

**STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU PENGGUNAAN KOSMETIK PADA SISWI SMAN 10
MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area guna memenuhi sebagian
syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Oleh:

AN NISA MORA

13.860.0131



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2017

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 2 September 2017



An Nisa Mora
13 860 0131

LEMBAR PENGESAHAN

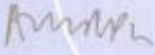
**JUDUL SKRIPSI : STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR- FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PENGUNAAN KOSMETIK PADA SISWI
SMAN 10 MEDAN**


**NAMA MAHASISWA : AN NISA MORA
NO. STAMBUK : 13.860.0131
BAGIAN : PSIKOLOGI PENDIDIKAN**

**MENYETUJUI:
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I

Pembimbing II


(Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si)


(Siti Alsyah, S.Psi, M.Psi)

MENGETAHUI:

Kepala Bagian



(Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi)



(Prof. Dr. Abdul Monir, M.Pd)

Tanggal Sidang Meja Hijau

Jum'at, 06 Oktober 2017

DIPERTAHANKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA
DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH
DERAJAT SARJANA (S1) PSIKOLOGI

Pada Tanggal

Jum'at, 06 Oktober 2017

MENGESAHKAN
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA



DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi
2. Azhar Azis, S.Psi, M.Psi
3. Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si
4. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi

ABSTRAK

STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGGUNAAN KOSMETIK PADA SISWI SMAN 10 MEDAN

Oleh:

AN NISA MORA

NIM: 13.860.0131

Penelitian ini bertujuan untuk melihat besaran faktor-faktor yang memiliki pengaruh dalam perilaku penggunaan kosmetik pada siswi remaja, dimana yang menjadi subjek penelitian adalah murid siswi SMAN 10 MEDAN yang berjumlah 40 orang. Berdasarkan tinjauan pustaka maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah adanya dampak signifikan antara faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik. Dalam upaya membuktikan hipotesis tersebut, digunakan metode uji normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal, didapatkan hasil bahwa data terdistribusi normal. Dilanjutkan dengan melakukan uji Hipotesis untuk menguji apakah hipotesis sesuai dengan penelitian, dan didapatkan hasil bahwa tidak ada perbedaan signifikan pada perilaku penggunaan kosmetik dari penggunaan kosmetik ($p = 0,071 > 0,05$) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Pengambilan keputusan dilihat pula dari persentase penyebaran skor dari perilaku penggunaan kosmetik pada keseluruhan subjek. Subjek yang memiliki kategori perilaku penggunaan kosmetik sangat rendah 10%, kategori perilaku penggunaan kosmetik sedang 70%, kategori perilaku penggunaan kosmetik tinggi 20%. Dari data persentase ini menunjukkan bahwa mayoritas subjek secara dominan berada pada kategori sedang, hal ini menunjang penjelasan bahwa faktor perilaku penggunaan kosmetik tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kosmetik.

Kata Kunci : Penggunaan Kosmetik, Siswi

ABSTRACT

This study aims to see the magnitude of factors that have an influence in the behavior of cosmetic use in adolescent students, where the subject of research is students of SMAN 10 MEDAN which amounted to 40 people. Based on literature review, the hypothesis proposed in this study is the existence of significant impact between the factors that influence the behavior of cosmetic use. In an effort to prove the hypothesis, used the test method of normality One Sample Kolmogorov-Smirnov Test to determine whether the data is normally distributed, the results obtained that the data is normally distributed. Followed by Hypothesis test to test whether the hypothesis is in agreement with the research, and it was found that there was no significant difference in cosmetic use behavior from cosmetic use ($p = 0,071 > 0,05$) showed insignificant effect. Decision-making is also seen from the percentage of scoring spread of cosmetic use behavior on the whole subject. Subjects who have the category of cosmetic use behavior are very low 10%, the category of cosmetic use behavior is 70%, the category of high cosmetic use behavior 20%. From this percentage data indicates that the majority of subjects are predominantly in the medium category, this supports the explanation that the behavioral factors of cosmetic use has no significant effect on the use of cosmetics.

Keywords: Cosmetic Use, Student

UCAPAN TERIMAKASIH



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah wasyukurillah kehadiran Allah SWT, Sang Maha Pencipta, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayahNya sehingga dengan izinnya skripsi dengan judul: “Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Kosmetik Pada Siswi SMAN 10 Medan” ini dapat diselesaikan. Tidak lupa sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi penuntun setiap ummat manusia dan menempuh dan meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian tugas dan syarat guna memperoleh gelar S-1 pada jurusan Psikologi. Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari do'a, semangat dan cinta kasih dari Bapak dan Mama, juga bimbingan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Oleh karena itu sudah sepantasnya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya peneliti haturkan kepada semua pihak yang telah membantu dalam terwujudnya skripsi ini kepada:

1. Yang teristimewa dan yang tercinta kedua malaikatku, kedua orang tuaku, Ibuku Isnur Zariah Ritonga dan Bapaku Wasisto Moein, yang selalu memberikan do'a, semangat yang luar biasa, nasehat, dukungan, motivasi

dan cinta kasih yang tak terhingga. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya. Terima kasih juga dukungan finansial selama nisa kuliah.

2. Buat kakak kandung Balqis Say Mema, kak Yasmine Anggia Sari dan juga keponakan Isan Tarore dan Cabidut yang tergemasterima kasih untuk bantuan dan juga semangat dari kalian.
3. Yayasan H. Agus Salim Universitas Medan Area.
4. Bapak Prof. Dr. H. Ali Yakub Matondang, M.A selaku rektor Universitas Medan Area.
5. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Munir selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
6. Bapak Zuhdi Budiman S.Psi, M.Psi selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
7. Ibu Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan ilmunya secara teori, saran, bimbingan serta arahan kepada peneliti dari awal proposal hingga selesai penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan ilmunya secara teori, saran serta arahan dan motivasi kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.

9. Ibu Farida Hanum, S.Psi, M.Psi selaku ketua jurusan Psikologi Pendidikan yang telah membantu penelitian dalam menyelesaikan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian peneliti.
10. Ibu Farida Hanum, S.Psi, M.Psi, selaku ketua pada sidang meja hijau peneliti dan BapakAzhar Azis, S.Psi, M.Psi, selaku sekretaris pada seminar proposal dan sidang meja hijau peneliti. Terima kasih atas kesediaan waktu dan saran-saran yang telah Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.
11. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah mengajarkan peneliti banyak hal mengenai Psikologi selama peneliti berkuliah.
12. Seluruh staff Tata Usaha fakultas Psikologi Universitas Medan Area: Bang Mimi, Bang Agus, Bang Fajar, Bang Wandu, Kak lili, Kak fida, Kak Citra, yang juga banyak membantu peneliti dalam urusan administrasi.
13. Buat Arief Akbar Pulungan, terima kasih untuk motivasi, memberikan moment-moment terindah dan selalu meluangkan waktunya menemani selama mengerjakan skripsi ini. Teruntuk SMANegeri 10 Medan terima kasih telah bersedia mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.
14. Buat teman-teman seperjuangan dan sahabat spesial di kampus, Juwita, Trik, Karin, Darko, Fani, Rasyid, kak Lana, kak Jill, kak RH, Riandi, Amir, Robintang dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu disini. Terima kasih sudah saling berbagi selama empat tahun terakhir dan terima kasih atas kerja samanya.

15. Teruntuk para sahabat Nana, Elvi, Riki, Rini dan Tikaterimakasih atas segala bantuanmaupun dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Buat sepupu saya Mas dan Iman terima kasih telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Untuk semua responden penelitian, terima kasih atas kesediaan kalian semua meluangkan waktu demi kelancaran penelitian ini.
18. Teruntuk Willy Computer, terima kasih sudah memberikan jasa print terdekat dengan kampus.
19. Buat Angkot 135 terima kasih yang telah mengantarkan saya ke kampus dengan tepat waktu.

