

**GAMBARAN PEMILIHAN PENGGUNAAN KOSMETIK HERBAL  
MAHASISWI AKADEMI FARMASI PUTRA INDONESIA MALANG**

**KARYA TULIS ILMIAH**

**OLEH  
ROBY AL ALAMIN  
NIM 17.112**



**AKADEMI FARMASI PUTRA INDONESIA MALANG  
AGUSTUS 2020**

**GAMBARAN PEMILIHAN PENGGUNAAN KOSMETIK HERBAL,  
MAHASISWI AKADEMI PUTRA INDONESIA MALANG**

**KARYA TULIS ILMIAH**

Diajukan kepada  
Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam menyelesaikan program D-III  
Bidang Farmasi

**OLEH**  
**ROBY AL ALAMIN**  
**NIM 17.112**

AKADEMI FARMASI PUTRA INDONESIA MALANG  
AGUSTUS 2020

KARYA TULIS ILMIAH  
GAMBARAN PEMILIHAN PENGGUNAAN KOSMETIK HERBAL  
MAHASISWI AKADEMI FARMASI PUTRA INDONESIA MALANG

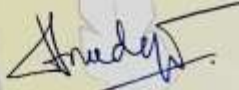
ROBY AL ALAMIN  
NIM AKF17112

Dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 28 Agustus 2020  
dan dinyatakan memenuhi persyaratan

Dewan Penguji

  
apt. Lailiyatus Syafah, M.Farm.

Penguji I


  
apt. Tri Danang Kurniawan, M.Farm.

Penguji II


  
Dr. Misgiati, M.Pd.

Penguji III

Mengetahui,  
Wakil Direktur I  
Bidang Pembelajaran dan Kemahasiswaan

  
apt. Endang Susilowati, S.Si., M.Farm-Klin  
NIDN. 0728036806

Mengesahkan,  
Direktur

  
apt. Bilal Subchan Agus Santoso, M.Farm.  
NIDN. 0722056701

**PERNYATAAN KEASLIAN  
KARYA TULIS ILMIAH (KTI)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ROBY AL ALAMIN

NIM : 17112

Menyatakan bahwa Karya Tulis Ilmiah (KTI) dengan judul :

**“GAMBARAN PEMILIHAN PENGGUNAAN KOSMETIK HERBAL  
MAHASISWI AKADEMI FARMASI PUTRA INDONESIA MALANG”**

Benar-benar merupakan hasil pribadi dan seluruh sumber yang dikutip dan ditunjuk telah saya nyatakan benar.

Apabila ternyata di dalam naskah KTI ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia KTI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (A.Md. Farm.) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(Undang-undang No.20 tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 28 Agustus 2019  
Mahasiswa,

  
ROBY AL ALAMIN  
NIM 17.112

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan rahmat Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya yang telah merawat saya dengan penuh kasih sayang selama ini dan selalu mendoakan dan memberikan yang terbaik.

Personil “TAK ADA NAMA” Afif, Fahreza, Fitra, Yusuf dan uhy terimakasih untuk semuanya, kalian adalah sahabat terbaik yang menemani saat suka dan duka, selalu menghibur dengan hal-hal konyol yang pasti selalu ada saat berkumpul, dan yang terpenting terimakasih kalian mau menerima kekurangan dan kelebihanku ini.

Teman-teman “Farmasi D 2017” dan seangkatan 2K17 yang senasib, seperjuangan dan sepenanggungan, terimakasih atas gelak tawa dan solidaritas yang luar biasa sehingga membuat hari-hari semasa kuliah lebih berarti. Semoga kita sukses bersama kedepannya aamiin.

Dan terakhir, untuk seseorang yang spesial yang telah menemani dan membantu selama ini yaitu “Diyanti Amd.,S.Tr..Keb”, terimakasih sudah memberikan semangat, motivasi, nasehat, dan menyediakan stok sabar yang sangat banyak untuk saya. Terimakasih sudah mau bertahan dan untuk kasih sayangmu sampai saat ini.

Semoga Allah SWT membalas jasa budi kalian dikemudian hari dan memberikan

kemudahan dalam segala hal, aamiin.

## ABSTRAK

Al Alamin, Roby. 2020. Gambaran Pemilihan Penggunaan Kosmetik Herbal Mahasiswi Akadimi Farmasi Putra Indonesia Malang. Karya Tulis Ilmiah Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang. Pembimbing apt. Lailiyatus Syafah, M.Farm.

Kata kunci : Kosmetik herbal, Gambaran, Penggunaan Kosmetik.

Kosmetik herbal saat ini sangat bermanfaat karena memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran pemilihan penggunaan kosmetik herbal mahasiswi Akadimi Farmasi Putra Indonesia Malang. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang berjumlah 192, sampel yang didapatkan sebanyak 90 responden dengan menggunakan rumus *slovin*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berbentuk *Google Formulir*. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kosmetik yang sering digunakan oleh mahasiswi yaitu kosmetik jenis masker sebanyak (75,6%), informasi yang diperoleh mahasiswi adalah melalui keluarga, teman sebanyak (62,2%), kosmetik *local brand* yang digunakan yaitu kosmetik masker sebanyak (71,1%), kosmetik *Internasional brand* yang digunakan yaitu kosmetik masker sebanyak (56,7%) dan sebanyak (98,9%) mahasiswi akan tetap menggunakan kosmetik. Dapat disimpulkan bahwa gambaran pemilihan penggunaan kosmetik herbal mahasiswi PIM terpengaruh oleh suatu jenis kosmetik, informasi, jenis kosmetik (*local brand* dan *Internasional brand*) dan mampu memberikan efek/khasiat yang baik bagi kulit.

## ABSTRACT

*Al Alamin, Roby. 2020. Overview of The Selection of Herbal Cosmetics Usage of A student akadimi Farmasi Putra Indonesia Malang. Scientific Papers of Putra Indonesia Malang Academy of Pharmacy. Apt adviser. Lailiyatus Shafah, M.Farm.*

*Keywords : Herbal cosmetics, Overview, Usage Cosmetics.*

*Herbal cosmetics today are very useful because they have the ability to meet the fundamental needs of women in beauty while often being a means for consumers to clarify their identity socially in the eyes of society. The purpose of this study is to find out the picture of the selection of herbal cosmetics used by the Indonesian son of Malang. This research includes descriptive research with survey methods. The population in the study was 192 students of the Indonesian Men's Academy of Pharmacy Malang, a sample of 90 respondents using the slovin formula. Data collection is done by disseminating questionnaires in the form of Google Forms. Based on the results of research that cosmetics are often used by students namely cosmetic types of masks (75.6%), the information obtained by the student is through family, friends as much as (62.2%), local brand cosmetics used namely cosmetic masks (71.1%), international cosmetics brands used namely cosmetic masks as much as (56.7%) and as many as (98,9%) students will continue to use cosmetics. It can be suggested that the picture of the selection of the use of pim sorority herbal cosmetics is affected by a type of cosmetics, information, types of cosmetics (local brand and International brand) and able to provide good effect / efficacy for the skin.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat mengerjakan Karya Tulis Ilmiah yang berjudul “Gambaran Pemilihan Penggunaan Kosmetik Herbal, Mahasiswi Akfar Putra Indonesia Malang” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulis karya tulis ilmiah ini adalah sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program D-III di Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang.

Sehubungan dengan terselesainya penulisan karya tulis ilmiah ini, saya mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Dr. apt. Bilal Subchan Agus Santoso, M.Farm, selaku direktur Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang
2. Apt. Lailiyatus Syafah, M.Farm., selaku dosen pembimbing
3. Apt. Tri Danang Kurniawan, M.Farm. selaku dosen penguji I
4. Dr. Misgiati, M.Pd., selaku dosen penguji II
5. Bapak dan Ibu Dosen Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang serta staf yang turut membantu dan mendukung selama penyelesaian Karya Tulis Ilmiah ini.
6. Kedua Orang Tuaku dan Kaka, Adikku yang telah membantu banyak hal dan selalu memberi doa serta motivasi dalam menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini.
7. Sahabat-sahabatku Serta mahasiswa dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta arahan kepada penulis.

Harapan saya dengan adanya penulisan Karya Tulis Ilmiah ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari sepenuhnya Karya Tulis Ilmiah



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR JUDUL DALAM</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KESALAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	3
1.6 Definisi Istilah.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Tinjauan Tentang Kosmetik.....	5
2.2 Gambaran Yang Mempengaruhi Penggunaan Kosmetika .....	8
2.3 Hal-Hal Yang Dapat Mempengaruhi penggunaan Kosmetika.....	12
2.4 Kerangka Teori Dan Kerangka Konsep.....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	18
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	18
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	19
3.4 Kriteria Inklusi dan Eksklusi.....	19
3.5 Definisi Operasional.....	19

3.6 Alat dan Bahan.....	21
3.7 Pengumpulan Data .....	21
3.8 Analisis Data .....	21
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>22</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	22
4.2 Pembahasan.....	29
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>37</b>
5.1 Kesimpulan .....	37
5.2 Saran.....	38
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>42</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	20
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden.....	22
Tabel 4.2 Hasil Penggunaan Kosmetik Herbal .....	23
Tabel 4.3 Jenis Kosmetik Sering Digunakan .....	23
Tabel 4.4 Hasil Memperoleh Informasi .....	24
Tabel 4.5 Hasil Penggunaan Kosmetik <i>Local Brand</i> .....	24
Tabel 4.6 Jenis Kosmetik <i>Local Brand</i> Sering Digunakan .....	25
Tabel 4.7 Hasil Pendapat Dalam Menggunakan Kosmetik <i>Local Brand</i> .....	25
Tabel 4.8 Hasil Penggunaan Kosmetik Internasional <i>Brand</i> .....	26
Tabel 4.9 Jenis Kosmetik Internasional <i>Brand</i> Sering Digunakan .....	26
Tabel 4.10 Pendapat Dalam Menggunakan Kosmetik Internasional <i>Brand</i> .....	26
Tabel 4.11 Hal Yang Mendasari Menggunakan Kosmetik.....	27
Tabel 4.12 Hasil Pendapat Dalam Menggunakan Kosmetik Herbal.....	28
Tabel 4.13 Hasil Pendapat Apakah Tetap Menggunakan Kosmetik.....	28

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep .....	16
----------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	42
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian <i>Online (Google Formulir)</i> .....	45

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Produk kosmetik sangat diperlukan oleh manusia produk-produk kosmetik tersebut dipakai secara berulang setiap hari, sehingga diperlukan persyaratan aman untuk dipakai. Kosmetik berasal dari kata kosmetikos (Yunani) yang berarti keterampilan menghias, mengatur. Bahan yang dipakai dalam usaha mempercantik diri ini, dahulu kosmetik diramu dari bahan-bahan alami yang terdapat disekitarnya. Sekarang kosmetik dibuat tidak hanya dari bahan alami tetapi juga bahan buatan untuk maksud meningkatkan kecantikan (Tranggono dan Latifah, 2007).

