

**HUBUNGAN PENGETAHUAN KOSMETIK RAMBUT MODERN TERHADAP PERILAKU PEMILIHAN KOSMETIKA PERAWATAN RAMBUT**

**Nabila Aulia Rahmah<sup>1</sup>, Elvyra Yulia<sup>2</sup>, Neneng Siti Silfi Ambarwati<sup>3</sup>**

Universitas Negeri Jakarta

Email: nabila.aulia0408@gmail.com, elvyrayulia@gmail.com,  
neneng\_ambarwati@yahoo.co.id.

**INFO ARTIKEL**

Diterima :  
20 Januari 2023  
Diterima dalam bentuk  
revisi :  
24 Januari 2023  
Diterima dalam bentuk  
revisi :  
25 Januari 2023

**ABSTRAK**

*Knowledge about hair cosmetics is important for someone to know, especially for students as consumers in order to choose hair care cosmetics appropriately according to the needs and types of hair and scalp. This study aims to determine the Relationship of Modern Hair Cosmetics Knowledge to Hair Care Cosmetics Selection Behavior (Study on Cosmetology Students of Jakarta State University Class of 2019). The research method used is the survey method. The sample in this study is the entire number of cosmetology students of the Class of 2019 which amounts to To a significant extent shows results smaller than on a value that means that the relationship between the two variables is linear. Then in the results of the hypothesis test conducted using a t-test whose results there was a positive relationship between knowledge of modern hair cosmetics and the selection behavior of hair care cosmetics (study on cosmetology education students of Jakarata State University class of 2019).*

**Kata kunci:**

*Hubungan, Pengetahuan Kosmetika Rambut, Perilaku Memilih Kosmetika Perawatan Rambut.*

Nabila Aulia Rahmah  
neneng\_ambarwati@yahoo.co.id.  
artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi



## **Pendahuluan**

Saat ini keinginan mempercantik diri telah menjadi kebutuhan sehari-hari, keinginan tersebut dapat diwujudkan dengan menggunakan produk-produk kecantikan salah satunya yaitu kosmetika.

Menurut (Rostamailis, 2008:62). Kosmetika adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokan, dilekatkan, dituangkan, dipercikan atau disemprotkan pada, dimasukkan dalam, dipergunakan pada bahan atau bagian badan manusia yang bertujuan untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau mengubah rupa dan tidak termasuk golongan obat.

Pria maupun wanita menggunakan kosmetika, hal ini menyebabkan meningkatnya industri kosmetika di Indonesia. Sesuai dengan hasil dari Beauty Market Survey (BMS) dalam Istiqomah dkk (2021:33) yang menyebutkan bahwa, pendapatan industri kosmetik Indonesia pada tahun 2016 mencapai Rp 36 triliun, meningkat sekitar 12% dari tahun sebelumnya. Peningkatan pendapatan industri kosmetik ini didasarkan pada permintaan produk kecantikan dan perawatan yaitu produk perawatan rambut (37%), perawatan kulit (32%) dan dekoratif (10%).

Menurut Kumar (2006) konsumen wanita usia produktif menjadi sasaran utama dari industri kosmetika. Berdasarkan data dari BPS (2016) di Indonesia jumlah penduduk wanita dengan usia produktif (15-64 tahun) sebesar 64,57%. Mahasiswi merupakan salah satu populasi yang termasuk kedalam kategori wanita produktif, menurut (Britton, 2012) pengguna kosmetika tertinggi adalah mahasiswi. Oleh karena itu mahasiswa tak luput dari sasaran industri kosmetika.

Kosmetika dibedakan menjadi dua jenis yaitu kosmetika tradisional dan kosmetika modern, menurut Rostamailis kosmetika modern merupakan kosmetika yang berasal dari bahan yang dicampur dengan zat-zat kimia. Keunggulannya yang lebih tahan lama dan tidak cepat rusak. Hal ini dikarenakan kosmetika modern mengandung pengawet agar kosmetika itu tahan lama, praktis dalam pemakaian, penyimpanan dan pemeliharaannya.

penggunaan kosmetika modern menjadi pilihan utama untuk dipergunakan. Hal tersebut karena kosmetika modern sudah berbentuk kemasan, mudah didapatkan, dan praktis.