Akhirnya semoga Allah SWT sebaik-baik pemberi balasan, membalas segala amal yang telah diberikan dan memberikan limpahan rahmat-Nya kepada kita semua. Aamiin Yaa Robbal ‘Alamiin.

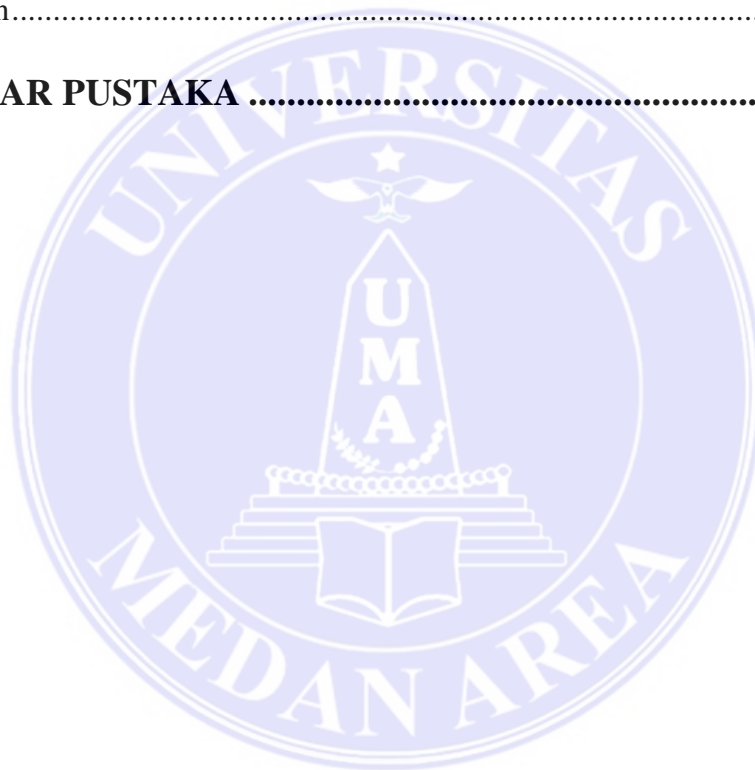
Medan, 06 Oktober2017

Peneliti

DAFTAR ISI

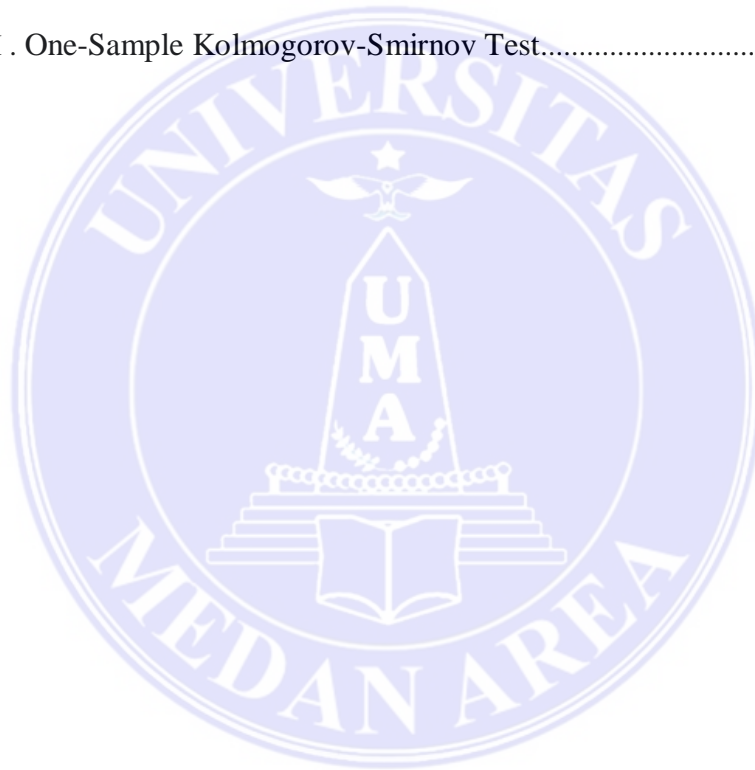
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Identifikasi Masalah	11
C.Batasan Masalah.....	14
D.Rumusan Masalah	14
E.Tujuan Penelitian.....	14
F.Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A.Remaja.....	16
1. Definisi Remaja	16
2. Ciri-Ciri Remaja	17
B.Kosmetik.....	22
1. Definisi Kosmetik.....	22
2. Tujuan Penggunaan Kosmetik	23
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Kosmetik	24
4. Aspek-Aspek Perilaku Penggunaan Kosmetik.....	28
5. Jenis-Jenis Kosmetika.....	31
C.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Kosmetik	39
D.Kerangka Konseptual	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
A. Identifikasi Variabel Penelitian	43
B. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	43
C. Populasi Dan Metode Pengambilan Sampel.....	44

D. Metode Pengumpulan Data	45
E. Metode Analisis Data	48
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Orientasi Kanchah Penelitian	53
B. Persiapan Penelitian	54
C. Pelaksanaan Penelitian	56
D. Hasil Penelitian.....	57
E. Uji Asumsi Data Penelitian.....	59
F. Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	xvii



DAFTAR TABEL

Tabel I. Instrument Skala Linkert.....	47
Tabel II. Distribusi Item Skala Faktor-Faktor Penggunaan Kosmetik	55
Tabel III. Skala Faktor-Faktor Penggunaan Kosmetik yang Valid dan Gugur.	57
Tabel IV. Distribusi Jumlah Skor Berdasarkan Pola Jawaban	58
Tabel V. Presentase dan Frekuensi Faktor Secara Umum.....	58
Tabel VI . One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar I. Kerangka Konseptual 42



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Remaja merupakan individu yang sedang mengalami masa peralihan dari masa anak ke masa dewasa, di mana pada masa ini remaja juga mengalami banyak perubahan fisik dan juga akan dimulainya proses perkembangan psikis. Masa remaja merupakan suatu masa yang sering dikatakan sebagai suatu masa yang indah, yang takkan pernah terulang kembali. Oleh karena itu, tidak jarang banyak remaja yang ingin membuat hidup mereka menjadi lebih menarik selama masih muda. Thomas Kristo (2010), menyatakan bahwa penampilan fisik adalah modal utama seorang remaja, karena itulah yang akan dijadikan tameng paling depan yakni ketampanan, kecantikan, membuat dirinya semenarik mungkin, bahkan banyak remaja yang akan menjadikan dirinya seperti bintang idola yang mampu membawa mereka pada kesempurnaan (dalam Devya, 2015). Hal ini didukung oleh kaum Feminisme (dalam Decay & Kenny, 1997) menambahkan bahwa remaja putri saat ini lebih menyadari bahwa penampilan fisik mereka merupakan aset yang paling penting bagi mereka. Hal ini disebabkan karena mereka menempatkan penilaian yang besar terhadap penampilan mereka dan kebanyakan remaja putri merasa tidak puas terhadap penampilan mereka.

Periode transisi pada usia remaja membuat remaja akan selalu berusaha untuk dapat diterima dengan baik oleh kelompok sosialnya. Mereka mengusahakan berbagai cara yang ditujukan pada konformitas kelompoknya. Penampilan fisiknya merupakan prioritas utama yang menjadi perhatian para

remaja, bahkan banyak yang mau memakai produk kosmetik dengan merek tertentu saja yang harganya mahal hanya untuk meningkatkan harga diri dan menambah kepercayaan dirinya. Sejumlah penelitian telah menemukan bahwa penampilan fisik merupakan suatu kontributor yang sangat berpengaruh pada rasa percaya diri remaja (Santrock dalam Kusumaningtyas, 2009).