Seiring berjalannya waktu, makna cantik pada wanita adalah wanita yang bertubuh tinggi, berkulit putih, berwajah bersih, berambut hitam, dan masih banyak lagi hal ini membuat wanita sangat memperhatikan penampilan diri. Sebagian wanita menganggap bahwa kosmetik merupakan kebutuhan yang wajib dimiliki, khususnya pada remaja putri (mahasiswi). Mahasiswi adalah golongan wanita yang berada pada tingkat perkembangan yang telah mencapai remaja akhir dan dewasa awal sehingga pada jenjang ini kebutuhan seorang mahasiswi telah cukup kompleks untuk penggunaan kosmetik (Loviana dkk., 2012).

Dalam survei *Top Brand Award* yang diselenggarakan oleh Majalah *Marketing* dan *Frontier Consulting Group*, terdapat kategori perawatan pribadi yang sebagian besar jenis produknya merupakan produk kosmetik dan perawatan tubuh. Menurut hasil dari *Top Brand Award* pada fase 1 dan fase 2 di tahun 2016, beberapa produk kosmetik yang paling banyak digunakan dan mendapat predikat TOP di Indonesia adalah kosmetik dari *Brand Local* (Puranda dan Madiawati, 2017).

Kosmetik sintetis merupakan campuran dari beragam senyawa kimia contohnya seperti krim pemutih kulit yang mengandung hidrokuinon. Krim pemutih yang mengandung hidrokuinon banyak digunakan untuk menghilangkan bercak-bercak pada wajah atau kulit secara cepat. Kosmetik herbal saat ini banyak digunakan oleh sejumlah masyarakat sebab kosmetik herbal sebagian mengandung bahan alami dan dapat meminimalkan efek samping dari kosmetik sintetis yang tinggi akan bahan-bahan kimia seperti bahan yang mengandung zat hidrokuinon (Primadiamanti dkk., 2019).

Akademi farmasi putra Indonesia Malang merupakan diploma farmasi dimana mahasiswa/i belajar tentang obat herbal, obat sintetis dan juga tentang formulasi. Sekitar 80% akademi farmasi putra Indonesia Malang adalah mahasiswi yang berusia 18-23 tahun, dan pada usia tersebut seseorang cenderung ingin tampil menarik, cantik dan untuk meningkatkan kepercayaan diri seseorang dengan menggunakan berbagai jenis kosmetik.

Berdasarkan *survey* yang dilakukan peneliti terhadap enam orang Mahasiswi PIM yang menggunakan kosmetik herbal, dua orang mahasiswi mengatakan menggunakan kosmetik terpengaruh dari *review* teman maupun dari media *social* seperti YouTube, dan satu orang mahasiswi mengatakan bahwa ia menggunakan kosmetik terpengaruh dari sebuah iklan, dan satu orang mahasiswi yang menggunakan kosmetik herbal terpengaruh dari merek atau *brand*, dua orang mahasiswi menggunakan kosmetik terpengaruh dari harga yang murah. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai gambaran pemilihan penggunaan kosmetik herbal yang pada Mahasiswi Akfar Putra Indonesia Malang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Apakah ada gambaran yang mempengaruhi pemilihan penggunaan kosmetik herbal terhadap Mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang tahun ajaran 2020 / 2021?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran pemilihan penggunaan kosmetik herbal, Mahasiswi Akademi Farmasi (PIM) tahun ajaran 2020 / 2021.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran yang mempengaruhi Mahasiswi Akfar Putra Indonesia Malang dalam menggunakan kosmetik herbal,
2. Untuk mengetahui sikap dan niat Mahasiswi Akfar Putra Indonesia Malang dalam menggunakan kosmetik herbal.

## **1.5 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang gambaran pemilihan penggunaan kosmetik herbal

2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak melakukan *survey* secara langsung. Peneliti hanya mengamati jawaban dari setiap responden dari kuesioner *Google formulir* yang telah diisi.



## **1.6 Definisi Istilah**

Kosmetik herbal adalah sediaan kosmetik yang diformulasikan menggunakan bahan-bahan alami yang memiliki fungsi tertentu, terutama untuk digunakan dalam pengobatan. Kosmetik herbal merupakan produk yang sangat bermanfaat karena memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar terutama kaum wanita. Kosmetik juga terbagi menjadi dua yaitu kosmetik herbal dan kosmetik non herbal.

Keunggulan menggunakan kosmetik herbal adalah minim efek samping, halal, ramah terhadap kulit sensitif dan mengandung antioksidan alami. Komposisi bahan herbal yang organik juga mendekati komposisi manusia yang juga termasuk organik, sehingga efek yang ditimbulkan dari adanya kontak dalam tubuh menjadi lebih sedikit. Mahasiswa/i Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang adalah seseorang yang menempuh atau menjalani pendidikan farmasi dimana mahasiswa/i belajar tentang peracikan obat, membuat obat dan juga melakukan pembelajaran tentang formulasi sediaan.

## **BAB II**

### **TINJUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Tentang Kosmetik**

##### **2.1.1 Definisi Kosmetika**

Kosmetik merupakan produk yang sangat bermanfaat karena memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat, kosmetik juga mampu untuk menjaga dan merawat kulit baik didalam lapisan kulit maupun dipermukaan kulit (Ferrinadewi, 2005). Kosmetik dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 27 tahun 2018 adalah setiap bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi dan memelihara tubuh pada kondisi tetap baik (BPOM RI, 2018).

Kosmetika merupakan suatu komponen yang sangat penting peranannya dalam kehidupan masyarakat, dimana masyarakat tertentu sangat bergantung pada sediaan kosmetika pada setiap kesempatan. Kosmetik telah menjadi sebuah lahan perdagangan yang mempunyai omzet yang memuaskan, kosmetik sendiri sudah menjadi bagian kebutuhan primer kebanyakan di kalangan perempuan.

### 2.1.2 Penggolongan Kosmetik

Kosmetik memiliki dua sifat yaitu sifat modern atau tradisional dan memiliki kegunaan bagi kulit antara lain. Preparat untuk bayi, misalnya bedak bayi, preparat untuk mandi, misalnya sabun mandi, *bath capsule*, preparat wangi-wangian, misal parfum, preparat pewarna rambut, misalnya cat rambut, *hair spray*. Preparat *make up*, misal bedak, *lipstick*, preparat kebersihan badan, misalnya *deodorant*, preparat kuku, misalnya cat kuku, losion kuku dan preparat perawatan kulit, misalnya pembersih, pelembab, pelindung (Tranggono dkk., 2007).

### 2.1.3 Penggolongan Menurut Sifat Dan Cara Pembuatan Kosmetik

1. Kosmetik modern yaitu kosmetik yang diramu dari bahan kimia dan diolah secara modern (Termasuk antaranya adalah *cosmetics*).
2. Kosmetik Tradisional yaitu kosmetik yang terdiri dari bahan-bahan yang berasal dari alam dan diolah secara tradisional dan kosmetik semi tradisional adalah kosmetik tradisional yang pengolahannya dilakukan secara modern dan diberi zat-zat kimia sintetik ke (Tranggono dkk., 2007)

### 1.1.4 Penggolongan Kosmetik Bagi Kulit

Kosmetik perawatan kulit (*skin-care cosmetics*). Jenis kosmetik perawatan kulit ini bertujuan untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit termasuk didalamnya antara lain. Kosmetik untuk membersihkan kulit (*Cleanser*) sabun, *cleansing cream*, *cleansing milk*, dan penyegar kulit (*freshener*), kosmetik untuk melembabkan kulit (*moisturizer*), misalnya *moisturizing cream*, *night cream*, *anti wrinkle cream*, kosmetik pelindung kulit, misalnya *sunscreen cream* dan *sunscreen foundation*, *sun block cream/lotion* dan kosmetik untuk menipiskan atau

mengampelas kulit (*peeling*), misalnya *scrub cream* yang berisi butiran-butiran halus yang berfungsi sebagai pengampelas (abrasiver). Kosmetik riasan (dekoratif atau *make up*) jenis kosmetik riasan adalah produk yang digunakan untuk merias dan menutupi cacat pada kulit sehingga menghasilkan penampilan yang lebih menarik serta menimbulkan efek psikologis yang baik, seperti percaya diri *self confidence* (Tranggono dkk., 2007).

### **2.1.5 Manfaat Kosmetik**

Dasar dari kecantikan adalah kesehatan. Kulit yang sehat adalah bagian yang langsung dapat kita lihat karena kulit merupakan organ tubuh yang berada paling luar dan berfungsi sebagai pembungkus tubuh, pemakaian kosmetik yang tepat akan bermanfaat bagi kesehatan tubuh yaitu untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui *make up*, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari sinar *ultraviolet*, polusi dan faktor lingkungan lain (Nadya berliana, 2018).

### **2.1.6 Pemeliharaan Dan Perawatan Kulit**

Pemeliharaan merupakan usaha pencegahan terhadap timbulnya kelainan-kelainan, sedangkan perawatan merupakan usaha mempertahankan keadaan yang sekarang baik agar tidak berubah menjadi buruk. Pemeliharaan dan perawatan ini terdiri atas pembersih, pelembab, pelindung, dan penipisan contohnya seperti riasan atau dekoratif. Kosmetik rias bermanfaat untuk memperbaiki penampilan seseorang agar terlihat lebih baik dan wangi-wangian atau parfum biasanya digunakan untuk menambah penampilan dan menutupi bau badan yang kurang sedap untuk orang lain dan kosmetik medik biasanya untuk menambah kegunaan dari kosmetik

lainnya, maka dibuatlah berbagai kosmetik yang mengandung zat yang dapat bekerja lebih kuat dan biasa digunakan sebagai obat, misalnya sulfur, merkuri (Nadya berliana, 2018).

