

## HUBUNGAN LINGKUNGAN SOSIAL DENGAN PERILAKU PERAWATAN KECANTIKAN *LASER PHOTOREJUVENATION*

Sagita Bunga Damayanti<sup>1</sup>, Titin Supiani<sup>2</sup>, Lilis Jubaedah<sup>3</sup>

[sagitabungaa@gmail.com](mailto:sagitabungaa@gmail.com) [tsupiani@gmail.com](mailto:tsupiani@gmail.com) [lisjub67@gmail.com](mailto:lisjub67@gmail.com)

Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

### Abstrak

Lingkungan sosial merupakan hal yang tidak akan luput dari kehidupan bersosial seseorang. Sebagai makhluk sosial, manusia pasti akan melakukan interaksi pada sebuah lingkungan sosial. Lingkungan sosial dapat dibagi menjadi lingkungan sosial mikro dan makro. Lingkungan sosial yang beragam dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Salah satu perilaku konsumsi yang dapat dilakukan oleh manusia adalah perilaku perawatan kecantikan *laser photorejuvenation*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan *laser photorejuvenation*. Ditinjau dari lingkungan sosial dalam skala mikro dan makro. Metode Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik sampling yang digunakan adalah *Probability sampling* yaitu, *Systematic random sampling* (teknik sampel acak sistematis). Berdasarkan populasi sebanyak 104 orang dengan tingkat kepercayaan 90% maka didapatkan jumlah sampel penelitian sebesar 51 orang yang merupakan klien Klinik Kecantikan Oriskin Kedoya yang melakukan perawatan *laser photorejuvenation*. Data diolah menggunakan Uji Korelasi *Product moment* dan Uji T. Berdasarkan Uji Korelasi *Product moment* didapatkan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $t$  hitung  $15.396 >$  nilai  $t$  tabel  $1.6765$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat Hubungan Lingkungan Sosial dengan Perilaku Perawatan Kecantikan *Laser Photorejuvenation* secara signifikan.

**Kata Kunci:** Lingkungan Sosial, Perilaku, Perawatan Kecantikan, *Laser photorejuvenation*

**Abstract**

*The social environment is something that will not escape from one's social life. As social beings, humans will certainly interact in a social environment. The social environment can be divided into micro and macro social environment. Various social environments can influence a person's consumptive behavior. One of the consumption behaviors that can be carried out by humans is the behavior of laser photorejuvenation beauty treatments. The purpose of this study was to determine the relationship between the social environment and the behavior of laser photorejuvenation beauty treatments. Viewed from the social environment on a micro and macro scale. The research method used is a quantitative approach with the sampling technique used is Probability sampling namely, Systematic random sampling (systematic random sampling technique). Based on a population of 104 people with a confidence level of 90%, a total sample of 51 people was obtained who were clients of the Oriskin Kedoya Beauty Clinic who performed laser photorejuvenation treatments. The data was processed using the Product moment Correlation Test and the T Test. Based on the Product moment Correlation Test, a significance value of 0.000 was obtained  $<0.05$  and the t-count value was  $15,396 >$  the t-table value was 1.6765, so  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted, which means that there is a Social Environment Relationship with Laser Beauty Treatment Behavior Photorejuvenation significantly.*

**Keywords:**

*Social Environment, Behavior, Beauty Care, Laser photorejuvenation*

**Pendahuluan**

Manusia merupakan makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak mungkin dapat hidup seorang diri. Di mana dan kapan pun, manusia akan selalu membutuhkan kerja sama dengan orang lain. Manusia membangun kelompok sosial di antara sesama manusia dalam upaya mempertahankan dan mengembangkan kehidupan. Lalu dalam kehidupan bersamanya, manusia membentuk jaringan interaksi sosial. Interaksi sosial ini lah yang melahirkan lingkungan sosial. (Purba, 2005)

Lingkungan sosial meliputi kondisi, keadaan dan interaksi antar sesama makhluk sosial. Lingkungan sosial juga mencakup semua individu, kelompok, organisasi dan sistem yang terlibat dengan seorang makhluk sosial. Setiap orang berada di lingkungan yang berbeda, ada yang tinggal di daerah dengan tingkat masyarakat yang heterogen dan ada pula yang tinggal di daerah dengan tingkat masyarakat yang homogen. Perbedaan latar belakang lingkungan tersebut mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan persepsi seseorang terhadap suatu hal. (Kurniawan & Wustqa, 2014) Dengan adanya perbedaan latar belakang setiap orang, maka melahirkan perbedaan juga terhadap cara memandang atas suatu hal, seperti seberapa penting melakukan suatu perawatan kecantikan dan penjagaan terhadap diri sendiri.