Surbakti (2008) menyatakan bahwa kecantikan cenderung dilihat sebagai yang utama, terutama di kalangan wanita khususnya remaja putri yang memandang bahwa kecantikan wajah sering diidentikkan sebagai modal utama pergaulan sosial. Hal ini di dukung oleh Mahdalela (1998) menyatakan bahwa pada umumnya remaja memiliki ciri khas dalam penampilan untuk menarik perhatian orang lain terutama teman sebayanya (dalam Devya, 2015) .

Bagi remaja penampilan fisik adalah satu-satunya yang mampu menarik teman sebayanya maupun lawan jenisnya. Mereka cenderung lebih mementingkan daya tarik fisik dalam proses sosialisasi. Rasa tidak puas terhadap penampilan wajah juga dapat berdampak negatif pada kehidupan sosial, keluarga, sekolah bahkan pekerjaan. Biasanya keinginan untuk tampil sempurna sering diartikan dengan memiliki wajah cantik dan tubuh proporsional, sehingga remaja menggunakan produk kosmetik yang digunakan secara terus menerus seperti menjadi kebutuhan primer yang dipakai pada waktu pagi hari, siang, sore dan malam.

Remaja berlomba-lomba untuk menjadikan kulit dan wajah menjadi putih. Remaja putri sesuai dengan karakteristiknya yang selalu senang berdandan dan dipuji menyebabkan mereka mudah sekali untuk terkondisi dengan menggunakan

berbagai macam produk kosmetik. Hal ini tidak dapat dipungkiri, akibat pengaruh iklan dan berbagai acara televisi yang selalu menonjolkan figur wanita langsing dengan wajah putih bersih semakin mendorong kaum remaja untuk meletakkan standar ideal dirinya pada kecantikan dan kesempurnaan fisik. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika saat ini banyak salon kecantikan, *spa* atau sejenisnya yang dipenuhi para remaja yang sedang sibuk melakukan perawatan.

Perawatan yang dilakukan mulai dari perawatan *manicure, pedicure, body scrub* dan masih banyak lagi. Selain itu, banyak juga kaum remaja yang suka menghabiskan waktu untuk berbelanja produk kecantikan seperti bedak, *eye shadow, eye liner, lipstick, body lotion, body glitter, mouisturizer*, pemutih wajah, sampai *lotion* untuk menghilangkan bulu kaki. Bahkan, banyak yang melakukan diet ketat atau menggunakan obat atau jamu yang tidak sehat untuk mendapatkan bentuk tubuh yang diinginkan. Tujuan dari semuanya adalah untuk mendapatkan penampilan yang cantik dan menarik (dalam Martha, 2011).

Bagi sebagian besar remaja putri, kecantikan dan penampilan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan perempuan sehingga wanita dan kosmetik adalah ‘sahabat sejati’, keduanya saling melengkapi satu sama lain. Penampilan merupakan poin utama dan menjadi modal utama, sehingga tidak mengherankan apabila mereka lebih cenderung untuk merawat diri mereka untuk tampil secantik mungkin. Kecantikan semakin berkembang dan berkembang dari masa ke masa, bukan lagi hanya menjadi keinginan melainkan sudah menjadi sebuah kebutuhan.

Kecantikan memiliki banyak pengertian dari berbagai sudut pandang, sehingga kecantikan tidak hanya dapat dinilai atau dilihat dari satu sisi saja namun dari berbagai sisi. Namun sebagian orang, khususnya wanita mengartikan kecantikan secara lahiriyah karena penilaian awal pada seseorang di mulai dari penampilan fisik luar. Penampilan fisik yang kurang menarik menyebabkan wanita merasa tidak puas dengan dirinya. Untuk bisa tampil cantik dan menarik tampaknya merupakan bagian yang sangat penting bagi kodrat seorang wanita, karena wanita selalu dilambungkan dengan kecantikan sehingga konsep cantik yang dimiliki remaja menjadikan kebutuhan kosmetik menjadi begitu penting. Itu sebabnya sejarah kosmetik telah digunakan sejak berabad-abad lampau, meski bentuk kosmetik kuno berbeda dengan masa sekarang.

Kosmetika menjadi berguna karena adanya wanita, sementara wanita dapat menonjolkan kelebihan wajah serta menutupi kekurangannya dengan kosmetik. Tampil cantik dan menarik merupakan dambaan bagi setiap wanita, dan merasa dirinya diakui sebagai wanita seutuhnya. (Reynold, dkk, 1973) menyatakan bahwa remaja putri dapat membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris dan sepatu. Kosmetik atau biasa disebut *make-up* adalah kegiatan mengubah penampilan dari bentuk asli sebenarnya dengan bantuan bahan dan alat kosmetik. Hal ini didukung oleh Tanoto (1999), menyatakan bahwa remaja putri akan menjadi lebih boros untuk membelanjakan uang sakunya untuk membeli barang-barang yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan akan kecantikan dan penampilan dirinya.

Marlina (2012), menyatakan "Dewasa ini sudah banyak produk kosmetik perawatan kulit wajah yang sesuai dengan jenis kulit, mulai yang tradisional sampai modern yang semuanya memberikan solusi untuk merawat dan mengatasi berbagai masalah kulit". Setelah itu Tranggono (2007), menyatakan "Produk kosmetik tersebut dipakai secara berulang setiap hari, sehingga diperlukan persyaratan aman untuk dipakai".

Pemakaian kosmetik diharapkan memberi manfaat pada kulit serta dapat menambah percaya diri orang yang memakainya, namun tidak sedikit juga orang yang mendapat gangguan atau kelainan kulit akibat dari pemakaian kosmetik. Hayatunnufus (2009), menjelaskan akibat yang ditimbulkan kosmetik terhadap kulit yakni: (1) Pengaruh positif, dalam pemakaian kosmetik diharapkan kulit menjadi bersih, sehat dan segar serta menjadi lebih muda. Hal ini akan dapat dicapai dengan cara pemilihan kosmetik yang tepat sesuai dengan jenis kulit dan teknik/cara pemakaian yang tepat secara teratur. (2) Pengaruh negatif, yaitu pengaruh yang sangat tidak diharapkan dan tidak diinginkan karena akan menimbulkan kelainan pada kulit, mungkin saja menjadi gatal-gatal, kemerahan, bengkak-bengkak ataupun timbul noda-noda hitam.

Pada kenyataannya, hanya sedikit remaja yang puas dengan penampilan mereka dan banyak yang memikirkan suatu cara yang dapat memperbaiki penampilan mereka sehingga para wanita seringkali menyisihkan anggaran mereka untuk merawat wajah dan tubuh mereka dengan menggunakan kosmetik tradisional maupun kosmetik modern. Wall dan Jellinek (1970), menyatakan bahwa kosmetik dikenal manusia sejak berabad-abad yang lalu. Pada abad ke-19,

pemakaian kosmetik mulai mendapat perhatian, yaitu selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan (dalam Tranggono, 2007).

Kosmetik merupakan salah satu segi ilmu pengobatan atau ilmu kesehatan, sehingga para pakar kosmetik dahulu adalah juga pakar kesehatan; seperti para tabib, dukun, bahkan penasehat keluarga istana. Menurut Menteri Kesehatan RI, mendefinisikan kosmetik adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ kelamin bagian luar), gigi dan rongga mulut untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan penyakit (dalam Wasitaatmadja, 1997).