### **2.1.7 Tujuan Penggunaan Kosmetik**

Tujuan pemakaian kosmetika pada awalnya adalah tujuan dekoratif (riasan) manusia merias diri agar terlihat lebih cantik dari aslinya dengan memulas serta menutupi kekurangan-kekurangan yang ada pada tubuhnya dengan cara itu maka manusia berpenampilan lebih baik dan kepercayaan diripun tumbuh. Kosmetik saat ini telah menjadi kebutuhan manusia yang tidak bisa dianggap sebelah mata lagi dan sekarang semakin terasa bahwa kebutuhan adanya kosmetik yang beraneka bentuk dengan ragam warna dan keunikan kemasan serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen menuntut industri kosmetik untuk semakin terpicu mengembangkan teknologi yang tidak saja mencakup peruntukannya dari kosmetik itu sendiri namun juga kepraktisannya didalam penggunaannya (Mora, 2017).

## **2.2 Gambaran Dan Hal Yang Dapat Mempengaruhi Penggunaan Kosmetika**

### **2.2.1 Iklan**

Penggunaan Kosmetika sering kali dipengaruhi oleh beberapa iklan yang sering kali muncul dibeberapa stasiun televisi yang biasa diperani oleh beberapa bintang iklan yang mendukung produk kosmetik yang diiklankan. Penggunaan *celebrity endorser* sebagai pendukung dalam sebuah iklan diharapkan dapat memberikan asosiasi yang positif antara selebriti produk yang di tawarkan.

Sumbangan psikolog dalam bidang tayangan periklanan terutama mengenai daya tarik yang digunakan dengan tujuan membujuk calon konsumen untuk membeli dengan cara mengendalikan perhatian dan memberi kesan konsumen yang disimpan dalam ingatan. Sehingga bila dibutuhkan produk tersebut muncullah merek produk dari ingatannya (Nurarifiyani, 2016).

Iklan televisi yang menyediakan informasi produk bagi konsumen, mendorong penonton untuk mengingat iklan dan membeli produk dalam iklan. Sebuah iklan harus mampu menyampaikan maksud atau pesan dari pihak yang membuat iklan kepada penerima pesan iklan, sehingga sebuah pesan iklan sangat perlu untuk mendapatkan perhatian lebih agar mampu menarik niat konsumen untuk melakukan pembelian (Fachrunnisa, 2017).

### **2.2.2 Harga**

Harga merupakan suatu unsur yang sangat penting bagi masyarakat terutama dikalangan Mahasiswi atau suatu pandangan seseorang untuk membeli suatu produk kosmetik, baik bagi perusahaan dalam mempengaruhi konsumen maupun bagi perusahaan dapat bertahan dalam persaingan. Harga merupakan suatu hal penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda dari masyarakat, oleh karena itu harga pada suatu kosmetik sangatlah berpengaruh terhadap beberapa unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan dan sangat menentukan seseorang dalam membeli sebuah produk kosmetik (Susanti dan Gunawan, 2019).

### 2.2.3 *Brand*

Penggunaan kosmetika juga dipengaruhi suatu *Brand/Merek*, *brand* adalah keseluruhan persepsi terhadap suatu merek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu atau sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen, hal-hal yang menjadi tolak ukur suatu Brand yaitu. *Product Attributes* merupakan sebuah merek yang bisa menimbulkan atau memunculkan atribut-atribut tertentu pada barang atau jasa dalam pikiran konsumen yang mengingatkan pada karakteristik merek suatu produk kosmetik tersebut dan *consumer benefit* merupakan sebuah merek yang harus bisa memberikan suatu nilai dan manfaat tersendiri ketika konsumen membeli dan mengonsumsi produk tersebut, *consumer benefit* terdiri dari beberapa unsur yaitu *functional benefit*. *Functional benefit* merupakan serangkaian keuntungan yang didapat oleh konsumen ketika produk dapat melaksanakan fungsi utamanya dan dipengaruhi oleh *emotional benefit* Merupakan serangkaian keuntungan yang didapatkan oleh konsumen karena produk memberikan atau memunculkan perasaan yang positif kepada diri konsumen.

Serangkaian keuntungan yang didapat oleh konsumen ketika sebuah merek/*brand* dianggap bisa mewakili ekspresi dari seorang konsumen yaitu, *self-expressive benefit* merupakan serangkaian keuntungan yang didapat konsumen ketika sebuah merek dianggap bisa mewakili ekspresi dari seorang konsumen, *brand personality* merupakan sebagai merek yang memiliki seperangkat karakter personal yang akan diasosiasikan konsumen terhadap merek tertentu, *user Imagery* yaitu sebagai serangkaian dari karakteristik manusia yang terhimpun dalam suatu asosiasi dengan ciri-ciri atau tipikal dari konsumen yang menggunakan atau

mengonsumsi merek tersebut dan *organizational association*. *Organizational association* seringkali menghubungkan produk yang dibeli dengan kredibilitas perusahaan pembuat produk. Hal ini kemudian mempengaruhi persepsi terhadap sebuah barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Ruslim dan Andrew, 2012).

#### **2.2.4 Desain**

Penggunaan kosmetika juga dipengaruhi oleh suatu desain pada suatu produk. Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi produk tertentu desain juga disebut sebagai parameter produk yang berkaitan dengan warna, bahan, bentuk, dan proporsi. Desain dapat dikatakan sebagai atribut fisik yang dapat dengan mudah diidentifikasi oleh konsumen, ini adalah salah satu isyarat yang paling penting yang digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi suatu produk yang dipasarkan (Ruswanti dkk, 2016).

#### **2.2.5 Media Social**

Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Teknologi informasi atau biasanya disebut dengan *social media* saat ini semakin memudahkan masyarakat untuk mencari informasi mengenai produk kosmetik yang akan dibeli dan digunakan.

Media social seperti Youtube, instagram dan *olshop* dari ketiga media *social* ini adalah salah satu sarana yang digunakan wanita untuk mendapatkan suatu informasi yang direview oleh beberapa *beauty blogger* dan diiklankan di suatu aplikasi. *Beauty blogger* mereview suatu produk kosmetik karena *endorsment* dan



juga *beauty blogger* terkadang melakukan secara sukarela dan atas dasar hobi atau *beauty blogger* mendapatkan endors dari suatu produk kosmetika (Eka dan Hamdani, 2018).

### **2.2.6 Social**

Keluarga atau *social* juga dapat mempengaruhi tingkah laku pengguna individu. Sebuah keluarga membentuk sikap suatu individu untuk memperoleh nilai, membangun dan membentuk keperibadian. Keluarga juga dapat menawarkan kemungkinan untuk membangunkan sikap dan pendapat terhadap beberapa subjek seperti hubungan sosial, masyarakat dan politik.

*Social* juga akan membuat persepsi pertama mengenai produk dan akibat suatu pengguna kosmetik. Keluarga/*social* juga berpengaruh terhadap sikap, kepercayaan, dan perhatian individu pada kosmetik, seseorang akan berperilaku dengan memperhatikan lingkungan sosialnya, diantara yaitu adalah teman-teman, orangtua, saudara-saudara, media (Hamid dan Mahran, 2019).

## **2.3 Hal-Hal Yang Dapat Mempengaruhi penggunaan Kosmetik**

### **2.3.1 Sikap dalam Menggunakan Kosmetika**

Sikap konsumen adalah kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu. Sikap ini dilakukan konsumen berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman yang dialami seseorang dari (Dewi ddk., 2017).

### 2.3.2 Komponen Sikap

Kepercayaan merek, evaluasi merek, dan maksud untuk membeli merupakan tiga komponen sikap. Kepercayaan merek merupakan komponen kognitif dari sikap; evaluasi merek merupakan komponen afektif atau perasaan; maksud untuk membeli merupakan komponen konatif atau tindakan. Sikap terbagi dalam tiga komponen. Komponen kognitif adalah sikap yang menggambarkan pengetahuan dan persepsi terhadap suatu objek sikap. Pengetahuan dan persepsi tersebut diperoleh melalui pengalaman langsung dari objek sikap tersebut dan informasi dari sumber lainnya. Pengetahuan dan persepsi berbentuk kepercayaan (*belief*) artinya konsumen mempercayai bahwa suatu objek sikap memiliki berbagai atribut dan perilaku yang spesifik akan mengarahkan kepada hasil yang spesifik.

Komponen afektif adalah komponen yang menggambarkan perasaan dan emosi seseorang terhadap suatu produk atau merek. Perasaan dan emosi tersebut merupakan evaluasi menyeluruh terhadap objek sikap (produk atau merek). Komponen afektif mengungkapkan penilaian konsumen kepada suatu produk apakah baik atau buruk. Perasaan dan emosi seseorang ditujukan kepada produk secara keseluruhan bukan perasaan dan emosi kepada atribut yang dimiliki produk. Perasaan dan emosi digambarkan dengan ungkapan dua kata sifat yang berbeda untuk mengevaluasi suatu produk.

Komponen konatif adalah komponen yang menggambarkan kecenderungan dari seseorang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap (produk atau merek tertentu). Konatif juga bisa meliputi perilaku yang sesungguhnya terjadi. Komponen konatif dalam riset konsumen biasanya

mengungkapkan keinginan membeli dari seorang konsumen *intention to buy* (Ramadhan dan Pangestuti, 2018).

### **2.3.2 Niat dalam Menggunakan Kosmetika**

Niat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, niat beli akan timbul apabila seorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk. Niat bisa datang dari dalam diri konsumen itu sendiri dan niat juga bisa datang dari rangsangan luar yaitu datang dari pengaruh orang-orang sekitar yang menggunakan suatu produk tertentu. (Paramita dan Yasa, 2015).