Lingkungan sosial dapat dibagi menjadi lingkungan sosial mikro dan makro berdasarkan skala atau ukuran wilayah yang mencakup dalam lingkungan tersebut. Lingkungan sosial mikro merupakan lingkungan sosial yang terdekat dengan seorang individu, seperti keluarga. Sedangkan, lingkungan sosial makro merupakan lingkungan sosial dalam lingkup yang luas seperti budaya, karakteristik demografi, kelas sosial, ekonomi, kelompok acuan, situasi dan teknologi.

Lingkungan sosial yang beragam dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Semakin seseorang memiliki lingkungan sosial yang mewah dan hedonis maka perilaku konsumsi seseorang akan semakin meningkat, karena gaya hidup yang mewah juga menimbulkan keinginan terhadap hal-hal yang mewah, maka skala prioritas tidak lagi digunakan. (Handayani & Patricia, 2014) Apabila skala prioritas tidak digunakan, maka perilaku konsumsi seseorang dapat terjadi atas beberapa aspek lingkungan sosial yang mempengaruhi.

Salah satu perilaku konsumsi yang dapat dilakukan oleh manusia adalah perilaku perawatan kecantikan. Perawatan kecantikan merupakan usaha seseorang untuk menjaga atau merawat diri agar terjaga kebersihan dan kecantikannya, dan juga dapat memperbaiki maupun melengkapi bagian yang dirasa kurang dengan melalui perawatan, penjagaan keindahan serta kesempurnaan diri untuk menjadi lebih baik. (Indarto, Sayuti, & Riwati, 2016)

Perawatan kecantikan dapat dilakukan pada setiap jenis kondisi kulit wajah. Kulit wajah terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain kulit normal, kombinasi, berminyak, kering, dan sensitif. (Irawati, 2013) Dengan ragamnya jenis kulit ini maka perawatan kecantikan tidak hanya dapat dilakukan pada jenis kulit wajah tertentu saja, namun pada seluruh jenis kulit wajah.

Kulit wajah merupakan bagian penting dari tubuh manusia. Banyak orang melakukan berbagai macam hal untuk membuat kulit wajah mereka sempurna. Bahkan tidak sedikit orang yang rela mengeluarkan banyak uang untuk mendapatkan wajah yang sempurna, mulai dari perawatan oleh dokter ternama, menggunakan produk mahal atau pergi ke luar negeri untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan kulit wajah mereka. (Farhan, Widodo, & Rahman, 2019)

Perkembangan zaman sejalan dengan berkembangnya teknologi dalam perawatan kecantikan demi mendapatkan kulit wajah sehat dan normal. Salah satu perawatan modern dengan menggunakan teknologi yang saat ini sedang populer di kalangan masyarakat adalah perawatan laser. Perawatan laser ini termasuk dalam perawatan yang dilakukan oleh berbagai macam kalangan lingkungan sosial.

Perawatan kecantikan laser pada intinya merupakan penggunaan energi laser yang terlokalisasi dikarenakan sifat presisi dari laser untuk memperbaiki berbagai kondisi dan penyakit kulit yang tidak diinginkan tanpa merusak jaringan normal di sekitar kulit. (Raharti, 2006) Sehingga, perawatan laser merupakan perkembangan dari adanya teknologi yang memanfaatkan energi yang teralokasikan untuk memperbaiki kondisi kulit.

Laser photorejuvenation adalah jenis perawatan non ablatif. Laser non-ablatif bekerja dengan mengirimkan energi cahaya intensitas tinggi ke dalam kulit tanpa merusak lapisan luar kulit. Laser non-ablatif memiliki sejumlah efek pada kulit, termasuk merangsang produksi kolagen, elastin, dan matriks ekstraseluler lainnya. Proses ini memperbaiki tekstur kulit dan membuat kulit lebih kencang dan halus. Laser non-ablatif juga dapat merangsang produksi melanin, yang membantu meratakan warna kulit dan mencerahkan bintik-bintik pigmen. Laser non-ablatif dapat digunakan untuk meremajakan kulit di berbagai area, antara lain wajah, leher, dada, lengan, dan kaki. Namun, perawatan laser non-ablatif juga dapat menyebabkan efek samping seperti kemerahan, bengkak, dan nyeri sementara. Kondisi kulit sebelum perawatan juga bisa mempengaruhi hasil. Oleh karena itu, disarankan untuk berkonsultasi terlebih dahulu dengan dokter kulit sebelum memulai perawatan laser non-ablatif. (Sundaram & Mackenzie, 2010)