Berbagai industri kosmetik pun berlomba-lomba membuat produk kecantikan. Tujuannya tak lain untuk membuat para wanita tampil cantik dengan menggunakan produknya. Kondisi ini menunjukkan bahwa produk-produk kecantikan seperti kosmetik yang ditawarkan mampu memberikan pengaruh psikologis bagi kehidupan pemakainya, sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku menggunakan berbagai macam produk kosmetik secara berlebihan.

Djajadisastra (2005) menyatakan bahwa penggunaan kosmetik harus disesuaikan dengan aturan pakainya. Misalnya harus sesuai jenis kulit, warna kulit, iklim, cuaca, waktu penggunaan, umur, dan jumlah pemakaiannya sehingga tidak menimbulkan efek yang tidak diinginkan. Sebelum menggunakan kosmetik, sangatlah penting untuk mengetahui lebih dulu apa yang dimaksud dengan

kosmetik, manfaat dan pemakaian yang benar. Maka dari itu perlu penjelasan lebih detail mengenai kosmetik. Menggunakan kosmetik adalah salah satu cara untuk mempercantik diri mereka. Natalia & Pramadi (2001) menyatakan bahwa kosmetik merupakan sarana yang digunakan wanita untuk mewujudkan bayangan dirinya seperti yang diinginkannya. Pada dasarnya kosmetik digunakan untuk mempercantik diri. Mempercantik diri berarti membuat diri menjadi cantik, dari yang tidak cantik menjadi cantik. Kosmetik selain digunakan untuk merawat kecantikan yang sudah ada, juga digunakan untuk menutupi kekurangan yang ada pada penampilan fisik yang membuat wanita jadi percaya diri.

Mulai dari dandanan ketika bermain di rumah, luar rumah bahkan ketika di sekolah. Namun konsentrasi dan tujuan utama ke sekolah untuk belajar, seringkali terusik lantaran kegiatan yang berkaitan dengan penampilan. Masa pubertas yang dialami remaja ialah alasan utama yang menyebabkan penampilan menjadi diprioritaskan. Ketertarikan dengan lawan jenis menuntut remaja perempuan untuk selalu tampil cantik dan menawan. Tentu hal ini dilakukan semata-mata untuk menarik perhatian kaum adam.

Oleh karena itu, demi memperoleh penampilan yang cantik dan mengesankan, remaja perempuan yang umumnya duduk di Sekolah Menengah Atas sering menggunakan *make-up* sekalipun itu ke sekolah. Ketentuan-ketentuan yang ditetapkan di sekolah mengenai tata laku siswa agaknya telah terabrasi perkembangan. Peraturan mengenai tata tertib siswa yang melarang untuk *bermakeup* yang berlebihan, kini bisa di tawar.

Pratiwi (2011) menjelaskan bahwa “Adanya daya tarik merupakan salah satu alasan remaja dalam menggunakan kosmetik dengan harapan agar produk tersebut bisa membuat penampilan menjadi cantik dan menarik”. Namun dalam menggunakan kosmetik tersebut tidak diikuti dengan sikap yang baik, hanya berbekal informasi yang diterima dari iklan dan teman-teman yang belum tentu benar yang berakibat salah dalam menggunakan kosmetik dan memberikan efek negatif bagi kulit. Dari pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu alasan seseorang dalam menggunakan kosmetik karena adanya daya tarik maka dari itu haruslah memiliki pengetahuan tentang kosmetika yang baik agar selektif dalam menggunakan produk kosmetik sehingga terhindar dari pengaruh negatif penggunaan kosmetik.

Perilaku umum yang sering dilakukan siswi dalam penggunaan kosmetik disekolah, ketika berada di sekolah sebelum masuk sekolah, waktu istirahat dan pada waktu belajar banyak siswi yang mulai berdandan dengan berbagai macam produk kosmetik. Menurut Smet (1994), penggunaan kosmetik disekolah dipengaruhi oleh faktor-faktor dari teman-teman, orangtua, media, umur, jenis kelamin, kebiasaan budaya, kelas sosial, penghasilan dan tingkat pendidikan. Hal ini juga di dukung oleh Setiadi (2003), bahwa penggunaan kosmetik dipengaruhi oleh faktor keluarga, gaya hidup, usia, keadaan ekonomi, kelas sosial dan kepercayaan.

Faktanya, banyak siswi SMA yang menggunakan *make-up* ke sekolah. Mulai dari sekedar bedak biasa, hingga yang luar biasa. Menurut penelitian NPD, *Insight into the Youth Beauty Market*, para remaja dan perempuan muda menjadi

berkurang ketergantungannya terhadap kecantikan dan kosmetik. Akan tetapi, remaja (usia sekitar 16-18 tahun) justru semakin tergilagila memakai *make-up* dan bersolek. Berdasarkan laporan itu, di antara peningkatan penggunaan maskara, *eyeliner*, dan lipstik dari tahun 2015, penggunaan maskara dan *eyeliner* oleh anak remaja ternyata bertambah dua kali lipat. Dikarenakan menggunakan kosmetik secara tidak langsung akan memberikan dampak yang sangat besar bagi mereka. Jika mereka tidak mengikuti perkembangan kosmetik, mereka akan terkena cap “jadul, kudet, dan lainnya”. Remaja yang tidak mengikuti perkembangan kosmetik bisa saja dijauhi hingga tidak memunyai teman dan rendah diri dan depresi.

SMAN 10 Medan adalah Sekolah Menengah Atas Negeri yang berada di Jl.Tilak No. 108, Sei Rengas I, Medan Kota. Bagi sebagian besar remaja putri SMAN 10 Medan, kecantikan dan penampilan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan perempuan. Penampilan merupakan point utama dan menjadi modal utama, sehingga tidak mengherankan apabila mereka lebih cenderung untuk merawat diri mereka untuk tampil secantik mungkin. Apalagi yang dikatakan dengan remaja, mereka masih ingin mencoba dan terus mencoba hal-hal baru.

Remaja SMAN 10 Medan lebih memiliki kemungkinan untuk melakukan suatu bentuk peniruan yang terkait dengan pencarian identitas diri. Dengan cara menggunakan kosmetik yang berlebihan untuk penampilan diri yang menarik, padahal di SMAN 10 Medan adanya aturan yang dibuat dengan larangan membawa peralatan kosmetik ke sekolah yang diterapkan oleh hampir semua

sekolah tetapi masih banyak siswi SMAN 10 Medan yang membawa peralatan kosmetik ke sekolah. Sebagian besar kebanyakan anak IPS yang membawa kosmetik. Siswi-siswi tersebut juga menggunakannya pada waktu jam pelajaran dan waktu istirahat, terkadang ada juga siswi yang permisi ke kamar mandi hanya untuk menggunakan kosmetik. Alat-alat kosmetik siswi sering disita oleh gurunya tetapi mereka tidak peduli pada besoknya siswi tersebut masih membawa kosmetik juga ke sekolah. Masih ada sebagian siswi yang tidak begitu mempedulikan penampilannya, seperti wawancara saya dengan seorang siswi SMAN 10 Medan

Seperti pengakuan Vivi Vitria, siswa SMAN 10 yang mengatakan,

"memang, di sekolah banyak teman-teman yang menggunakan bedak tebal sekali, kadang *make-up* juga gak ketinggalan, tapi kalau saya sendiri tidak. Karena sekolah itu bukan ajang untuk pamer penampilan karena sekolah untuk tempat menuntut ilmu."