Selain pada wajah, kosmetika dipergunakan juga pada rambut. Menurut (YULIA, 2019), rambut merupakan aset yang berharga bagi wanita yang berfungsi sebagai pelindung kulit dari rangsangan fisik, seperti panas, dingin, kelembaban dan sinar, rangsang mekanik, seperti pukulan, gosokan, dan tekanan, serta rangsangan kimia, seperti berbagai zat kimia dan keringat.

Menurut (Angendari, 2012) penggunaan kosmetika rambut dapat melindungi kulit kepala dan rambut dari pengaruh luar yang dapat merusak rambut. macam-macam jenis kosmetika untuk rambut yaitu: kosmetika pembersih rambut, kosmetika pembilas, pelembab rambut, pemupuk rambut, rambut, pengeriting rambut, pratata, pelurus rambut dan pewarna rambut. Menurut (Ambarwati & Yulia, 2015)

Namun Penggunaan kosmetika dapat menimbulkan pengaruh, baik pengaruh positif maupun negatif. Untuk mendapatkan pengaruh positif dari penggunaan kosmetika, yaitu dengan cara pemilihan kosmetika yang tepat. Dalam perawatan rambut sehari-hari kosmetika yang dapat digunakan adalah sampo (Weddy & Febrya, 2016).

Sampo adalah produk perawatan dan pembersihan rambut yang berfungsi untuk membersihkan kulit kepala dan rambut dari kotoran yang menempel, baik yang berasal dari lemak dan minyak kulit kepala maupun dari debu udara, (Ambarwati & Yulia,

2015). Menurut Rostamailis sampo terbagi menjadi 2 jenis yaitu sampo basah dan kering. Sampo basah merupakan shampoo yang penggunaannya menggunakan air. Sedangkan sampo kering merupakan sampo yang penggunaannya tanpa memerlukan air.

Beragamnya jenis produk kosmetika khususnya sampo di pasaran sebetulnya memberikan peluang besar bagi konsumen untuk melakukan seleksi dalam memilih sampo yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya. Tetapi menurut penelitian yang dilakukan oleh (Damanik et al., 2011) seringkali perilaku memilih dan menggunakan kosmetika dilakukan tidak diimbangi dengan pengetahuan yang cukup untuk memilih kosmetik dengan tepat dan aman. Hal tersebut dibuktikan penelitian yang dilakukan oleh Ningsih pada mahasiswa Program studi Tarta Rias Unesa, dimana pengetahuan mengenai kosmetika yang mereka miliki seringkali diabaikan, mereka cenderung memilih kosmetika baru yang sedang tren tanpa memperhatikan komposisinya.

Pada bulan Desember tahun 2021 di Kabupaten Tangerang polisi menemukan tempat produksi sampo dan minyak rambut palsu yang mengandung bahan-bahan kimia berbahaya seperti: lem, soda api, pengawet, pewarna makanan. Apabila bahan tersebut dipergunakan dalam jangka panjang akan menimbulkan efek negatif yang dapat menyebabkan kebotakan pada rambut (detik, detik.com, 2021).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Hsieh, Tu dan Wu (2010) melaporkan bahwa terdapat kasus alergi yang disebabkan oleh zink pririton yang terkandung dalam sampo antiketombe. Sebagian besar kasus disertai dengan dermatitis pada kulit kepala yang seringkali meluas pada wajah, leher, bahu dan tangan.