Niat beli konsumen sangat mempengaruhi keputusan pembelian dan keputusan pembelian ulang konsumen terhadap suatu produk. Niat beli sebagai niat konsumen untuk membeli sebuah produk (Prasasti, 2014). pengukuran indikator niat beli terdiri dari tiga pernyataan yaitu kepercayaan akan produk, kepastian untuk memilih dan kepastian untuk membeli produk (Ariyanti dan Iriani, 2014).

#### **1. Persepsi atau Mengenali Kualitas Niat Beli**

Persepsi kualitas merupakan penilaian konsumen terhadap semua aspek keunggulan yang ada pada suatu produk maupun jasa. Persepsi kualitas konsumen yang bermakna positif penting untuk membangun niat beli pada suatu produk ataupun jasa. niat beli dipengaruhi oleh beberapa variabel, salah satunya adalah variabel persepsi kualitas. Persepsi kualitas (*perceived quality*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat beli (Fachrunnisa., 2017).

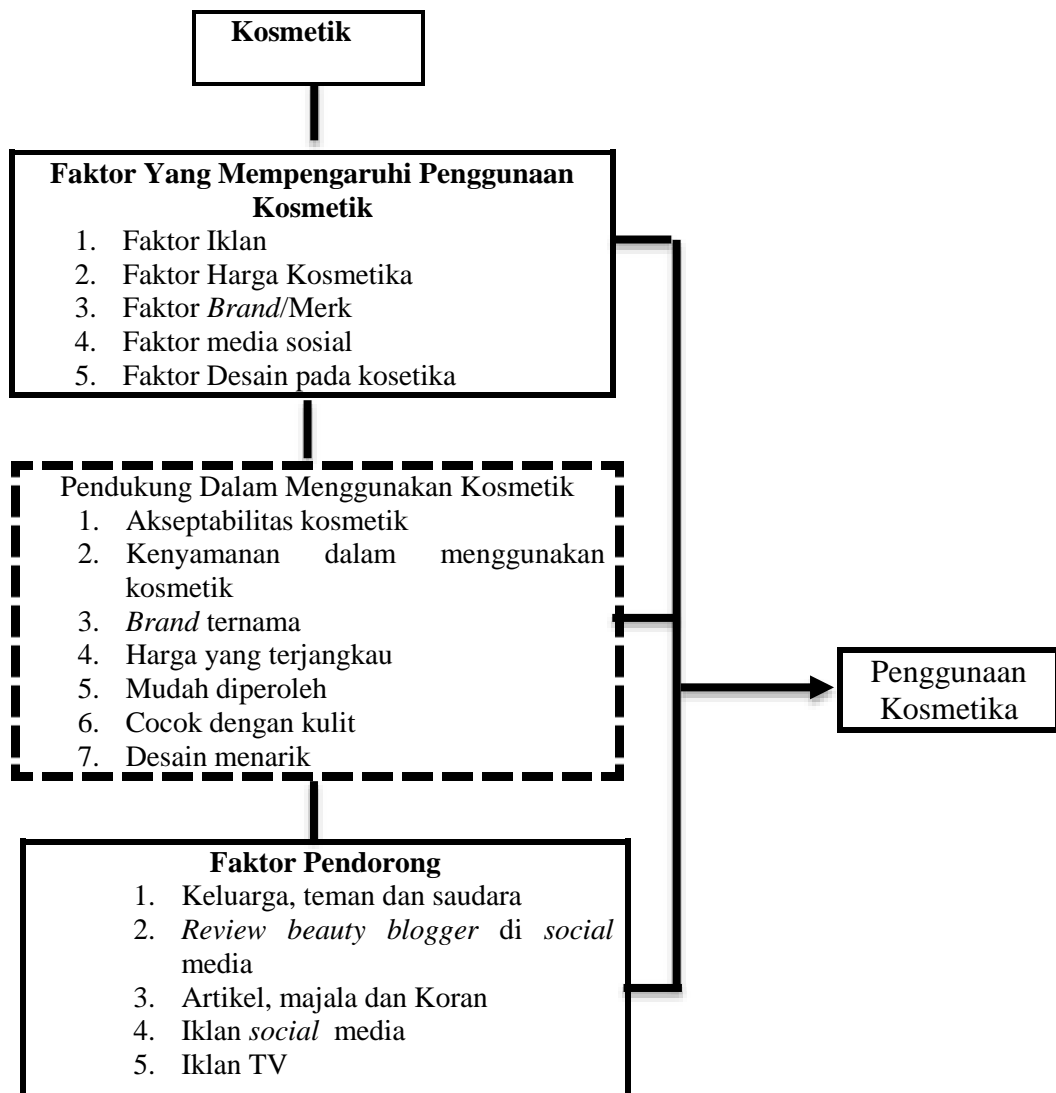
#### **2. Keputusan Dalam Niat Pembelian Kosmetik**

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Selanjutnya promosi adalah salah satu

bentuk komunikasi pemasaran, sedangkan yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan kemudian mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya, agar bersedia menerima, membeli, dan setia pada produk yang digunakan (Susanti dan Gunawan, 2019).

#### **2.4 Kerangka Konsep**

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah diuraikan di atas, maka dapat di gambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut.



**Gambar 2.1 Kerangka Konsep**

## 2.5 Kerangka Teori

Kosmetik adalah bahan atau sediaan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti *make up*. Berdasarkan kerangka konsep yang telah tergambar diatas maka dapat di jelaskan yaitu terdapat beberapa hal yang mempengaruhi mahasiswi dalam menggunakan kosmetik herbal yaitu dari sebuah iklan, iklan juga berpengaruh terhadap responden karena pada iklan tersebut mampu memberikan

gambaran mengenai kosmetik. Harga juga sangat mempengaruhi responden saat memilih suatu produk yang akan dibelinya kosmetik, sedangkan pada *brand* suatu kosmetik juga sangat penting dalam hal pemilihan suatu produk kosmetik, *brand* tidak hanya sebagai patokan terhadap responden dalam memilih suatu produk kosmetik, responden juga terpengaruh dari suatu media *social*.

Media *social* juga dapat mempengaruhi responden dalam mempertimbangkan suatu produk yang digunakan, dan *social* atau keluarga juga dapat mempengaruhi tingkah laku pengguna individu. Keluarga juga dapat membangun atau membentuk keperibadian seseorang dalam memilih suatu produk kosmetik yang digunakan responden dan sebuah desain pada suatu kosmetik juga sangat penting dalam mempengaruhi responden saat memilih suatu produk kosmetik yang digunakan. Pendukung dalam menggunakan kosmetik herbal adalah Akseptabilitas suatu kosmetik seperti, kenyamanan saat dalam menggunakan kosmetik, *brand*, harga, mudah diperoleh, cocok dengan kulit dan desain sebuah kosmetik.

Faktor pendorong dalam menggunakan kosmetik herbal yaitu dari Iklan TV, majalah atau koran, iklan *social* media, keluarga, *review beauty vlogger* di *social* media. Apabila mahasiswi terpengaruh oleh beberapa aspek dari kerangka konsep diatas maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswi akan menggunakan kosmetik. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui gambaran apa saja yang menjadi tolak ukur mahasiswi dalam pemilihan penggunaan suatu produk kosmetik.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Rencana Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran pemilihan penggunaan kosmetika herbal mahasiswa Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang. Rancangan penelitian terdiri dari empat tahap. Tahap pertama yaitu persiapan untuk menentukan jumlah responden kemudian, tahap kedua menyusun daftar pertanyaan (kuesioner) dengan tujuan untuk mencari informasi secara luas dari responden. Tahap ketiga yaitu mengumpulkan data responden melalui kuesioner. Tahap keempat yaitu analisis data dan menyimpulkan hasil penelitian.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang semester dua dan empat yang berjumlah 192 mahasiswa.

##### 3.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi dengan menggunakan rumus yang dikemukakan slovin sebagai berikut.

$$n = N / (1+(Ne^2))$$

$$n = \frac{192}{1 + 192 \cdot (0,1)^2} = \frac{192}{1 + 2,41} = \frac{133}{3,41} = 70$$

Berdasarkan hasil survei yang terkirim kepada peneliti melalui *Email* peneliti dipilih sebanyak 90 sampel.

### **3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Cara pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*, pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti untuk dapat dianggap mewakili karakteristik populasi.

## **3.3 Tempat dan Waktu Penelitian**

### **3.3.1 Tempat**

Penelitian Ini dilakukan dilingkungan Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang Jalan Barito No.05 Malang.

### **3.3.2 Waktu**

Penelitian ini dimulai pada bulan Juni sampai bulan Juni 2020.

## **3.4 Kriteria Inklusi dan Eksklusi**

Adapun kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah

1. Perempuan (mahasiswa) yang menggunakan kosmetik
2. Bersedia menjadi responden penelitian.

Adapun kriteria eksklusi dalam penelitian ini adalah

1. Perempuan (mahasiswa) yang tidak menggunakan kosmetik
2. Tidak bersedia menjadi responden dalam penelitian

## **3.5 Definisi Operasional**

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Gambaran penggunaan kosmetik herbal.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pemilihan kosmetik.



Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub. Variabel	Definisi. Operasional	Alat Ukur	Indikator
Gambaran pemilihan penggunaan kosmetik herbal di mahasiswi akfar (PIM).	Jenis kosmetik	Penggolongan kosmetik herbal menurut (Tranggono & Latifah, R. I. & F., 2007) antara lain adalah preparat untuk mandi, preparat kebersihan badan, preparat perawatan kulit dan preparat <i>make up</i> .	Kuesioner No.1,2,5 dan 7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preparat mandi adalah sabun mandi, shampoo, kondisioner,</li> <li>2. Preparat kebersihan badan adalah pembersih wajah, <i>miscelar water</i>, lulur dan masker,</li> <li>3. Preparat perawatan kulit adalah pelembab, serum, <i>body lotion</i> (Tranggono &amp; Latifah, <i>eat all</i>, 2007).</li> </ol>
	Informasi	Sumber yang digunakan oleh responden untuk memperoleh informasi mengenai penggunaan kosmetik herbal.	Kuesioner No.3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melalui ulasan <i>online</i> seperti <i>beauty blogger</i>, iklan <i>social media</i> (Adriyati, Indriani, 2017),</li> <li>2. Faktor <i>social</i> seperti keluarga, teman dan saudara (Binti Ab Hamid , Binti Mahran, 2019),</li> <li>3. Faktor iklan TV (Fachrunnisa, 2017),</li> <li>4. Artikel, majalah, Koran (Adriyati, Indriani, 2017).</li> </ol>
	<i>Brand</i> suatu kosmetik	Hal yang mendasari responden memilih menggunakan kosmetik herbal berdasarkan merk dan akseptabilitas pada suatu kosmetik.	Kuesioner No. 4, 5, 6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Brand Local</i>,</li> <li>2. <i>Internasional Brand</i>, (Adriyati, Indriani, 2017)</li> </ol>
	Hal yang mendasari responden menggunakan kosmetik herbal	Keinginan responden dalam menggunakan kosmetika herbal	Kuesioner No.8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cocok dengan kulit,</li> <li>2. Harga suatu produk</li> <li>3. Desain</li> <li>4. Mudah diperoleh (Pangaribuan, 2017).</li> </ol>
	Efek setelah menggunakan kosmetik herbal	Hal yang mendasari responden menggunakan kosmetik yaitu dari efek yang ditimbulkan oleh suatu kosmetik	Kuesioner No.9	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan khasiat yang baik pada kulit</li> <li>2. Tidak menimbulkan iritasi kulit</li> <li>3. Nyaman</li> <li>4. Cocok digunakan (Pangaribuan, 2017).</li> </ol>
	Harga	Hal yang mendasari responden menggunakan kosmetik herbal yaitu berdasarkan pada suatu harga suatu produk	Kuesioner No.8	Harga merupakan hal penting, karena setiap harga yang akan meningkatkan permintaan terhadap produk berbeda dari responden (Susanti & Gunawan, 2019)

### 3.6 Alat dan Bahan

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan hasil data dari jawaban responden. Alat yang digunakan untuk mengambil data yaitu kuisisioner dan dokumentasi. Data dari kuisisioner terdiri atas satu jenis pertanyaan yang sama, yakni gambaran pemilihan penggunaan kosmetik herbal.

### 3.7 Pengumpulan Data

Melakukan pengumpulan data dan kemudian di susun dengan langkah-langkah kerja sebagai berikut.

1. Menyiapkan kuesioner
2. Membuat kuesioner dan diubah menjadi kuesioner bentuk *Google Form*
3. Meminta kesediaan tiap mahasiswi Akfar.
4. Memperkenalkan diri melalui kuesioner yang berada di *Google Formulir* kepada responden, lalu menjelaskan tujuan penelitian,
5. Setelah responden bersedia menjadi responden, responden langsung mengisi kuesioner yang telah tersedia di *Google Formulir*,
6. Rekapitulasi Data Kuesioner yang telah diisi lengkap, dikirimkan kepada peneliti untuk diproses lebih lanjut.

### 3.8 Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisa menggunakan teknik analisis kualitatif yaitu pengujian yang berpedoman dari data yang terkumpul kemudian disimpulkan. Data yang terkumpul dikelompokkan sesuai dengan variabel yang diteliti. Adapun kriteria variabel untuk menentukan kriteria kualitas adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{\text{Jumlah Pilihan}}{\text{Jumlah Responden}} \times 100$$

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukakan di Kota Malang pada bulan juni 2020. Jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 90 responden. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat penggumpulan data yaitu kuesioner secara *online (google formulir)*. Kuesioner yang telah disi oleh mahasiswi akan diolah sehingga diperoleh hasil sebagai berikut

##### 4.1.1 Usia Responden

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian terhadap 90 responden adapun karakteristik usia responden dapat dilihat di tabel 4.1.

**Tabel 4.1 Hasil Usia Responden**

<b>Usia Responden</b>	<b>Jumlah Jawaban</b>	<b>Persentase (%)</b>
18 tahun	3	3,3
19 tahun	46	51,1
20 tahun	36	39,1
21 tahun	4	4,3
22 tahun	2	2,2
23 tahun	1	1,1

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa 50% responden yang berusia 19 tahun dimana pada usia tersebut dapat dikatakan bahwa usia tersebut pantas menggunakan suatu produk kosmetik.

#### 4.1.2 Penggunaan Kosmetik Herbal

Berdasarkan hasil tabel 4.2 diketahui bahwa seluruh responden pernah menggunakan kosmetik herbal dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (100%).

**Tabel 4.2 Hasil Penggunaan Kosmetik Herbal**

<b>Informasi</b>	<b>Jumlah Jawaban</b>	<b>Persentase (%)</b>
Menggunakan	90	100
Tidak Menggunakan	0	0

#### 4.1.3 Kosmetik Herbal Yang Sering di Gunakan

Berdasarkan tabel 4.3 hasil terbanyak dalam penggunaan kosmetik herbal yang sering digunakan oleh responden sebanyak 68 responden yaitu menggunakan kosmetik herbal jenis masker dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (75,6%).

**Tabel 4.3 Hasil Penggunaan Kosmetika Herbal Yang Sering di Gunakan**

<b>Jenis Kosmetik</b>	<b>Jumlah Jawaban Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Masker	68	75,6
Lulur	40	44,4
Pembersih wajah	36	40
Pelembab	32	35,6
<i>Body lotion</i>	22	24,4
Sabun mandi	21	23,3
Shampo	16	17,8
<i>Micellar water</i>	7	7,8
Kondisioner	5	5,6
<i>Skincare</i>	1	1,1
<i>Face mist</i>	1	1,1
<i>Toner</i>	1	1,1
<i>Crem wajah</i>	1	1,1
<i>Lipstick</i>	1	1,1

#### 4.1.4 Informasi Yang di Peroleh

Berdasarkan tabel 4.4 informasi yang diperoleh responden mengenai penggunaan kosmetik herbal dari jumlah jawaban terbanyak yaitu 56 responden memperoleh informasi melalui saran dari keluarga, teman dan saudara (*social*) dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (62,2%).

**Tabel 4.4 Hasil Memperoleh Informasi Tentang Penggunaan Kosmetik Herbal**

<b>Informasi</b>	<b>Jumlah Jawaban Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Keluarga, teman, saudara	56	62,2
<i>Review beauty vlogger di socialmedia</i>	42	46,7
<i>Iklan media social</i>	38	42,2
Iklan TV	23	25,6
Artikel, majalah, Koran	12	13,3

#### 4.1.5 Penggunaan Kosmetik Herbal *Local Brand*

Berdasarkan tabel 4.5 hasil penggunaan kosmetik herbal dari *local brand* mahasiswa Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (100%).

**Tabel 4.5 Hasil Penggunaan Kosmetik Herbal dari *Local Brand***

<b>Penggunaan kosmetik <i>Local brand</i></b>	<b>Jumlah Jawaban Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Penggunaan kosmetika herbal <i>local brand</i>	90	100

#### 4.1.6 Jenis Penggunaan Kosmetik Herbal dari *Local Brand*

Berdasarkan tabel 4.6 hasil terbanyak dalam penggunaan jenis kosmetik herbal dari *Local brand* yang sering di gunakan oleh responden sebanyak 64 responden yaitu

menggunakan kosmetik herbal jenis masker dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (71,1%).

**Tabel 4.6 Hasil Jenis Penggunaan Kosmetik Herbal dari Local Brand**

Jenis Kosmetik	Jumlah Jawaban Responden	Persentase (%)
Masker	64	71,1
Lulur	43	47,8
Pelembab	30	33,3
Bedak dingin	7	7,8
Pembersih wajah	2	2,2
Shampo	1	1,1
Face mist	1	1,1
Body lotion	1	1,1
Sabun wajah batang	1	1,1
Crem wajah	1	1,1

**Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Mahasiswi dalam Menggunakan Kosmetik Herbal dari Local Brand**

Informasi	Jumlah Jawaban Responden	Pendapat
Tanggapan Mahasiswi dalam Menggunakan Kosmetik Herbal dari Local Brand	65	Nyaman digunakan, cocok dikulit

#### **4.1.7 Pengguaan Kosmetik Internasional *Brand***

Berdasarkan tabel 4.8 berdasarkan hasil terbanayak responden dalam menggunakan kosmetik herbal dari internasional *brand*. Yang menggunakan kosmetika internasional *brand* sebanyak 51 responden dengan memperoleh hasil presentase sebanyak (56,7%).

**Tabel 4.8 Hasil Penggunaan Kosmetik Herbal dari Internasional Brand**

<b>Informasi Penggunaan Kosmetik dari Internasional Brand</b>	<b>Jumlah Jawaban Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Menggunakan	51	56,7

#### 4.1.8 Jenis Kosmetik Penggunaan Kosmetik Intrnasional Brand

Berdasarkan tabel 4.9 hasil terbanyak dalam penggunaan jenis kosmetik herbal dari *Internasional brand* yang sering di gunakan oleh responden sebanyak 30 responden yaitu menggunakan kosmetik herbal jenis masker dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (41,7%).

**Tabel 4.9 Hasil Jenis Penggunaan Kosmetik Herbal dari Intrnasional Brand**

<b>Jenis Kosmetik</b>	<b>Jumlah Jawaban Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Masker	30	41,7
Pelembab	27	37,5
Lulur	13	18,1
Bedak dingin	7	9,7
Sabun cuci muka	4	4,4
Vitamin rambut	1	1,4
<i>Face mist</i>	1	1,4
Maskara	1	1,4
Sabun wajah batang	1	1,4
<i>Foundation</i>	1	1,4

**Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden dalam Menggunakan Kosmetik Herbal dari Internasional Brand**

<b>Informasi</b>	<b>Jumlah Tanggapan Responden</b>	<b>Pendapat</b>
Tanggapan Mahasiswi dalam Menggunakan Kosmetik Herbal dari Internasional Brand	23	Nyaman dikulit dan efeknya cepat

#### 4.1.9 Yang Mendasari Responden Menggunakan Kosmetik Herbal

Berdasarkan tabel 4.11 hasil terbanyak Yang mendasari responden dalam menggunakan kosmetik herbal, dari hasil tabel diatas yang menunjukkan bahwa 67 responden menggunakan kosmetik herbal karena cocok dengan kulit, dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (74,4%).