Selain itu ada gadis berusia 16 tahun yang menggunakan berbagai macam produk kosmetik, Fitri T, siswi SMAN 10 mengatakan,

"Saya menggunakan kosmetik ke sekolah karena teman-teman saya kebanyakan menggunakan barang tersebut biarpun sering dilarang dari pihak sekolah tetap selalu kami bawa ke sekolah dan menggunakannya pas waktu kosong, agar dengan memakai kosmetik penampilan kami terlihat okee dan menarik kak".

Djajadisastra (2005), mengungkapkan bahwa penggunaan kosmetik harus disesuaikan dengan aturan pakainya. Misalnya harus sesuai jenis kulit, warna kulit, iklim, cuaca, waktu penggunaan, umur, dan jumlah pemakaiannya 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. Dampak penggunaan kosmetik pada usia muda dan digunakan secara terus-menerus tanpa memperhatikan kadar akan menimbulkan ketergantungan. Ketergantungan yang dimaksud yakni jika berhenti menggunakan kosmetik akan menimbulkan reaksi yang kurang baik pada kulit wajah. Kondisi kulit pada usia muda masih sangat rentan jika menggunakan kosmetik apalagi berlebihan. Apalagi jika kosmetik tersebut termasuk kosmetik berbahaya dan tidak mempunyai izin edar.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk lebih lanjut meneliti tentang **“Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Kosmetik Pada Siswi SMAN 10 Medan”**

B. Identifikasi Masalah

Masa remaja sebagai periode yang penting, masa remaja sebagai periode peralihan, masa remaja sebagai periode perubahan, masa remaja sebagai usia bermasalah, masa remaja sebagai masa mencari identitas, masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan, masa remaja sebagai masa yang tidak realistis, masa remaja sebagai ambang masa dewasa dan emosi yang tinggi. Faktanya, banyak siswi SMA yang menggunakan *make-up* ke sekolah. Mulai dari sekedar bedak biasa, hingga yang luar biasa.

Bagi remaja penampilan fisik adalah satu-satunya yang mampu menarik teman sebayanya maupun lawan jenisnya. Mereka cenderung lebih mementingkan daya tarik fisik dalam proses sosialisasi. Rasa tidak puas terhadap penampilan wajah juga dapat berdampak negatif pada kehidupan sosial, keluarga, sekolah

bahkan pekerjaan. Biasanya keinginan untuk tampil sempurna sering diartikan dengan memiliki wajah cantik dan tubuh proporsional, sehingga remaja menggunakan produk kosmetik yang digunakan secara terus menerus seperti menjadi kebutuhan primer yang dipakai pada waktu pagi hari, siang, sore dan malam. Adapun menurut Pratiwi (2011) menjelaskan bahwa adanya daya tarik merupakan salah satu alasan remaja dalam menggunakan kosmetik dengan harapan agar produk tersebut bisa membuat penampilan menjadi cantik dan menarik.

Remaja berlomba-lomba untuk menjadikan kulit dan wajah menjadi putih. Remaja putri sesuai dengan karakteristiknya yang selalu senang berdandan dan dipuji menyebabkan mereka mudah sekali untuk terkondisi dengan menggunakan berbagai macam produk kosmetik. Hal ini tidak dapat dipungkiri, akibat pengaruh iklan dan berbagai acara televisi yang selalu menonjolkan figur wanita langsing dengan wajah putih bersih semakin mendorong kaum remaja untuk meletakkan standar ideal dirinya pada kecantikan dan kesempurnaan fisik. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika saat ini banyak salon kecantikan, *spa* atau sejenisnya yang dipenuhi para remaja yang sedang sibuk melakukan perawatan.

Perawatan yang dilakukan mulai dari perawatan *manicure, pedicure, body scrub* dan masih banyak lagi. Selain itu, banyak juga kaum remaja yang suka menghabiskan waktu untuk berbelanja produk kecantikan seperti bedak, *eye shadow, eye liner, lipstick, body lotion, body glitter, moisturizer*, pemutih wajah, sampai *lotion* untuk menghilangkan bulu kaki. Bahkan, banyak yang melakukan

diet ketat atau menggunakan obat atau jamu yang tidak sehat untuk mendapatkan bentuk tubuh yang diinginkan.

Dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, dapat diidentifikasi masalah antara lain banyak siswi SMA yang menggunakan *make-up* ke sekolah. Mulai dari sekedar bedak biasa, hingga yang luar biasa dan pada umumnya remaja (usia sekitar 16-18 tahun) justru semakin tergilagila memakai *make-up* dan bersolek.

Kosmetik adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ kelamin bagian luar), gigi dan rongga mulut untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit (Tranggono, 2011). Tujuan utama penggunaan kosmetik sebenarnya untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui *make-up*, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan sinar UV, polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan dan secara umum, membantu seseorang lebih percaya diri. Sedangkan menurut Tanoto (1999) mengenai dampak dari perilaku penggunaan kosmetik menyatakan, bahwa remaja putri akan menjadi lebih boros untuk membelanjakan uang sakunya untuk membeli barang-barang yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan akan kecantikan dan penampilan dirinya.

C. Batasan Masalah

Mengingat terbatasnya waktu dan kemampuan peneliti dan juga agar penelitian ini terarah pada tujuannya maka dibuat batasan masalah. Penulis membatasi permasalahan dengan hanya membahas masalah yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik pada siswi SMAN 10 Medan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut “ Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Kosmetik Pada Siswi SMAN 10 Medan”.

E. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik pada siswi SMAN 10 Medan.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun orang lain. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu Psikologi khususnya Psikologi pendidikan dan dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi penelitian lain yang ingin meneliti lebih lanjut

masalah yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik pada siswi SMAN 10 Medan.

2. Manfaat Praktis

a. Subjek Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik pada siswi SMAN 10 Medan.

b. Mahasiswi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi bagi mahasiswi mengenai penggunaan kosmetik.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan penggunaan kosmetik serta kaitannya dengan kepercayaan diri.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Remaja

1. Definisi Remaja

Remaja atau *adolescence* berasal dari kata Latin *adolescere* yang berarti tumbuh menjadi dewasa. Masa remaja dibagi menjadi dua bagian, yaitu remaja awal dan remaja akhir. Batas usia remaja awal yaitu 13 tahun sampai 16 tahun atau 17 tahun, dan batas usia remaja akhir yaitu 16 tahun atau 17 tahun sampai 18 tahun (Hurlock, 1999). Monks (1977), mengatakan bahwa masa remaja dibagi menjadi tiga bagian, yaitu 12-15 tahun masa remaja awal, 15-18 tahun masa remaja pertengahan, 18-21 tahun masa remaja akhir. Mappiare (1982), mengatakan secara umum masa remaja dibagi menjadi dua bagian yaitu masa remaja awal dan masa remaja akhir dimana masa remaja awal berada dalam usia 12 atau 13 tahun sampai 17 atau 18 tahun dan masa remaja akhir berada dalam rentang usia 17-18 tahun sampai 21 atau 22 tahun.

Santrock (2003), mengatakan bahwa masa remaja adalah masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosial-emosional. Dalam kebanyakan budaya, remaja dimulai kira-kira usia 10-13 tahun dan berakhir antara usia 18 dan 22 tahun. Pada umumnya, masa remaja ditandai dengan perubahan-perubahan fisik yang mendahului kematangan seksual. Hal ini di dukung oleh Gunarsa (1981), bahwa perubahan fisik biasanya juga diikuti proses perkembangan

psikis pada remaja, dimana terlihat perubahan-perubahan kepribadian yang terwujud dalam cara hidupnya untuk menyesuaikan diri dalam masyarakat.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan individu yang sedang mengalami peralihan dari anak-anak ke dewasa yang ditandai dengan terjadinya perubahan fisik dan perkembangan psikologis, yang mana perubahan tersebut mempengaruhi cara hidupnya dalam kelompok atau masyarakat.