Mahasiswi sebagai konsumen kosmetik seharusnya memiliki pengetahuan yang baik mengenai kosmetika, pengetahuan Menurut (Mubarak et al., 2007) pengetahuan merupakan kesan dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan pancaindranya. Pengetahuan diketahui berdasarkan pengalaman yang didapat oleh setiap manusia, menurut Natoatmodjo (Notoatmodjo, 2012) pengetahuan diperoleh melalui 6 tingkatan yaitu, tahu, memahami, aplikasi dan analisis, sintesis dan evaluasi. Pengetahuan yang dimaksud dalam penelitian ini seperti: apa yang dimaksud dengan kosmetika rambut, jenis, bahan, tujuan, efek samping, cara pemilihan dan cara penggunaannya. Pengetahuan tersebut dapat membantu ketika memilih dan menentukan kosmetika yang akan digunakan. Sedangkan Menurut Robert Kwick Perilaku adalah tindakan atau perbuatan suatu organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari, perilaku pemilihan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah permasalahan kombinasi sebab dalam setiap pemilihan seorang konsumen dalam memilih beberapa jenis produk kosmetika perawatan rambut.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fatmawati, 2017) mengenai pengetahuan kosmetika dalam kategori tinggi dengan frekuensi relative sebesar 39,51%. Dan pemilihan kosmetika perawatan rambut dalam kategori tinggi dengan frekuensi relatif 64,20%. Tetapi keinginan untuk berpenampilan menarik dengan kosmetika seringkali tidak diikuti dengan pengetahuan yang cukup tentang produk kosmetika sehingga terkadang penggunaan kosmetika justru memberikan efek negatif.

Hal tersebut dibuktikan penelitian dilakukan oleh (Widowati et al., 2020) pada mahasiswa UPN Veteran Surabaya, mendapatkan hasil sebanyak 26,53% dari respondennya yang memiliki pengetahuan mengenai produk sampo dan sebanyak 94% dari 55 respondennya memilih produk sampo tidak mempertimbangkan aspek keamanan produk sampo anti ketombe. Menurut BPOM (2016) cara dalam memilih kosmetika yang aman seperti: teliti sebelum membeli, teliti legalitas kosmetik, teliti komposisi kosmetik, teliti pembuat dan penyalur kosmetik.

Kemudian hasil penelitian mini yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Angkatan tahun 2017, didapatkan hasil pengetahuan kosmetika rambut modern dalam kategori sedang dengan frekuensi relatif 47%. Dan perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut dalam kategori sedang dengan frekuensi relatif sebesar 34,7% dalam aspek ketertarikan memilih kosmetika untuk perawatan rambut mahasiswa cenderung memilih kosmetika berdasarkan iklan dan pengaruh teman sebaya.

Pada penelitian (Fadila et al., 2022) disebutkan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan kosmetika dengan pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah siswa kelas XI Jurusan Tata Kecantikan SMK Negeri 7 Padang. Berbeda pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti memfokuskan pada kosmetika rambut modern dan kosmetika perawatan rambut.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Hubungan Pengetahuan Kosmetika Rambut Modern terhadap Perilaku Dalam Pemilihan Kosmetika Perawatan Rambut (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019)”.

## **Metode Penelitian**

### **A. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif metode survei.**

Menurut (Sugiyono, 2019) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dimana pengumpulan data yang menggunakan instrument penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Klinger dalam (Sugiyono, 2019) penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari yaitu data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, yang bertujuan untuk menemukan kejadian- kejadian relatif, distribusi, dan hubungan- hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan sumber primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner atau angket dan tes. Angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2019). Menurut (Arikunto, 2013) tes digunakan untuk mengukur ada maupun tidaknya dan besaran kemampuan objek yang diteliti. Untuk manusia tes digunakan untuk mengukur kemampuan dasar dan pencapaian seseorang. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut yaitu dengan menggunakan skala likert dan skala guttman digunakan untuk mengukur pengetahuan kosmetika rambut Modern (Widowati et al., 2020).

### **B. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Tata Rias**

Universitas Negeri Jakarta Angkatan tahun 2019. Sampel dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Angkatan Tahun 2019 berjumlah 60 orang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik total sampling yaitu teknik pengambilam sampel dimana besar sampel sama dengan jumlah populasi. Total sampling digunakan karena jumlah populasi kurang dari 100 maka seluruh populasi dijadikan sampel. (Sugiyono, 2019).

## **Hasil dan Pembahasan**

### C. Hasil Pengujian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara 2 variabel, yaitu pengetahuan kosmetika modern sebagai variabel bebas (X) dan perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut sebagai variabel terikat (Y). Data yang didapat berdasarkan pada penyebaran kuisioner dan test, test digunakan untuk mengukur variabel (X) dengan rincian 17 butir soal dan kuisioner digunakan untuk mengukur Variabel (Y) dengan rincian 18 butir soal yang disebarkan kepada 60 responden yaitu Mahasiswi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Tahun Angkatan 2019, penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta.