Perawatan kecantikan laser photorejuvenation bermanfaat untuk menstimulasi kolagen dengan mengurangi flek hitam atau hiperpigmentasi, mengurangi kerut halus dan penuaan, mengurangi tattoo, menjadikan kulit glowing, glass skin, meningkatkan tone kulit wajah dan menghilangkan rambut wajah. Laser photorejuvenation merupakan proses yang menggunakan sumber energi cahaya untuk membalikkan proses photoaging yang disebabkan oleh sinar matahari atau kerusakan lingkungan pada kulit.

Perawatan laser photorejuvenation merupakan salah satu perawatan kecantikan yang ditawarkan oleh Klinik Kecantikan Oriskin. Klinik Kecantikan Oriskin merupakan klinik kecantikan dengan full body treatment dimana di dalam klinik tersebut menyediakan semua jenis perawatan mulai dari rambut, kulit, tubuh bahkan kuku. Klinik ini memiliki jumlah rata-

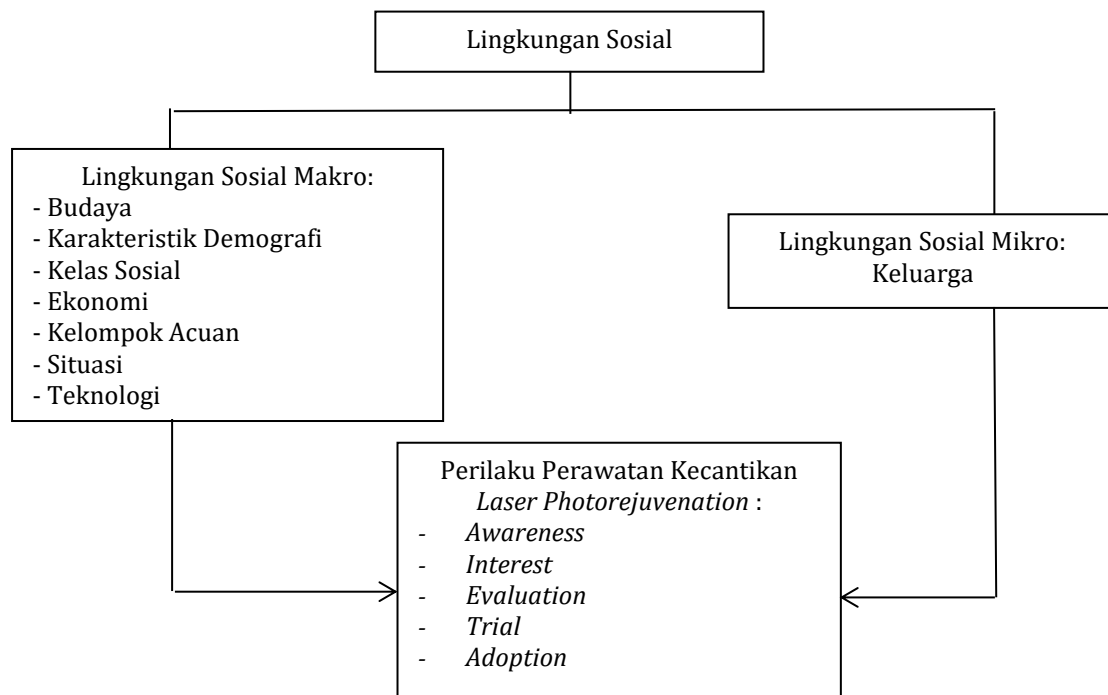
rata sebanyak 3-5 klien yang melakukan perawatan kecantikan laser photorejuvenation dalam satu hari.

Berdasarkan uraian di atas, menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti apakah ada hubungan lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation. Lingkungan sosial yang dimaksud adalah lingkungan sosial mikro yang terdiri dari keluarga dan lingkungan sosial makro yang terdiri dari budaya, karakteristik demografi, kelas sosial, ekonomi, kelompok acuan, situasi, dan teknologi, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ha : Terdapat hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation.