2. Ciri-Ciri Remaja

Menurut Hurlock (1999) ciri-ciri remaja pada umumnya adalah:

a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Perkembangan fisik yang cepat dan penting disertai dengan cepatnya perkembangan mental yang cepat, terutama pada awal masa remaja. Semua perkembangan itu menimbulkan perlunya penyesuaian mental dan perlunya membentuk sikap, nilai dan minat baru.

b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Bila anak-anak beralih dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, anak-anak harus meninggalkan segala sesuatu yang bersifat kekanak-kanakan dan juga harus mempelajari pola perilaku dan sikap baru untuk menggantikan perilaku dan sikap yang telah ditinggalkan.

c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Selama awal masa remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga berlangsung pesat.

d. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Setiap periode mempunyai masalahnya sendiri-sendiri, namun masalah remaja sering menjadi masalah yang sulit diatasi karena pada masa kanak-kanak selalu dibantu orangtua dalam menyelesaikan masalah sehingga kebanyakan remaja tidak berpengalaman dalam mengatasi masalah.

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Penyesuaian diri dengan standar kelompok adalah jauh lebih penting bagi anak yang lebih besar daripada individualitas. Dalam hal berpakaian, berbicara dan perilaku anak yang lebih besar ingin seperti kelompoknya.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Orang dewasa mempunyai pandangan yang buruk tentang remaja, membuat peralihan ke masa dewasa menjadi sulit hal ini menimbulkan banyak pertentangan dengan orang tua dan antara orang tua dan anak terjadi jarak yang menghalangi anak untuk meminta bantuan orang tua untuk mengatasi berbagai masalahnya.

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik

Remaja cenderung memandang dirinya dan orang lain sebagaimana yang ia inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-

cita. Cita-cita yang tidak realistis menyebabkan meningginya emosi yang merupakan ciri dari awal masa remaja.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Remaja mulai memusatkan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa, yaitu merokok, minum-minuman keras, menggunakan obat-obatan dan terlibat dalam perbuatan seks. Mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan.

Sedangkan menurut Gunawan (2011), ciri-ciri remaja adalah:

a. Masa Yang Penting

Pada masa ini adanya akibat yang langsung terhadap sikap dan tingkah laku serta akibat-akibat jangka panjangnya menjadikan periode remaja lebih penting daripada periode lainnya. Baik akibat langsung maupun akibat jangka panjang serta pentingnya bagi remaja karena adanya akibat fisik dan akibat psikologis

b. Masa Transisi

Merupakan tahap peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya, maksudnya apa yang telah terjadi sebelumnya akan membekas pada apa yang terjadi sekarang dan yang akan datang.

c. Masa Perubahan

Selama masa remaja perubahan sikap dan perilaku sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Perubahan yang terjadi pada masa remaja memang beragam, tetapi ada perubahan yang terjadi pada semua remaja.

d. Emosi Yang Tinggi

Perubahan tubuh, minat dan peran yang diharapkan oleh kelompok sosial menimbulkan masalah baru. Perubahan nilai-nilai sebagai konsekuensi perubahan minat dan pola tingkah laku. Bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan. Remaja menghendaki dan menuntut kebebasan, tetapi sering takut bertanggung jawab akan resikonya dan meragukan kemampuannya untuk mengatasinya.

e. Masa Bermasalah

Setiap periode memiliki masalah sendiri, masalah masa remaja termasuk masalah yang sulit diatasi, baik oleh anak laki-laki maupun anak perempuan karena pada masa remaja dia ingin mengatasi masalahnya sendiri, dia suka mandiri.

f. Masa Pencarian Identitas

Menyesuaikan diri dengan standar kelompok dianggap jauh lebih penting bagi remaja dari pada individual. Bagi remaja penyesuaian diri dengan kelompok pada tahun-tahun awal masa remaja adalah penting. Secara bertahap, mereka mulai mengharapkan identitas diri dan tidak lagi merasa puas dengan adanya kesamaan dalam segala hal dengan teman-teman sebayanya.

g. Masa Munculnya Ketakutan

Persepsi negative terhadap remaja seperti tidak dapat dipercaya, cenderung merusak dan perilaku merusak, mengindikasikan pentingnya bimbingan dan pengawasan orang dewasa. Demikian pula terhadap

kehidupan remaja muda yang cenderung tidak simpatik dan takut bertanggung jawab.

h. Masa Yang Tidak Realistik

Mereka memandang diri sendiri dan orang lain berdasarkan keinginannya, dan bukan berdasarkan kenyataan yang sebenarnya. Apabila dalam hal cita-cita yang tidak realistik ini berakibat pada tingginya emosi yang merupakan ciri awal masa remaja.

i. Masa Menuju Masa Dewasa

Saat usia kematangan kian dekat, para remaja merasa gelisah untuk meninggalkan stereotip usia belasan tahun yang indah disatu sisi, dan harus bersiap-siap menuju usia dewasa disisi lainnya.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan ciri-ciri remaja, yaitu; masa remaja sebagai periode yang penting, masa remaja sebagai periode peralihan, masa remaja sebagai periode perubahan, masa remaja sebagai usia bermasalah, masa remaja sebagai masa mencari identitas, masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan, masa remaja sebagai masa yang tidak realistik, masa remaja sebagai ambang masa dewasa dan emosi yang tinggi.

B. Kosmetik

1. Definisi Kosmetik

Kosmetik berasal dari kata Yunani “Kosmetikos” yang berarti keterampilan menghias, mengatur. Peranan Menteri Kesehatan RI mendefinisikan kosmetik sebagai berikut:

“Kosmetik adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ kelamin bagian luar), gigi dan rongga mulut untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan penyakit” (dalam Wasitaatmadja, 1997).

Kosmetika berasal dari kata kosmein (Yunani) yang berarti “berhias”.

Bahan yang dipakai dalam usaha untuk mempercantik diri ini, dahulu diramu dari bahan-bahan alami yang terdapat di sekitarnya. Wasitaatmadja (1997), menyatakan bahwa sekarang kosmetika dibuat manusia tidak hanya dari bahan alami tetapi juga bahan buatan untuk maksud meningkatkan kecantikan.

Menurut peraturan menteri kesehatan R.I No. 220/MenKes/Per/X/76 bahwa kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan, dipercikkan atau disemprotkan pada, dimasukkan dalam, dipergunakan pada badan manusia dengan maksud untuk

membersihkan, memelihara, menambah daya tarik dan mengubah rupa tidak termasuk golongan obat (dalam Wasitaatmadja, 1997).

Jadi kosmetik merupakan alat perlengkapan tertentu untuk meningkatkan keyakinan diri seseorang, menjadikan seseorang bertambah cantik dan menarik.

2. Tujuan Penggunaan Kosmetik

Djajadisastra (2005), mengatakan bahwa 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.

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 menampakkan diri lebih baik dan kepercayaan diripun tumbuh (Warta Konsumen, Juli 1980).

Djajadisastra (2005), mengatakan bahwa tujuan utama penggunaan kosmetik pada masyarakat modern adalah untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui *make-up*, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan sinar ultraviolet,

polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan, dan secara umum membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup.

Menurut Djajadisastra (2005), seseorang yang menggunakan produk kosmetik tentulah karena adanya daya tarik kosmetik yang dibelinya tersebut, misalnya ketertarikan terhadap fungsi dari kosmetik tersebut, kepraktisan dari pemakaian, dan dampak yang ditimbulkan oleh pemakaian kosmetik itu. Konsumen haruslah selektif dalam memilih produk kosmetik sehingga dampak negatif dari pemakaian kosmetik seperti, kulit wajah menjadi kusam, pucat, kering, pecah-pecah, dan dampak lain dapat dihindari.