#### a. Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas yang dilakukan maka didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
Most Extreme Differences	Std. Deviation	5.40086895
	Absolute	.083
	Positive	.078
Kolmogorov-Smirnov Z	Negative	-.083
Asymp. Sig. (2-tailed)	Mean	.642

Berdasarkan hasil di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Asymptotic sebesar  $0,804 > 0,05$ . Jika Nilai *Asym.Significance*  $> 0,05$  maka disimpulkan data penelitian Normal. Maka data pada penelitian ini berdistribusi Normal.

#### b. Pengetahuan Kosmetika Rambut Modern

Dari hasil pengujian didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Mean, Median, Modus Variabel X**

Variabel	X
Mean	13,88
Median	15
Modus	17
Varian	11,0
SD	3,32
Min-max	7-17

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuisioner pada variabel X yaitu pengetahuan kosmetika rambut modern yang terdiri dari 17 butir soal pilihan ganda, didapatkan hasil distribusi frekuensi yaitu nilai mean yang diperoleh sebesar 13,88, median 15 dan modus 17. Dan tabel distribusi frekuensi dari sebaran data instrumen pengetahuan kosmetika rambut modern sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**distribusi frekuensi variabel X**

Kriteria	Rentang	F	%
Sangat Tinggi	$X > 19$	0	0
Tinggi	$16 < X \leq 19$	17	28
Sedang	$13 < X \leq 16$	22	37
Rendah	$10 < X \leq 13$	8	13
Sangat Rendah	$X \leq 10$	13	22
Total		60	100

Sumber :Ms Excel

**c. Perilaku Pemilihan Kosmetika Perawatan rambut**

**Tabel 4**  
**Hasil Mean, Median, Modus Variabel Y**

Variabel	Y
Mean	85,46
Median	84
Modus	81
Varian	36,01
SD	6
Min-max	74-96

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuisioner pada variabel Y yaitu perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut yang terdiri dari 20 butir soal skala likert, didapatkan hasil distribusi frekuensi yaitu nilai mean yang diperoleh sebesar 85,46, median 84,5 dan modus 81. Dan tabel distribusi frekuensi dari sebaran data instrumen perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Y**

Kriteria	Rentang	F	%
Sangat Tinggi	$X > 94$	4	7
Tinggi	$88 < X \leq 94$	17	28
Sedang	$82 < X \leq 88$	11	18
Rendah	$76 < X \leq 82$	26	43
Sangat Rendah	$X \leq 76$	2	3
Total		60	100

Sumber :Ms Excel

**d. Analisis Korelasi.**

**Tabel 6**  
**Analisis Korelasi**

Hubungan Pengetahuan Kosmetik Rambut Modern Terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetika Perawatan Rambut

Correlations		
	X	Y
	Pearson Correlation	1
X	Sig. (2-tailed)	.436**
	N	60
	Pearson Correlation	.436**
Y	Sig. (2-tailed)	.000
	N	60

Berdasarkan tabel diatas diketahuinilai signifikasi  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa kedua variabel yaitu variabel X dan Y berkorelasi, dengan nilai pearson correlation sebesar 0,436 yang memiliki tingkat korelasi yang cukup kuat menurut pendapat ahli.

**e. Uji Linieritas Regresi Sederhana**

**Tabel 8**  
**Hasil Persamaan Regresi**

Liniernitas	Persamaan Regresi	F <sub>hitung</sub>	sig
X terhadap Y	$Y = 74,541 + 0,787X$	0,824	0,001

Hasil perhitungan tabel diatas menunjukan bahwa hubungan antara pengetahuan kosmetika rambut modern terhadap perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut memiliki persamaan regresi Y senilai 74,541 dan X senilai 0,787. Yang berarti bahwa nilai perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut 74,541 bertambah sebesar 0,787 setiap peningkatan nilai pengetahuan kosmetika rambut modern. Jadi setiap peningkatan nilai perilaku disertai dengan peningkatan nilai pengetahuan. Pada taraf signifikan menunjukan hasil 0,001 yang lebih kecil dari pada nilai sehingga  $0,001 < 0,05$ . Yang artinya hubungan kedua variabel bersifat linier.

