mahasiswa sebagai remaja putri ada baiknya untuk memperluas wawasannya tentang pemilihan kosmetik yang aman dengan interaksi lingkungan sosial sekunder yang tidak langsung (media sosial/iklan). Dan saran yang terakhir adalah diharapkan komunitas kecantikan dikalangan remaja agar dapat menambah wawasan seputar kosmetik yang aman melalui kegiatan seminar kecantikan.

Daftar Referensi

- **Jurnal**

- Afianti, M. (2018). Hubungan Lingkungan Sosial Dengan Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perawatan Wajah. *Skripsi*: Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Agustina, L., Shoviantari, F., & Yulianti, N. (2020). Penyuluhan Kosmetik yang Aman dan Notifikasi Kosmetik. *Journal of Community Engagement and Employment*, 2(1), 45-49.
- Amalia, S. (2018). Hubungan Lingkungan Mahasiswa Pendidikan Vokasional Konstruksi Bangunan dengan Perilaku Perawatan Kulit Wajah Secara Lengkap. *Skripsi*: Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Anggini, P. E. (2017). Hubungan Lingkungan Sosial Dengan Gaya Hidup Wanita Dewasa Dalam Mewarnai Rambut. *Skripsi*: Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI). (2022).
- Chintany, K. S. (2019). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Remaja Putri Dalam Perawatan Wajah Berjerawat. *Skripsi*: Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- 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*].
- Fitriani, H. S. (2020). Tingkat Pengetahuan dan Perilaku Mahasiswi Mengenai Legalitas dan Keamanan Kosmetik. *Skripsi*: Bandung: Fakultas Farmasi, Universitas Bhakti Kencana.

- Hilmi, I. L., Rianoor, N. P., & Gatera, V. A. (2022). Hubungan Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Pemilihan Skincare Wajah melalui Media Sosial pada salah satu Universitas Di Karawang Jawa Barat. *Pharmakon: Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2), 203-212.
- Mardiana, N. R. (2019). Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 7(1), 1-12.
- Pratiwi, R. Z. (2018). Perempuan dan Kontes Kecantikan. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 134-143.
- Putri, M. (2021). *Talk Show: Cara Cerdas Memilih Kosmetik Yang Aman. Edukasi Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 23-28.
- Putri, N. D. (2019). Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetika Perawatan Wajah. *Jurnal Tata Rias*, 9(2), 22-31.
- Pratika, D. (2021). Pengaruh Advertising, Perceived Value, dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Skripsi: Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Ryan Saputri, A. N., Luthviatin, N., & Ririanty, M. (2016). Perilaku Pemasaran Kosmetik Yang Mengandung Bahan Tidak Aman Di Kalangan Mahasiswa Ilmu-Ilmu Kesehatan Universitas Jember. Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Jember.
- Sofyan, S. V. (2022). Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Handbody Lotion Dosis Tinggi. *Skripsi: Semarang: Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Tutiasri, R. P. (2016). Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok. *Jurnal Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*, 4(1), 81-90.
- ZAP Beauty Index (2019). ZAP Beauty Index- Agustus 2019.

- **Buku Teks**

- Al-Husaini, Aiman. (2010). *Cantik Tanpa Make-up: 300 Tip Cantik Alami dari Para Pakar Dunia*. Jakarta: Almahira.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Daerah Istimewa Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anwar, Y., & Adang. (2013). *Sosiologi untuk Universitas*. Bandung: PT Refika Aditama.
- 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.
- Herimanto dan Winarno. (2008). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lette, R., Arman, Paulus, Y., Aysanti, & Making, B., Vinsensius. (2019). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Daerah Istimewa Yogyakarta: PT Kanisius.
- Muliyawan, D., & Suriana, N. (2013). *A - Z tentang Kosmetik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Notoatmodjo. (2007). *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rahmawati, Intan. (2022). *Pengantar Psikologi Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rostamailis. (2005). *Penggunaan Kosmetik, Dasar Kecantikan & Berbusana yang Serasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Saleh, A., Adnan. (2018). *Pengantar Psikologi*. Makassar: Aksara Timur.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2022). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tranggono, R. I., & Latifah, F. (2014). *Buku Pegangan Dasar Kosmetologi*. Jakarta: Sagung Seto