Djajadisastra (2005), mengungkapkan bahwa penggunaan kosmetik harus disesuaikan dengan aturan pakainya. Misalnya harus sesuai jenis kulit, warna kulit, iklim, cuaca, waktu penggunaan, umur, dan jumlah pemakaiannya sehingga tidak menimbulkan efek yang tidak diinginkan. Sebelum mempergunakan kosmetik, sangatlah penting mengetahui lebih dulu apa yang dimaksud dengan kosmetik, manfaat dan pemakaian yang benar. Maka dari itu perlu penjelasan lebih detail mengenai kosmetik.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penggunaan kosmetik adalah untuk membersihkan seluruh tubuh dan mempercantik diri sehingga meningkatkan rasa kepercayaan diri.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Kosmetik

Menurut Djajadisastra (2009), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kosmetik antara lain sebagai berikut:

a. Pengetahuan

Pengetahuan adalah keseluruhan pemikiran, gagasan, ide, konsep dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya termasuk manusia dan kehidupannya. Pengetahuan mencakup penalaran, penjelasan dan pemahaman manusia tentang segala sesuatu. Juga mencakup praktek atau kemampuan teknis dalam memecahkan berbagai persoalan hidup yang belum dibuktikan secara sistematis dan metodis (Notoatmodjo, 2007). Ilmu pengetahuan adalah kumpulan dari pengalaman-pengalaman dan pengetahuan-pengetahuan dari sejumlah orang yang dipadukan secara harmonik dalam suatu bangunan yang teratur (Ircham Mochfoedz, 2005).

b. Perilaku

Perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme (mahluk hidup) yang bersangkutan. Oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua mahluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktivitas masing-masing. Sehingga yang dimaksud dengan perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik

yang dapat diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.

c. Sosial Budaya

Sosial budaya merupakan suatu kebiasaan atau kepercayaan masyarakat terhadap pengalaman masa lalu, pengaruh teman setempat tinggal dan pengaruh dari keluarga. Sarwono (2009) mengatakan bahwa, sosial budaya dapat di kategorikan dari positif dan negatif, jika pengaruh masyarakat positif terhadap pemanfaatan pusat pelayanan kesehatan, maka akan terdorong untuk memanfaatkan dan melakukan kunjungan ke puskesmas, akan tetapi sebaliknya jika pengaruh masyarakat negatif, maka semakin kurang semangat atau bahkan tidak mau memanfaatkan pusat-pusat pelayanan kesehatan, karena mereka kurang yakin akan yang didasarkan pada pengalaman masa lalu yang tidak baik.

Kebudayaan setempat dan kebiasaan dalam keluarga dapat mempengaruhi pengetahuan, persepsi, dan sikap seseorang terhadap sesuatu. Azwar (2010) menyebutkan, sosial budaya masyarakat berpengaruh terhadap pemilihan baik sulit untuk dihilangkan, dan sudah terbiasa, akan tetapi jika sosial budaya masyarakat baik sulit untuk dihilangkan, dan sudah terbiasa dengan hal-hal yang baik serta menyadari bahwa pentingnya pemeliharaan kesehatan yang lebih baik dan selalu disiplin dalam hidup bersih dan sehat. Kebudayaan terhadap penggunaan kosmetik sangat besar pengaruhnya, terumata di zaman

yang serba modern seperti sekarang, hal ini disebabkan karena pengaruh social budaya didapat melalui media cetak dan elektronik.

Menggunakan kosmetik pada era kekinian tidak lagi dapat diposisikan menjadi bagian dari budaya. Kosmetik telah dijadikan sebagai teman dalam kehidupan sedemikian rupa sehingga menjadi lebur dengan tindakan merias diri yang dicitrakan banyak periklanan sebagai bagian dari gaya hidup, citra seseorang, hingga menjadi semacam stimulus bagi peningkatan kualitas hidup. Dengan demikian, kosmetik dan tindakan merias diri pada masa sekarang tidak bisa dipisahkan secara tegas.

Smet (1994), mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik, yaitu:

a. Faktor Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial berpengaruh terhadap sikap, kepercayaan, dan perhatian individu pada kosmetik. Seseorang akan berperilaku dengan memperhatikan lingkungan sosialnya, antara lain: teman-teman, kawan-kawan sebaya, orangtua, saudara-saudara, media.

b. Faktor Demografis

Faktor ini meliputi umur dan jenis kelamin. Orang yang menggunakan kosmetik pada usia dewasa semakin banyak.

c. Faktor Sosio-Kultural

Kebiasaan budaya, kelas sosial, tingkat pendidikan, penghasilan, dan gengsi pekerjaan akan mempengaruhi perilaku mereka pada individu.

Hal ini juga di dukung Setiadi (2003), yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik, yaitu:

- a. Faktor-faktor kebudayaan, yang terdiri dari budayaan, sub-budaya, dan kelas sosial.
- b. Faktor-faktor sosial, yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial.
- c. Faktor pribadi, yang terdiri dari usia/umur, tahap daur hidup, jabatan/pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- d. Faktor psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap.

Berdasarkan beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik dipengaruhi oleh pengetahuan, perilaku, sosial budaya, lingkungan sosial dan demografis, psikologis.

4. Aspek-Aspek Perilaku Penggunaan Kosmetika

Pada umumnya setiap individu dapat menggambarkan perilaku menurut aspek-aspek perilaku. Seperti yang diungkap oleh Soekadji (1983), bahwa

setiap individu dapat menggambarkan setiap perilaku menurut tiga dimensi, yaitu:

a. Frekuensi

Sering tidaknya perilaku muncul. Cara yang paling sederhana untuk mencatat perilaku yaitu dengan menghitung jumlah munculnya perilaku tersebut. Frekuensi sangat bermanfaat untuk mengetahui sejauh mana perilaku menggunakan kosmetik muncul.

b. Aspek lamanya berlangsung

Waktu yang diperlukan seseorang untuk melakukan setiap tindakan. Jika suatu perilaku tertentu mempunyai permulaan dan akhir tertentu, tetapi dalam jangka waktu yang berbeda untuk masing-masing peristiwa, maka pengukuran lamanya berlangsung lebih bermanfaat lagi. Aspek lamanya berlangsung ini sangat berpengaruh bagi perilaku menggunakan kosmetik, karena dapat diketahui sejak kapan seseorang mulai menggunakan kosmetik.

c. Intensitas

Banyaknya daya (kemampuan) yang dikeluarkan untuk berperilaku. Aspek ini digunakan untuk mengukur seberapa banyak seseorang menggunakan kosmetik untuk kebutuhannya.

Sedangkan aspek-aspek perilaku menurut Bloom (dalam Notoatmodjo, 2005) adalah:

a. Kognitif

Merupakan pengetahuan terhadap materi pendidikan yang diberikan, dalam hal ini adalah pengetahuan tentang perilaku menggunakan kosmetik. Seseorang harus mengetahui lebih dahulu manfaat yang akan diperoleh sebelum dia melakukan sesuatu.

b. Afektif

Merupakan sikap atau anggapan terhadap materi pendidikan yang diberikan, dalam hal ini sikap atau anggapan terhadap masalah kesehatan. Sikap adalah penilaian, dalam hal ini penilaian terhadap masalah kesehatan, termasuk penyakit, sikap terhadap pemeliharaan dan cara hidup sehat, sikap terhadap kesehatan.

c. Psikomotorik

Merupakan praktek atau tindakan yang dilakukan sehubungan dengan materi yang diberikan. Setelah mengetahui manfaat dan melakukan penilaian terhadap kesehatan, maka seseorang akan melaksanakan apa yang diketahuinya itu.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dimensi-dimensi dari perilaku menggunakan kosmetik dalam penelitian ini adalah frekuensi, lamanya berlangsung, intensitas, kognitif, afektif dan psikomotorik.