H0 : Tidak terdapat hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation. Ditinjau dari lingkungan sosial dalam skala mikro dan makro.



**Gambar 2. 2 Kerangka Teoritik**

## Metode

Metode Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada pengumpulan dan analisis data numerik dengan tujuan menguji hipotesis dan mengetahui hubungan antara variabel tertentu. (Moleong, 2017) Penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasional. Penelitian korelasional merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan dengan mengukur variabel-variabel yang berhubungan kemudian menggunakan analisis statistik untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel-variabel tersebut. (Trochim & Donnelly, 2016)

Populasi dari penelitian ini adalah klien Klinik Kecantikan Oriskin Kedoya dalam waktu satu bulan. Populasi pada penelitian ini berjumlah 104. Penentuan jumlah sampel dari populasi penelitian menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dalam Mustafa (2010:90) dengan tingkat kepercayaan 90 dan  $e = 10$ , sehingga mendapatkan jumlah sampel 51 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{104}{1+104(0,1)^2} = 50,98 = 51$$

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik Probability Sampling yaitu, Systematic Random Sampling (teknik sampel acak sistematis). Systematic random sampling adalah metode pengambilan sampel acak di mana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel dengan pengambilan sampel sistematis pada interval tetap. Metode ini umumnya digunakan untuk mendapatkan sampel yang representatif dari populasi dengan biaya dan waktu yang efisien. (Kurniati, Efendi, & Rachmawati, 2018)

Dalam penelitian ini, kriteria responden yang dipilih merupakan klien Klinik Kecantikan Oriskin Kedoya yang melakukan perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation selama 1 bulan dengan langkah pengambilan sampel dengan systematic random sampling sebagai berikut :

$$N = \text{Populasi} = 104$$

$$n = \text{Sampel} = 51$$

$$k = \frac{N}{n} = \frac{104}{51} = 2,03 = 2$$

Nilai K diacak = 1-3, terpilih sampel ke-1 = 2

Maka responden terpilih dalam penelitian ini = 2, 4, 6, 8, 10, ....., 100, 102.

Metode analisis yang digunakan melalui uji persyaratan terlebih dahulu dengan menggunakan Uji Normalitas. Uji ini memiliki kegunaan untuk mencari tahu apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Pada penelitian ini menggunakan teknik uji Kolmogorov Smirnov dengan program SPSS 29.0. Selanjutnya Uji Linearitas, untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Taraf signifikan dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan  $< 0,05$ . Penghitungan uji linearitas menggunakan program SPSS 29.0.

Setelah data dinyatakan terdistribusi normal dan linear, selanjutnya dilakukan Uji Hipotesis sebagai berikut :

a. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh besar kecilnya variabel X terhadap variabel Y, maka menghitung rxy dapat menggunakan rumus product moment pearson, dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

b. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui keberartian pengaruh antara kedua variabel digunakan uji-t dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi memiliki tujuan guna mengukur seberapa besar kontribusi Variabel X terhadap Variabel Y. Pada penelitian ini nilai yang diperoleh dari perhitungan R<sup>2</sup> merupakan pengukur dari seberapa besar persentase yang diperoleh dari variabel dependen dan independen.

$$KD = r_{xy}^2 \times 100\%$$

## Hasil dan Pembahasan

Data dari penelitian ini diambil dari sebaran kuesioner yang diberikan kepada para klien Klinik Kecantikan Oriskin Kedoya yang berlokasi di Jl. Perjuangan Ruko Kedoya Center Blok B.6 Kebon Jeruk Jakarta Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan lingkungan sosial terhadap perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation, penulis mengajukan seperangkat kuesioner kepada responden yang berjumlah 51 orang.