**Tabel 4.11 Hal yang Mendasari Responden dalam Menggunakan Kosmetik Herbal**

<b>Informasi</b>	<b>Jumlah Jawaban Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Cocok dengan kulit	67	74,4
Kandungan zat aktif	50	55,6
Mudah diperoleh	44	48,9
Harga yang terjangkau	37	41,1
<i>Brand</i> ternama	22	24,4
Desain yang menarik	9	10
Karna mengandung banyak khasiat dan manfaat	1	1,1
Nyaman dikulit	1	1,1

#### 4.1.10 Pendapat Responden Saat Menggunakan Kosmetik Herbal

Berdasarkan tabel 4.12 pendapat terbanyak responden setelah menggunakan kosmetik herbal menunjukkan 69 responden menjawab yaitu memberikan efek/khasiat yang baik bagi kulit, dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (76,7%).



**Tabel 4.12 Pendapat Responden dalam Menggunakan Kosmetik Herbal**

<b>Pendapat Responden</b>	<b>Jumlah Jawaban Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
memberikan efek/khasiat yang baik bagi kulit	69	76,7
cocok digunakan pada cuaca yang beriklim tropis	56	62,2
Produknya nyaman digunakan	54	60
selama pemakaian tidak menimbulkan alergi/iritasi pada kulit	25	27,8
Efek/khasiat pada kulit kurang baik (kulit jadi kasar, kering dan efek buruk lainnya)	24	26,7
Salama pemakaian dapat menimbulkan iritasi kulit	14	15,6
Bagus dikulit	4	4,4
Nyaman	2	5
Produk stabil pada penyimpanan	2	5

#### **4.1.11 Pendapat Responden Apakah Akan Tetap Mnggunakan Kosmetik Herbal**

Berdasarkan tabel 4.13 yaitu pendapat responden apakah akan tetap menggunakan kosmetik herbal atau tidak. Dari hasil di atas responden menjawab akan tetap menggunakan kosmetik herbal dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (66,7%), sedangkan yang menjawab kemungkinan akan tetap menggunakan kosmetik herbal mendapatkan hasil persentase sebanyak (32,2%) dan yang menjawab tidak akan menggunakan kosmetik herbal mendapatkan hasil persentase sebanyak (1,1%) jika di artikan mahasiswi akan tetap menggunakan kosmetik herbal dan dalam pengujian ini dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk melakukan penelitian, % jika dianalisis terdapat hasil persentase sebanyak 98,9% akan tetap mencoba/menggunakan kosmetika herbal.

**Tabel 4.13 Hasil Pendapat Responden Apakah Akan Tetap menggunakan Kosmetik Herbal**

<b>Informasi</b>	<b>Jumlah Jawaban Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Menggunakan	60	66,7
Tidak menggunakan	1	1,1
Mungkin menggunakan	29	32,2

## 4.2 Pembahasan

Berdasarkan pada penelitian ini adalah tentang gambaran pemilihan penggunaan kosmetik herbal mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang, yang telah dilakukan pada bulan Juni - Juli 2020 dan mendapatkan hasil dan data responden dan mengenai gambaran responden dalam pemilihan penggunaan suatu kosmetik herbal. Jenis penelitian ini yaitu jenis deskriptif yaitu. Jenis deskriptif adalah menentukan gambaran-gambaran yang mempengaruhi responden dalam memilih suatu jawaban dengan sampel yang didapatkan sebanyak (90 responden).

Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa angket yang terdiri dari sepuluh pertanyaan dan dua tanggapan mengenai penggunaan kosmetik. Pertanyaan ini memuat 10 jenis pertanyaan tentang apakah saudara menggunakan kosmetik, jenis kosmetik yang sering digunakan, informasi yang di peroleh responden dalam menggunakan kosmetika herbal, apakah responden menggunakan kosmetik herbal dari *local brand* atau Internasional *brand* dan jenis-jenis kosmetik yang digunakan, hal apa yang mendasari responden dalam penggunaan kosmetika herbal dan apakah responden tetap akan menggunakan kosmetika herbal.

Usia remaja yang bertepatan dengan masa pubertas, dimana usia ini masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik dan psikisnya. Salah satu aspek psikologis dari pubertas yang pasti muncul pada laki laki dan perempuan adalah praokupasi (perhatian) remaja terhadap tubuhnya. Beberapa remaja menghindari keadaan sadar akan penampilan sehingga menghabiskan banyak waktu dan pikiran untuk mencari jalan dalam memperbaiki penampilan mereka.

Hal ini dapat diartikan pula bahwa usia pertama kali menstruasi tidak mempunyai korelasi dengan tinggi atau rendahnya tingkat pemakaian kosmetik, karena usia pertama kali menstruasi tidak membuat seseorang cenderung berperilaku atau tidak berperilaku memakai kosmetika. Usia yang dikatan sudah pantas menggunakan suatu kosmetik yaitu pada usia 19-40 tahun (Pasadina, 2015). Berdasarkan usia kriteria responden pada hasil penelitian ini sebanyak (90,2%) responden berusia 19-20 tahun dan (10,9%) yaitu responden yang berusia 18 dan 21-23 tahun dimana dapat dikatakan bahwa usia tersebut sudah cocok menggunakan suatu kosmetik.

Hal yang dapat mempengaruhi responden dalam memilih suatu produk kosmetik herbal adalah suatu pengetahuan seseorang. Pada penelitian ini terdapat hasil peresentasi sebanyak 10% yang belum memahami perbedaan kosmetik herbal dari *local brand* dan Internasional *brand*. Hal ini dikarenakan dari beberapa responden tersebut belum sepenuhnya memahami perbedaan suatu kosmetik *brand local* dan Internasional *brand*.

Berdasarkan kriteria responden apakah responden menggunakan kosmetik herbal dengan presentase sebanyak 100% (90 responden), dibandingkan dengan yang tidak menggunakan kosmetik herbal presentase sebanyak 0% (0 responden), maka dapat disimpulkan bahwa seseorang menggunakan suatu kosmetik dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, faktor pertama yaitu dari segi faktor cuaca, cuaca dapat mempengaruhi responden dalam menggunakan kosmetik herbal di karenakan agar kulit mereka selalu dapat terjaga dari cuaca yang sering berganti dari cuaca panas kecuaca dingin. Faktor kedua dalam menggunakan kosmetika herbal yaitu agar seseorang (perempuan) dapat lebih percaya diri dengan

penampilan dan faktor ketiga yaitu wanita menggunakan kosmetik herbal karena kosmetik herbal lebih nyaman dan aman saat digunakan pada kulit dan tidak membuat kulit menjadi iritasi atau alergi. Oleh karena itu wanita lebih banyak menggunakan kosmetika herbal yang mengandung bahan-bahan dari alam (herbal) dibandingkan dengan menggunakan kosmetik jenis lainnya seperti kosmetik sintesis.

Pada kriteria responden berdasarkan jenis kosmetika herbal yang sering digunakan oleh Mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang, lebih dominan menggunakan kosmetik herbal jenis masker dengan presentase sebanyak 75,6% dari jumlah (68 responden) sedangkan jumlah terbanyak ke dua dari responden adalah menggunakan kosmetik berjenis lulur dengan hasil persentase sebanyak 44,4% (40 responden).

Berdasarkan hasil yang diperoleh alasan responden dalam menggunakan kosmetik jenis masker dan lulur dikarenakan kedua jenis kosmetik tersebut mampu membersihkan wajah dan kulit dan dapat menyingkirkan debu, minyak, melancarkan peredaran darah disekitar wajah, mencegah jerawat dan membuat wajah tubuh menjadi rileks dan mampu mengangkat sel-sel kotoran pada kulit (Maulana dan suriana, 2013).

Pada kriteria responden berdasarkan informasi yang di peroleh oleh Mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang dalam menggunakan kosmetik herbal yang lebih dominan yaitu memperoleh informasi dari keluarga, teman, saudara dengan presentase sebanyak 62,2% (56 responden).

Berdasarkan hasil yang diperoleh alasan mahasiswi dalam lebih percaya terhadap informasi yang di dapatkan dari keluarga teman dan saudara adalah karena

menurut (Hamid dan Mahran, 2019), faktor keluarga atau sosial adalah faktor yang paling mempengaruhi tingkah laku pengguna. Setiap individu mempunyai seseorang disekeliling yang akan mempengaruhi keputusan pembelian penggunaan kosmetik. Sosial faktor terbahagi kepada tiga faktor penting yaitu keluarga, kumpulan rujukan dan peranan *beauty blogger*. Dalam membuat keputusan pembelian produk kosmetik, faktor sosial tidak terkecuali akan lebih banyak mempengaruhi para pelajar dalam membuat keputusan pembelian. Hal ini kerana pelajar lebih banyak menghabiskan masa bersama rakan dan mudah terpengaruh dengan dengan persekitaran sosial seperti selebriti atau *Beauty blogger* yang disukai dan sebagainya.

Pada kriteria responden berdasarkan apakah responden menggunakan kosmetik herbal dari *local brand*. Berdasarkan hasil persembahan sebanyak 100% (90 responden) responden lebih dominan menggunakan kosmetik herbal dari *local brand* dibandingkan dengan yang tidak menggunakan kosmetik herbal dari *local brand* dengan memperoleh hasil persembahan sebanyak 0% (0 responden).

Berdasarkan hasil yang diperoleh alasan mahasiswi lebih banyak menggunakan kosmetik *local brand* adalah persepsi pelanggan terhadap suatu merek yang digambarkan melalui asosiasi merek yang ada di pasaran Indonesia, kosmetik *local brand* juga sudah terdapat banyak ragam macam dan jenis produk kosmetik *local brand local* telah hadir di pasaran. Tersedianya beragam pilihan ini pun memudahkan para perempuan (mahasiswi) untuk memilih produk kosmetik yang memang sesuai dengan kebutuhannya dan memudahkan mahasiswi dalam mencari produk kosmetik yang diinginkan (Syaiful dan Royani, 2020).

Pada kriteria responden berdasarkan jenis kosmetika herbal *local brand* yang sering digunakan oleh Mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang, lebih dominan menggunakan kosmetik herbal jenis masker dengan presentase sebanyak 71,1% dari jumlah (64 responden) sedangkan jumlah terbanyak ke dua dari responden adalah menggunakan kosmetik berjenis lulur dengan hasil persentase sebanyak 47,8% (43 responden). Berdasarkan hasil yang diperoleh alasan mahasiswi dalam menggunakan kosmetik jenis masker dan lulur adalah karena masker dan lulur mampu membersihkan wajah untuk menyingkirkan debu, minyak dan mampu mengangkat sel-sel kotoran pada kulit (Maulana dan uriana 2013).