**f. Uji-t**

**Tabel 7**  
**Hasil Uji-t**

Nilai Signifikansi (Variabel X dan Y)	t <sub>tabel</sub>	t <sub>hitung</sub>	Keterangan
$0,000 < 0,05$	2,001	3,690	H <sub>0</sub> ditolak dan H <sub>a</sub> diterima

Berdasarkan pada nilai t<sub>tabel</sub> dengan jumlah responden sebanyak 60, dan nilai signifikansi sebesar 10%, maka diperoleh dari rumus  $df = (n-k)$ ,  $df = (60-2 = 58)$  t<sub>tabel</sub> adalah. Hasil uji- t menunjukan bahwa Nilai t<sub>hitung</sub> = 3,690 lebih besar dari t<sub>tabel</sub> = 2,001. Dalam penelitian ini dapat dibuktikan bahwa nilai t<sub>hitung</sub> lebih besar dari. Dan nilai signifikansi variabel X dan variabel Y adalah  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan diterima, yang berarti bahwa terdapat hubungan positif antara pengetahuan kosmetika rambut modern dengan perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut.

**g. Uji Koefisien Determinasi**

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Variabel	R	R <sup>2</sup>
X terhadap Y	0,436	0,190

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,190 yang berarti bahwa pengetahuan berperan sebesar 19,0% pada perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut. Sisanya sebesar 81,0% dipengaruhi oleh faktor lain seperti lingkungan, baik lingkungan fisik, sosial, budaya, ekonomi, dan sebagainya (Notoatmodjo, 2012).

Domain yang paling penting dalam terbentuknya tindakan seseorang adalah pengetahuan yang diperoleh melalui 6 tingkatan yaitu, tahu, memahami, aplikasi dan analisis, sintesis dan evaluasi. dan pengetahuan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan mengenai kosmetika rambut modern.

Kemudian perilaku merupakan tindakan atau perbuatan suatu organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari. Perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku dalam memilih kosmetika perawatan rambut.

Berdasarkan dari hasil uji validitas yang dilakukan pada 23 responden dengan menyebar kuisioner yang berisikan 24 soal mengenai pengetahuan kosmetika rambut modern terdapat 7 soal yang tidak valid dan dari 25 soal mengenai perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut terdapat 5 butir soal yang tidak valid. Sedangkan uji reliabilitas yang dilakukan

pengetahuan kosmetika rambut modern didapatkan hasil 0,687 dimana r hitung lebih besar dari 0,600 ( $0,687 > 0,600$ ) yang berarti instrumen dinyatakan reliabel, sedangkan pada perilaku pemilihan kosmetika rambut modern mendapatkan hasil 0,796 dimana r hitung lebih besar dari r tabel ( $0,796 > 0,600$ ) yang berarti instrumen dinyatakan reliabel. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas maka instrumen variabel X dilanjutkan dengan 17 butir soal dan Variabel Y dilanjutkan dengan 20 butir soal.

Kemudian dilakukan uji analisis data yakni uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov- Smirnov yang bertujuan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Dan didapatkan hasil nilai Asymptotic sebesar  $0,804 > 0,05$  yang berarti data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Analisis regresi linier sederhana diketahui nilai konstanta sebesar 74,541, sedangkan koefisien variabel x sebesar 0,787. Secara matematis nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat pengetahuan kosmetika rambut modern (X) 0, maka perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut (Y) memiliki nilai 74,541. persamaan regresi dengan rumus ( $Y = a + bx$ ) dan mendapatkan hasil  $Y = 74,541 + 0,787X$ . taraf signifikan menunjukan hasil 0,001 yang lebih kecil dari pada nilai sehingga  $0,001 < 0,05$ . Yang artinya hubungan kedua variabel bersifat linier. Selanjutnya Uji-t pada penelitian ini diperoleh Nilai  $t = 3,690$  lebih besar dari  $t_{table} = 2,001$ . Yang artinya nilai  $t$  lebih besar dari. Dan nilai signifikansi variabel X dan variabel Y adalah  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa terdapat hubungan positif antara pengetahuan kosmetika rambut modern dengan perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Notoatmodjo perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng atau tahan lama daripada pengetahuan yang tidak didasari oleh pengetahuan, yang berarti jika pengetahuan tinggi maka akan menyebabkan perilaku yang baik, dan sebaliknya jika

pengetahuan rendah maka akan menyebabkan perilaku yang buruk atau kurang baik.

Selanjutnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,190 yang berarti bahwa pengetahuan kosmetika rambut modern berperan sebesar 19,0% pada perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut. Sisanya sebesar 81,0% dipengaruhi oleh faktor lain seperti lingkungan, baik lingkungan fisik, sosial, budaya, ekonomi, dan sebagainya (Notoatmodjo, 2010). Dan berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati dkk (2018) menyebutkan bahwa faktor pertama yang menjadi pertimbangan mahasiswa fakultas ekonomi di IAIN Tulungagung dalam memilih produk kosmetika adalah faktor budaya.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara pengetahuan kosmetika rambut modern dengan perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut. Hubungan kedua variabel memiliki tingkat korelasi yang cukup kuat. pengetahuan berperan sebesar 19,0% pada perilaku pemilihan kosmetika perawatan rambut. Sisanya sebesar 81,0% dipengaruhi oleh faktor lain seperti lingkungan, baik lingkungan fisik, sosial, budaya, ekonomi, dan sebagainya.

### **Bibliografi**

- Ambarwati, N. S., & Yulia, E. (2015). *Dasar-Dasar Kosmetika Untuk Tata Rias*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan Unj.
- Angendari, M. D. (2012). Rambut Indah Dan Cantik Dengan Kosmetika Tradisional. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 9(1).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Britton, A. M. (2012). *The Beauty Industry's Influence On Women In Society*.
- Damanik, B. T., Etnawati, K., & Padmawati, R. S. (2011). Persepsi Remaja Putri Di Kota Ambon Tentang Risiko Terpapar Kosmetik Berbahaya Dan Perilakunya Dalam Memilih Dan Menggunakan Kosmetik. *Berita Kedokteran Masyarakat*, 27(1), 1–9.
- Fadila, I., Minerva, P., & Astuti, M. (2022). Hubungan Pengetahuan Kosmetika Dengan Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Siswa Kelas Xi Jurusan Tata Kecantikan Smk Negeri 7 Padang. *Jurnal Tata Rias Dan Kecantikan*, 2(1), 19–26.
- Fatmawati, T. (2017). Hubungan Pengetahuan Kosmetik Dengan Pemilihan Kosmetik Perawatan Rambut Pada Anggota Lpkk Di Dukuh Mojosawit Klaten. *Keluarga: Jurnal Ilmiah Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 3(2).
- Mubarak, W. I., Chayatin, N., & Rozikin, S. (2007). Promosi Kesehatan Sebuah Pengantar Proses Belajar Mengajar Dalam Pendidikan. *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 30.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Ilmu Perilaku Kesehatan*.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan Dan Perilaku Kesehatan*.
- Sugiyono, D. (2019). *Statistika Untuk Penelitian (Cetakan Ke-30)*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Weddy, I., & Febrya, V. (2016). Penggunaan “Green Cosmetic” Dalam Mewujudkan Perilaku Kesadaran Lingkungan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 10(2), 199–203.
- Widowati, P. D., Zalfani, Q. R., Lestari, A. V., Syahbana, S. N., Putri, N. R. A., Sena, R. Y., Wulandari, D. A. B., Prabansari, A. K., Fajrin, N. G., & Sukorini, A. I. (2020). Identifikasi Pengetahuan Dan Penggunaan Produk Antiketombe Pada Mahasiswa Upn Veteran Surabaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 7(1), 31–37.

Nabila Aulia Rahmah, Elvyra Yulia, Neneng Siti Silfi Ambarwati

Yulia, E. (2019). Persepsi Wanita Terhadap Manfaat Kosmetik Perawatan Rambut Dari Bahan Dasar Buah Atau Sayur Untuk Mengatasi Permasalahan Pada Rambut. *Jurnal Tata Rias*, 9(2), 11–21.