### Data Perilaku Perawatan Kecantikan Laser photorejuvenation (Y)

Data perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala Likert yang diisi oleh 51 responden. Berdasarkan pengolahan data diperoleh skor terendah adalah 81 dan skor tertinggi adalah 148, jumlah skor adalah 6341. Sehingga rata-rata perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation (Y) sebesar 124,33 dengan varians (S<sup>2</sup>) sebesar 236,827 dan simpangan baku (S) sebesar 15,389. Data hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 1 Deskripsi Data Perilaku Perawatan Kecantikan Laser photorejuvenation**

No	Jenis Perhitungan	Hasil Perhitungan
1	Mean	124,333
2	Median	127
3	Mode	120
4	Standar Deviasi	15,389
5	Varian	236,827
6	Range	68
7	Minimum	81
8	Maximum	148
9	Sum	6341

### Data Lingkungan Sosial (X)

Data lingkungan sosial diperoleh melalui pengisian kuesioner. Berupa kuesioner dengan model skala Likert yang diisi oleh 51 responden. Berdasarkan pengolahan data diperoleh skor terendah 90 dan skor tertinggi 148, jumlah skor adalah 6368 sehingga rata-rata skor lingkungan sosial (X) adalah 124,86 dengan varians (S<sup>2</sup>) sebesar 185,001 dan simpangan baku (S) sebesar 13,601. Data hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 2 Deskripsi Data Lingkungan Sosial**

No	Jenis Perhitungan	Hasil Perhitungan
1	Mean	124,86
2	Median	126
3	Mode	133
4	Standar Deviasi	13,60150
5	Varian	185,001
6	Range	58
7	Minimum	90
8	Maximum	148
9	Sum	6368

**Uji Normalitas**

Terdapat dasar pengambilan keputusan pada Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal, namun sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berdasarkan Tabel 4.7 dibawah ini dapat dilihat nilai signifikansi dari Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 yaitu 0.05 untuk variabel x dan 0.07 untuk variabel y. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi di atas 0.05 sehingga nilai dari data penelitian tersebut berdistribusi normal.

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas**

N	Variabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
51	X	0.05	Normal
51	Y	0.07	Normal

**Uji Linearitas**

Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Taraf Signifikan dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan > 0,05. Penghitungan uji linearitas menggunakan program SPSS 29.0 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Linearitas**

Hubungan Variabel	Sig. Deviation from Linearity	Intrepretasi
Lingkungan Sosial (X) terhadap Perilaku Perawatan Kecantikan <i>Laser photorejuvenation</i> (Y)	0.675	Terdapat hubungan linear

Dari nilai diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi diatas menunjukkan bahwa nilai sig pada deviation from linearity sebesar 0,675 yang lebih besar dari 0,05 sehingga variabel X memiliki hubungan yang linear dengan variabel Y.

**Uji Korelasi**

Setelah dilakukan pengujian normalitas dan linearitas maka dapat diketahui bahwa kedua variabel berdistribusi normal dan linear, sehingga uji hipotesis dapat menggunakan uji korelasi.

1. Menguji hipotesis hubungan antara variabel

Ho : Tidak terdapat hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan *laser photorejuvenation*.

Ha : Terdapat hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan *laser photorejuvenation*.

2. Jika nilai signifikansi < 0.05 maka data berkorelasi dan Ho ditolak. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka data tidak berkorelasi Ho diterima.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Korelasi *Product Moment*

N	Variabel	Sig (2 tailed)	R	Keterangan
51	Lingkungan Sosial (X)	0.000	0.801	Berkorelasi
51	Perilaku Perawatan Kecantikan Laser <i>photorejuvenation</i> (Y)	0.000	0.801	Berkorelasi

Dari tabel diatas didapatkan bahwa nilai signifikansi adalah  $0,000 < 0,05$  sehingga data dikatakan berkorelasi. Nilai r sebesar 0.801 maka dengan nilai tersebut tergolong tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan *laser photorejuvenation* dan menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai X, nilai Y cenderung meningkat juga, dan sebaliknya.

Ukuran sampel 51 untuk kedua variabel menunjukkan jumlah data yang cukup untuk inferensi yang andal. Secara keseluruhan, analisis korelasi mengungkapkan bahwa perubahan X terkait erat dengan perubahan Y yang sesuai. Maka, dari hasil diatas, dapat dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yakni terdapat hubungan lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan *laser photorejuvenation*.

## Uji T

Uji T bertujuan untuk menguji signifikansi untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Terdapat dasar pengambilan keputusan pada Uji T, hal tersebut dapat dijelaskan dengan uraian sebagai berikut :

1. Berdasarkan nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi < 0.05 maka terdapat hubungan antara Variabel X dan Variabel Y sehingga Ha diterima, namun sebaliknya jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat hubungan antara Variabel X dan Variabel Y sehingga Ha ditolak.
2. Berdasarkan nilai perbandingan antara  $T_{hitung}$  dan  $T_{tabel}$ . Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka terdapat hubungan antara Variabel X dan Variabel Y sehingga Ha diterima, namun sebaliknya jika nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $T_{tabel}$  maka tidak terdapat hubungan antara Variabel X dan Variabel Y sehingga Ha ditolak.