Berdasarkan kriteria responden apakah responden menggunakan kosmetik herbal dari Internasional *brand*, berdasarkan hasil persentase sebanyak 56,7% (51 responden) yaitu responden menggunakan kosmetik herbal dari Internasional *brand* dibandingkan dengan yang tidak menggunakan kosmetik dari Interasional *brand* dengan memperoleh hasil persentase sebanyak 53,3% (39 responden).

Berdasarkan hasil yang diperoleh alasan mahasiswi menggunakan kosmetik dari Internasional *brand* yaitu dalam hal ini International *brand* memberikan pengaruh bagi produk tersebut. Menurut (Kumadji, 2018) bahwa manfaat kosmetik International *brand* terutama pada aspek promosional, dalam era perjalanan Internasional yang efektif, komunikasi lintas budaya dan media Internasional, keunggulan nama merek yang seragam yang dipromosikan secara global adalah sangat nyata, dan juga pelanggan menjadi setia pada sebuah *brand* berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang luas mengenai produk tersebut.

Apabila produk sudah memiliki nama produk yang baik dan global di masyarakat maka produk mereka akan lebih dikenal oleh konsumen di pasaran dan kepercayaan dari konsumen akan kosmetik dari Internasional *Brand*, dan semakin baik performa suatu kosmetik dari Internasional dari atribut produk yang mencakup harga, merek, kemasan, kualitas produk kosmetik yang digunakan dan label maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan secara nyata dan kosmetik dari Internasional *Brand* lebih cepat terlihat hasil dari pemakaian kosmetik herbal.

Pada kriteria responden berdasarkan jenis kosmetika herbal Internasional *brand* yang sering digunakan oleh Mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang, lebih dominan menggunakan kosmetik herbal jenis masker dengan presentase sebanyak 41,7% dari jumlah (30 responden) sedangkan jumlah terbanyak ke dua dari responden adalah menggunakan kosmetik jenis pelembab dengan hasil persentase sebanyak 37,5% (27 responden). Berdasarkan hasil yang diperoleh alasan mahasiswi dalam menggunakan kosmetik jenis masker dan pelembab adalah karena masker dan pelembab mampu membersihkan wajah untuk menyingkirkan debu, minyak dan mampu mengangkat sel-sel kotoran pada kulit dan mampu menjaga kelembapan permukaan kulit dan menjaga wajah tetap bersih dan wajah mejadi lebih cerah dan dapat mengangkat sel-sel kotoran pada kulit (Maulana dan suriana 2013).

Berdasarkan kriteria responden yang mendasari Mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang menggunakan kosmetik herbal, yang lebih dominan yaitu karena kosmetik herbal yang di gunakan sudah cocok denagan kulit dengan presentase sebanyak 74,4% (67 responden). Menurut (Pangaribuan, 2017) penggunaan kosmetik memang harus disesuaikan dengan aturan pakainya,

misalnya harus sesuai jenis kulit, warna kulit, iklim, cuaca, waktu penggunaan, jumlah pemakaiannya efek dari kosmetik tersebut sehingga tidak menimbulkan efek yang tidak diinginkan. Sebelum mempergunakan kosmetik, sangatlah penting untuk mengetahui lebih dulu apa yang dimaksud dengan kosmetik, manfaat dan pemakaian yang benar, oleh karena itu perlu penjelasan lebih detail mengenai kosmetik.

Berdasarkan kriteria pendapat dari responden yang mendasari Mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang menggunakan kosmetik herbal, yang lebih dominan yaitu responden memilih memberikan efek/khasiat yang baik bagi kulit karna kebanyakan pengguna kosmetik lebih mementingkan efek dan khasiat bagi kulit setelah menggunakan kosmetik herbal yang mereka pakai dengan presentase sebanyak 76,7% (69 responden).

Menurut (Pangaribuan, 2017) efek kosmetik terhadap kulit merupakan sasaran utama dalam menerima berbagai pengaruh dari penggunaan kosmetika. Ada dua efek atau pengaruh kosmetika terhadap kulit, yaitu efek positif dan efek negatif. Tentu saja yang diharapkan adalah efek positifnya, sedangkan efek negatifnya tidak diinginkan karena dapat menyebabkan kelainan-kelainan kulit. Pemakaian kosmetika yang sesuai dengan jenis kulit akan berdampak positif terhadap kulit sedangkan pemakaian kosmetikan yang tidak sesuai dengan jenis kulit akan berdampak negatif bagi kulit.

Usaha yang dapat dilakukan dalam menghindari efek samping dari pemakaian kosmetika tersebut diantaranya adalah mencoba terlebih dahulu jenis produk baru yang akan digunakan untuk melihat cocok tidaknya produk tersebut bagi kulit. Setiap pemakaian produk kosmetika diharapkan dapat berkhasiat sesuai



dengan jenis produk yang kita gunakan, akan tetapi sering kali pemakaian produk kosmetika tersebut justru membawa petaka bagi pemakainya.

Berdasarkan kriteria dari responden dari hasil apakah Mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang mahasiswi akan tetap menggunakan kosmetik herbal, yang lebih dominan yaitu Mahasiswi akan tetap menggunakan kosmetik herbal dengan presentase sebanyak 66,7% (60 responden). Sedangkan yang menjawab kemungkinan akan tetap menggunakan kosmetik herbal dengan memperoleh hasil persentase sebanyak (32,2%) dan yang menjawab tidak akan menggunakan kosmetik herbal dengan hasil persentase sebanyak 1,1%. Dari jumlah keseluruhan jawaban responden yang menunjukkan hasil persentase sebanyak (98,9%) Mahasiswi Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang akan tetap menggunakan kosmetik herbal. Faktor yang mempengaruhi responden dalam menggunakan kosmetik herbal yaitu agar setiap seseorang terutama kaum hawa (perempuan) lebih percaya diri setelah menggunakan kosmetik dan membuat perempuan lebih menarik.

Menurut (Herasafitri dkk., 2016) salah satu cara untuk meningkatkan *physical attractiveness* adalah dengan mengubah tampilan wajah dengan menggunakan kosmetik wajah maupun kosmetik jenis perawatan. Salah satu fungsi kosmetik adalah untuk memperbaiki penampilan seseorang sehingga mengalami perubahan yang dapat membuat wajah terlihat lebih segar dan cantik. Kosmetik juga merupakan produk yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang gambaran pemilihan penggunaan kosmetika herbal di Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Jenis kosmetik yang sering digunakan yaitu kosmetik masker dengan hasil memperoleh persentase sebanyak (75,6%). Alasan mahasiswi menggunakan kosmetik masker agar kulit wajah selalu dapat terjaga dan terhindar dari *flak* hitam dan tumbuhnya jerawat,
2. Informasi yang diperoleh responden yaitu melalui informasi dari keluarga, teman dan saudara, dengan hasil persentase sebanyak (62,2%). Alasan dari mengapa mahasiswi lebih banyak memperoleh informasi dari keluarga karna keluarga atau saudara adalah faktor yang paling mempengaruhi tingkah laku pengguna,
3. Jenis kosmetik dari *local brand* yang sering digunakan adalah masker (71,1%). Alasan mahasiswi menggunakan kosmetik dari *local brand* yaitu masker mampu membersihkan wajah untuk menyingkirkan debu, minyak, melancarkan peredaran darah di sekitar wajah,
4. Sejumlah (56,7%) responden menggunakan kosmetik dari Internasional *brand*, alasan mahasiswi menggunakan kosmetik dari Internasional *brand* adalah karena kosmetik Internasional *brand* lebih cepat memperoleh efek yang diinginkan oleh pengguna kosmetik Internasional *brand*,

5. Hal yang mendasari responden menggunakan kosmetik herbal karena cocok dengan kulit (74,4%), dan memberikan efek/khasiat yang baik bagi kulit (76,7%).

## **5.2 Saran**

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya agar meneliti secara spesifik kosmetik apa yang akan diteliti selanjutnya.
2. Untuk kedepannya untuk mengetahui alasan-alasan menggunakan kosmetik herbal maka dapat diberikan kuesioner dan jenis pertanyaan secara spesifik lagi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adriyati, Indriani, R., Farida. (2017). *Pengaruh electronic word of mouth terhadap citra merek dan minat beli pada produk kosmetik wardah*. 14.
- Ariyanti, K., & Iriani, S. S. (2014). *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik*. Volume 2 Nomor 4.
- Binti Ab Hamid , Binti Mahran, U. K., Nurbaiti. (2019). *Faktor keluarga.pdf*. ummi@ptsb.edu.my & nurabiti@ptsb.edu.my
- BPOM RI, P. K. L. (2018). *Standar Pelayanan Permohonan Persejujuan Pelaksanaan Uji Praklinik/Klinik Obat Tradisional Dan Kosmetik, BPOM RI*. BPOM RI.
- Dewi, S. K., Siburian, P. S., & Indriastuti, H. (2017). Pengaruh motivasi konsumen, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil. *Jurnal manajemen*, 6.
- Eka, D., & Hamdani, Y. (2018). Pengaruh Customer Value terhadap Purchase Decision melalui Beauty Blogger di Youtube (Studi Pada Pelanggan Kosmetik Local Brand di Sumatera Selatan). *Jurnal manajemen DAN BISNIS SRIWIJAYA*, 15(4), 183–196. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v15i4.5717>
- Fachrunnisa, O. (2017). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. 5, 8.
- Ferrinadewi, E. (2005). *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. 13.
- Herasafitri, R. D. F., Jurusan Psikologi Universitas Brawijaya, Sarirah, T., & Jurusan Psikologi Universitas Brawijaya. (2016). Wake Up and Make Up: Efek Kosmetik Wajah dan Waktu Pemaparan Terhadap Attractiveness. *Mediapsi*, 02(02), 30–37. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2016.002.02.5>
- Kumadji, S. (2018). *Pengaruh international brand image dan atribut produk terhadap keputusan pembelian (Survei Terhadap Pengguna Produk Kosmetik Maybelline di Mahasiswi Universitas Brawijaya)*.
- Loviana, G. Wirawan, A.K. Dewi, I., Yapsir, Wanadya. (2012). Persepsi Terhadap Celebrity Endorser Pada Iklan Kosmetik Dan Minat Beli Pada Mahasiswi. *Psikologika : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 17(1), 53–60. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol17.iss1.art6>