Tabel 4. 6 Hasil Uji T

Lingkungan Sosial (X)			Terdapat hubungan signifikan
T	15.396	$T_{hitung} 15.396 > T_{tabel} 1.6765$	
Sig.	0.000	$0.000 < 0.05$	

Variabel Dependen : Perilaku Perawatan Kecantikan *Laser photorejuvenation*

Berdasarkan hasil uji t diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi hubungan Lingkungan Sosial (X) Terhadap Perilaku Perawatan Kecantikan *Laser photorejuvenation* (Y) adalah  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $T_{hitung} 15.396 > \text{nilai } T_{tabel} 1.6765$  , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat Hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku perawatan kecantikan *laser photorejuvenation*.

### Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel X terhadap Y, dengan cara mengkuadratkan nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh dan interpretasinya dinyatakan dalam prosentase. Hasil perhitungan koefisien antara variabel X dengan variabel Y dihasilkan koefisien determinasi yang dapat dilihat pada table 4.9 di bawah ini.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>R</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>R<sup>2</sup> x 100%</b>
0.910	0.829	82.9%

Berdasarkan tabel 4.9 maka dapat menjelaskan bahwa nilai  $R^2$  pada variabel X terhadap variabel Y menunjukkan adanya pengaruh dengan nilai determinasi sebesar 0.829 atau sama dengan 82.9%. Angka tersebut mengandung arti bahwa Variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y sebesar 82.9% dan sisanya 13.1% di pengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa analisis korelasi mengungkapkan korelasi positif yang kuat antara lingkungan sosial dan perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation, seperti yang ditunjukkan oleh koefisien korelasi Pearson sebesar 0,801 dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan hubungan yang signifikan dan kuat antara variabel. Uji T memiliki hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 serta nilai Thitung 15,396 > nilai Ttabel 1,6765. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima, yang mana secara parsial variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.829 menunjukkan bahwa sekitar 82,9% variabilitas perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation dapat dijelaskan oleh perubahan lingkungan sosial. Hal ini menyoroti pengaruh besar yang dimiliki lingkungan sosial dalam membentuk perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation. Maka dapat dikatakan bahwa, hasil menunjukkan korelasi positif yang kuat dan signifikan antara lingkungan sosial dan perilaku perawatan kecantikan laser photorejuvenation.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Konsumen yang berencana untuk menjalani perawatan peremajaan laser harus berhati-hati saat memilih klinik dan membiasakan diri dengan perawatan pasca perawatan yang tepat.
2. Program Studi Tata Rias harus memprioritaskan pemutakhiran kurikulum untuk memasukkan pengetahuan terkini dan kemajuan dalam praktik perawatan kulit.
3. Klinik perlu secara proaktif menyusun strategi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan meningkatkan layanan, fasilitas, dan menawarkan harga yang kompetitif. Faktor-faktor ini menjadi pertimbangan penting bagi konsumen di tengah persaingan ketat dalam lanskap bisnis berbasis informasi.

## Daftar Referensi

- Alamsyah, A. (2019). *Keluarga: Teori, konsep, dan pengembangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arifin, B. S. (2015). *Psikologi Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Asnia, M., Ambarwati, N. S., & Siregar, J. S. (2019). Pemanfaatan Rimpang Kunyit (*Curcuma domestica* Val.) Sebagai Perawatan Kecantikan Kulit. 697-703.
- Bungin, B. (2016). *Metodologi penelitian kuantitatif: Komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Cialdini, R. B. (2007). *Influence: The Psychology of Persuasion*. New York: Harper Collins.
- Dalyono, M. (2001). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Dewi, S. A. (2013). Ekonomi dan lingkungan sosial: Refleksi untuk mempertahankan keberlanjutan. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 85-92.
- Farhan, M. R., Widodo, A. W., & Rahman, M. A. (2019). Ekstraksi Ciri Pada Klasifikasi Tipe Kulit Wajah Menggunakan Metode Haar Wavelet. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2903-2909.
- Handayani, S., & Patricia, N. L. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X" (Versi Elektronik). *Jurnal Psikologi*, 10-17.
- Hidayah, N. (2014). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Pengguna Perawatan Wajah Di Klinik Kecantikan Kota Surabaya (Kajian Simulakra, Simulasi dan Hiperealitas JP Baudrillard). *Paradigma*, 1-8.
- Hidayati, N. (2015). *Pengaruh Produk, Harga, Referensi, Kepribadian dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kain Saringan di Kota Banjarmasin*. Banjarmasin: Publikasi Ilmiah, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi ke-6)*. Erlangga.
- Indarto, A. S., Sayuti, N. A., & Riwati, A. (2016). Perilaku mahasiswi dalam perawatan kecantikan secara tradisional. *Jurnal Kebidanan Dan Kesehatan Tradisional*, 94-99.
- Irawati, L. (2013). Pengaruh Komposisi Masker Kulit Buah Manggis (*Garcinia Mangostana* L) Dan Pati Benguang Terhadap Hasil Penyembuhan Jerawat Pada Kulit Wajah Berminyak. *E-Journal*, 40-48.
- Kholifudin, M. Y. (2017). Sinar Laser Mainan Sebagai Alternatif Sumbar cahaya Monokromatik Praktikum Kisi Difraksi Cahaya. *Jurnal Penelitian Pembelajaran Fisika*, 129-134.
- Kistanto, N. H. (2015). Tentang konsep kebudayaan. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*, 1-11.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar ilmu antropologi*. Rineka Cipta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati, N., Efendi, A., & Rachmawati, I. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Kurniawan, D., & Wustqa, D. U. (2014). Pengaruh perhatian orangtua, motivasi belajar, dan lingkungan sosial terhadap prestasi belajar matematika siswa SMP. *Jurnal riset pendidikan matematika*, 176-187.
- Langgunung, H. (1980). *Beberapa Pemikiran Tentang Islam*. Bandung: Al-Maarif.
- Mahdayeni, M., Alhaddad, M. R., & Saleh, A. S. (2019). Manusia dan Kebudayaan (Manusia dan Sejarah Kebudayaan, Manusia dalam Keanekaragaman Budaya dan Peradaban, Manusia dan Sumber Penghidupan). *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 154-165.
- Mamang, E., & Sopiah. (2013). *Psikologi Perkembangan Anak*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (edisi revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo. (2012). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pramono, R. (2020). *Dinamika keluarga dalam perspektif psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Purba, J. (2005). *Pengelolaan Lingkungan Sosial*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Purwanto, B. (2012). *Karir dan Manajemen Pekerjaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Raharti, M. (2006). Penggunaan laser dalam bidang kosmetik kulit.
- Rahayu, S. A., & Pratama, G. R. (2019). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumen pada era digital. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 1-12.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. Simon and Schuster.
- Salmah, N. N. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu pada Toko La Tahzan Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 1-13.
- Santrock, J. W. (2011). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan (edisi ke-2)*. Jakarta: Kencana.
- Sardana, K., & Garg, V. K. (2014). *Lasers in Dermatological Practice*. New Delhi: Jaypee Brothers.
- Siagian, S. P. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Smith, J. (2021). The Effects of Sun Exposure on Skin. *Journal of Dermatology*, 45-56.
- Soekartawi, R. (1994). *Ekonomi dalam Lingkungan Sosial*. Jakarta: LP3ES.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen (Dalam Perspektif Pemasaran)*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2008). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sundaram, H., & Mackenzie, J. M. (2010). Non-ablative laser and light treatments: histology and tissue effects. *Facial plastic surgery clinics of North America*, 17-28.
- Supratman, M. (2010). Kelas Sosial, Kesenjangan, dan Perubahan Sosial di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Masyarakat*, 147-159.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suseno, Y. (2016). Pengaruh faktor emosi dan lingkungan terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas muhammadiyah malang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 51-62.
- Sutrisno, E. (2013). *Pengantar teknologi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Trochim, W. K., & Donnelly, J. P. (2016). *The research methods knowledge base (4thed.)*. Atomic Dog Publishing.
- Umar, H. (2008). *Metodologi penelitian: untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Uno, H. B. (2006). *Teori motivasi & pengukurannya: analisis di bidang pendidikan*. Bumi Aksara.
- Wasitaatmadja, S. M. (2011). *Dermatologi Kosmetik*. Jakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia.
- Weber, M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. University of California Press.