- Maulana, suriana, dewi, neti. (2013). *A-Z Tentang Kosmetik*.
- Mora, A. N. (2017). *Studi identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik pada siswi sman 10 Medan*.
- Nadya berliana, D. (2018). *Pemakaian Kosmetik Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Putri*. 94.
- Nurarifiyani, N. (2016). *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Iklan Kosmetik Dengan Minat Membeli Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta*.
- Pangaribuan, L. (2017). *Efek samping kosmetik dan penanganannya bagi kaum perempuan*.
- Pasadina, D. (2015). *Analisis perilaku pemakaian kosmetika rias wajah (dekoratif) pada remaja pubertas (Suatu Survei yang Dilakukan pada Siswi Kelas XI SMA Negeri 68 Jakarta)*. 8.
- Prasasti, W. (2014). *Pengaruh Celebrity Endoser Terhadap Niat Beli Konsumen: Studi Pada Produk Sticker Aplikasi Jejaring Sosial LINE*. 15.
- Primadiamanti, Feladita, Juliana, A., Niken, Rani. (2019). *Penetapan Kadar Hidrokuinon Pada Krim Pemutih Herbal Yang Dijual Dilorong King Pasar Tengah Kota Bandar Lampung Menggunakan Metode Spektrofotometri Uv-Vis*. 7.
- Puranda, Madiawati, N., Putu. (2017). *Puranda, Pengaruh Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup*. 12.
- Ramadhan, M. A. F., & Pangestuti, E. (2018). *Pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk ecolabel (studi pada produk pt ultrajaya)*. 8.
- Ruslim, T. S., & Andrew, R. (2012). *Pengaruh Brand Image Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Kasus: Kosmetik Merk "X")*. 22.
- Ruswanti, E., Herlambang, B., & Januarko, M. U. (2016). The effect of brand, design, and price on intention to purchase mediated by quality perception at sport shoes X. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 19(2), 249. <https://doi.org/10.14414/jebav.v19i2.458>.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang* [Preprint]. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>.

Syaiful, I. A., & Royani, A. P. (2020). *Beli atau tidak? Peran electronic word of mouth (ewom) dan kepribadian merek terhadap keputusan pembelian pada merek kosmetik lokal. vol 4, 11.*

Tranggono & Latifah, R. I. & F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik.*

Tranggono & Latifah, R. I. & F. (2017). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik.* PT Gramedia Pustaka Utama, Anggota IKAPI, Jakarta 2007.

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUEISIONER PENELITIAN

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang Gambaran Pemilihan Penggunaan Kosmetik Herbal Mahasiswi Akfar Putra Indonesia Malang. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan anda anda dalam mengikuti pelajaran kuliah, saya sebagai peneliti memohon dengan hormat ketersediaan anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas ketersediaan dan partisipasi anda sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan banyak terima kasih.

### IDENTITAS RESPONDEN

Nama :  
Usia :  
Semester :

Terima kasih atas partisipasi anda dalam pengisian kuesioner penelitian ini

Peneliti

Malang,

2020

(.....)

(.....)

## DAFTAR KUESIONER

1. Apakah saudara pernah menggunakan kosmetik yang mengandung bahan herbal :
  - YA
  - TIDAK
  
2. Kosmetik herbal yang pernah saudara gunakan termasuk dalam jenis (*jawaban bisa lebih dari satu*)
  - Pelembab
  - Serum
  - Micellar water
  - Masker
  - Lulur
  - Pembersih wajah
  - Sabun mandi
  - Kondisioner
  - *Body lotion*
  - Shampo
  - Lain – lain ....
  
3. Dari mana saudara memperoleh informasi tentang produk kosmetik herbal (*Jawaban bisa lebih dari satu*)
  - Iklan TV
  - Iklan *media social*
  - Artikel, majalah, Koran
  - Review *Beauty Blogger* di *social media*
  - Keluarga, teman, saudara
  - Lain – lain .....
  
4. Apakah saudara menggunakan kosmetik herbal dari *local brand*?
  - YA
  - TIDAK
  
5. Kosmetika dengan *local brand* yang saudara gunakan, termasuk dalam jenis (*Jawaban bisa lebih dari satu*)
  - Lulur
  - Bedak dingin
  - Masker
  - Pelembab
  - Lain-lain...

Pendapat responden setelah menggunakan kosmetika herbal dari *local brand*

Jawaban :
  
6. Apakah saudara menggunakan kosmetik herbal dari *Internasional brand*?
  - YA
  - TIDAK



Pendapat responden setelah menggunakan kosmetik herbal dari Internasional *brand*

Jawaban :

7. Kosmetika herbal dengan *Internasional brand* yang saudara gunakan, termasuk dalam jenis
  - o Lulur
  - o Bedak dingin
  - o Masker
  - o Pelembab
  - o Lain-lain...
  
8. Hal apakah yang mendasari saudara memilih menggunakan suatu kosmetik herbal (*Jawaban bisa lebih dari satu*)
  - o *Brand* ternama
  - o Harga yang terjangkau
  - o Mudah diperoleh
  - o Cocok dengan kulit
  - o Desain menarik
  - o Lain – lain ....
  
9. menurut saudara bagaimana efek dari kosmetik herbal yang gunakan saat ini
  - o memberikan efek/khasiat yang baik bagi kulit
  - o selama pemakaian tidak menimbulkan alergi/iritasi pada kulit
  - o Produknya nyaman digunakan
  - o Produk stabil pada penyimpanan
  - o cocok digunakan pada cuaca yang beriklim tropis
  - o Produknya tidak stabil pada penyimpanan
  - o Efek/khasiat pada kulit kurang baik (kulit jadi kasar, kering dan efek buruk lainnya)
  - o prosesnya sangat lambat
  - o selama pemakaian dapat menimbulkan iritasi kulit
  - o Lain-lain

*answer:*
  
10. Apakah saudara akan tetap menggunakan kosmetik herbal
  - o YA
  - o TIDAK
  - o Mungkin

## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian *Online (Google Formulir)*

KOSMETIKA HERBAL

Permintaan Respons

### KOSMETIKA PENELITIAN

Saya atas nama Roby al azzam (AKF17112) hendak melakukan penelitian mengenai Benjut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang Gambaran Pemilihan Penggunaan Kosmetik Herbal Mahasiswa Airlia Purba Indonesia Malang. Oleh karena itu di sela-sela keibutan anda anda dalam mengikuti pelajaran kuliah, saya sebagai peneliti memohon dengan hormat ketersediaan anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas ketersediaan dan partisipasi anda sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan banyak terima kasih.

Nama \*

Teks jawaban panjang

Semester \*

Teks jawaban panjang

KOSMETIKA HERBAL

Permintaan Respons







Usia \*

Teks jawaban panjang

Apakah saudara pernah menggunakan kosmetik yang mengandung bahan herbal \*

YA


TIDAK







KOSMETIKA HERBAL  Sema pendataan disimpan di Drive     Kirim 

Pertanyaan    Respons

Kosmetik herbal yang pernah saudara gunakan termasuk dalam jenis (jawaban bisa lebih dari satu)

- Pelembab
- Senam
- Mucelar water
- Masker
- Lulur
- Pembersih wajah
- Sabun mandi
- Kondisioner
- Body lotion
- Shampoo
- Lainnya...




KOSMETIKA HERBAL  Sema pendataan disimpan di Drive     Kirim 

Pertanyaan    Respons

Dari mana saudara memperoleh informasi tentang produk kosmetik herbal (Jawaban bisa lebih dari satu)

- Iklan TV
- Iklan social media
- Artikel, majalah, koran
- Review Beauty Blogger di social media
- Keluarga, teman, saudara
- Lainnya...



KOSMETIKA HERBAL

Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Respons

Apakah saudara menggunakan kosmetik herbal dari local brand?

YA

TIDAK

Kosmetika dengan local brand yang saudara gunakan, termasuk dalam jenis (.Jawaban bisa lebih dari satu)

Lulur

Bedak dingin

Masker

Pelembab

Lainnya...

Kirim

KOSMETIKA HERBAL

Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Respons

Bagaimana pendapat saudara setelah menggunakan kosmetika herbal dari local brand

Teks jawaban panjang

Apakah saudara menggunakan kosmetik herbal dari Internasional brand?

YA

TIDAK

Kirim

KOSMETIKA HERBAL

Sense perubahan tampilan di Drive

Pertanyaan Respons

Kosmetika herbal dengan Internasional brand yang saudara gunakan, termasuk dalam jenis

- Lulur
- Bedak dingin
- Masker
- Pelembab
- Lainnya...

Bagaimana pendapat saudara setelah menggunakan kosmetik herbal dari Internasional brand

Teks jawaban panjang

KOSMETIKA HERBAL

Sense perubahan tampilan di Drive

Pertanyaan Respons

Hai apakah yang mendasari saudara memilih menggunakan suatu kosmetik herbal (Jawaban bisa lebih dari satu)

- Brand ternama
- Harga yang terjangkau
- Mudah diperoleh
- Cocok dengan kulit
- Desain menarik
- Lainnya...

KOSMETIKA HERBAL

Senja perantau diaman di  
2016

Kirim

Pertanyaan    Jawaban

!!!

menurut saudara bagaimana efek dari kosmetik herbal yang digunakan saat ini

- memberikan efek/hasiat yang baik bagi kulit
- selama pemakaian tidak menimbulkan alergi/iritasi pada kulit
- Produknya nyaman digunakan
- Produk stabil pada penyimpanan
- cocok digunakan pada cuaca yang beriklim tropis
- Produknya tidak stabil pada penyimpanan
- Efek/hasiat pada kulit kurang baik (kulit jadi kasar, kering dan efek buruk lainnya)
- prosesnya sangat lambat
- selama pemakaian dapat menimbulkan iritasi kulit
- Lainnya...