5. Jenis-Jenis Kosmetika

Retno I.S (1996), menyatakan bahwa kosmetika yang beredar di pasaran sekarang sudah banyak macamnya, yaitu kosmetika tradisional, kosmetika modern, dan *cosmetics medicated*. Menurut Dhody S. Putro (1998) kosmetika yang beredar di Indonesia ada dua macam yaitu kosmetika tradisional dan kosmetika modern.

a. Kosmetika Tradisional

Retno I.S Tranggono (1992), mengungkapkan bahwa kosmetika tradisional adalah kosmetika alamiah atau kosmetika asli yang dapat dibuat sendiri langsung dari bahan-bahan segar atau yang telah dikeringkan, buah-buahan dan tanam-tanaman disekitar kita. Cara tradisional ini merupakan kebiasaan atau tradisi yang diwariskan turun-temurun dari leluhur atau nenek moyang kita.

Kosmetika tradisional dapat digolongkan menjadi dua golongan, yaitu kosmetika tradisional murni dan semi tradisional.

1. Kosmetika tradisional murni

Dhody S. Putro (1998), mengungkapkan bahwa kosmetika tradisional murni adalah kosmetika yang berasal dari alam dan diolah secara tradisional. Jadi yang dimaksud dengan kosmetika tradisional murni adalah kosmetika yang pembuatannya tanpa menggunakan bahan kimia dan pengolahannya menggunakan cara yang sangat sederhana. Kosmetika tradisional murni bisa diperoleh dari penjual jamu. Kosmetika yang termasuk kosmetika tradisional murni misalnya bedak dingin. Kosmetik

tersebut biasanya dibuat dalam bentuk butiran-butiran kecil yang terbuat dari bahan dasar beras, rempah serta sari bunga. Cara menggunakannya dengan dicairkan lebih dulu kemudian dioleskan ke wajah atau tubuh yang berguna untuk memberikan rasa sejuk atau segar.

Selain bedak dingin rasa masih ada kosmetika lain yang termasuk kosmetika tradisional murni seperti lulur, mangir dan cecmengan. Lulur dan mangir biasanya berbentuk serbuk rempah yang penggunaannya dengan cara digosok-gosokkan pada kulit tubuh untuk mengangkat kotoran dan sel-sel kulit yang sudah mati. Sedangkan cecmengan digunakan untuk perawatan rambut yang terbuat dari minyak kelapa, irisan pandan, daun mangkoka dan bunga. Penggunaannya dengan cara dioleskan ke kulit kepala sambil dipijat ringan.

2. Kosmetika semi tradisional

Dhody S. Putro (1998), mengungkapkan bahwa kosmetika semi tradisional adalah kosmetika tradisional yang pengolahannya dilakukan secara modern dengan mencampurkan bahan kimia, seperti bahan pengawet. Jadi yang dimaksud kosmetika semi tradisional adalah kosmetika yang pembuatannya masih menggunakan bahan yang berasal dari alam, tetapi dengan memberikan tambahan bahan kimia sebagai pengawet dan cara penggunaannya sudah menggunakan peralatan yang lebih canggih.

Kosmetika semi tradisional banyak dijumpai di toko yang menjual kosmetika. Lulur, air mawar, masker, shampoo yang sudah dikemas

dengan baik dan beredar dipasaran dengan merk tertentu termasuk dalam kelompok kosmetika semi tradisional. Bagi orang yang menyukai kosmetik yang terbuat dari bahan-bahan alami, tetapi tidak mau repot menggunakannya, biasanya lebih memilih kosmetika semi tradisional.

Jadi yang membedakan antara kosmetika tradisional murni dengan kosmetika semi tradisional adalah dalam hal pembuatannya.

b. Kosmetika modern

Menurut Yuswati (1996), kosmetika modern adalah kosmetika yang di produksi secara pabrik, dimana telah dicampurkan dengan zat-zat kimia untuk mengawetkan kosmetika tersebut agar tahan lama, sehingga tidak cepat rusak.

Kosmetika modern yang dipasaran dapat digolongkan dalam dua jenis, yaitu:

1. *Cosmedics* atau *Cosmetics Medicated*

Retno I.S Tranggono (1992), mengungkapkan bahwa *Cosmedics* atau *cosmetics medicated* adalah kosmetika yang diolah dan diformulasikan secara ilmiah berdasarkan konsep kesehatan, dengan menggunakan bahan-bahan kimia pilihan dari kualitas tinggi.

Proses pembuatannya, *cosmedics* ini ditambahkan obat dan bahan-bahan aktif tertentu seperti zat anti bakteri atau jasat renik lainnya, anti jerawat, anti gatal, dan anti ketombe. Pembuatannya menggunakan bahan kimia khusus yang bisa digunakan untuk mengatasi kulit seperti jerawat, ketombe, dan untuk mengobati terjadinya gatal pada kulit karena di dalamnya sudah mengandung anti bakteri. Kosmetika tersebut bisa didapatkan di toko kosmetika atau toko obat.

Seiring dengan masalah yang sering muncul pada kulit seperti munculnya jerawat dan ketombe, maka produsen kosmetika memanfaatkan keadaan tersebut dengan memproduksi kosmetika yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah baik jerawat maupun ketombe. Sekarang banyak kosmetika yang beredar di pasaran dengan manfaat untuk mengatasi masalah jerawat, begitu juga untuk mengatasi masalah ketombe yang dibuat dalam bentuk sampo anti ketombe.

Jadi *cosmedics* merupakan salah satu jenis kosmetika yang dalam pembuatannya diberikan bahan-bahan kimia berupa bahan-bahan aktif tertentu untuk mengatasi gangguan-gangguan pada kulit seperti jerawat dan gatal-gatal pada kulit akibat ketombe yang dikemas dalam sampo.

2. Kosmetika Hipoalergik

Menurut Dhody S. Putro (1998), kosmetika hipoalergik adalah kosmetika yang tidak mengandung zat-zat yang dapat menyebabkan reaksi alergi atau iritasi pada kulit. Pada kosmetika ini bahan yang menyebabkan reaksi iritasi dan sensitasi telah dikeluarkan dari kosmetika sehingga aman untuk kesehatan. Biasanya dibuat khusus untuk yang berkulit sensitive seperti kosmetika yang diperuntukkan bagi kulit bayi.

Menurut Wasitaadmadja (1997), berdasarkan kegunaannya kosmetika dibagi menjadi 2, yaitu:

a. Kosmetika Perawatan Kulit

Kosmetika perawatan kulit adalah kosmetika yang digunakan untuk memelihara kesehatan kulit adneksanya agar tetap sehat dan

merawat kulit yang kurang sehat agar menjadi sehat. Sesuai dengan cara perawatan, ada berbagai macam kosmetika perawatan, yaitu:

1. Kosmetika Pembersih

Pembersihan adalah tahap pertama pada setiap tindakan perawatan memakai kosmetika, bahkan langkah pertama pula dari setiap aplikasi kosmetika lain. Tindakan pembersihan pada kulit dilakukan untuk mengeluarkan berbagai zat yang tidak berguna lagi yang terdapat pada permukaan kulit, minyak permukaan kulit yang sudah tercemar kotoran tersebut, sel keratin epidermal yang sudah terlepas dan kosmetika lama yang masih menempel di permukaan kulit. Namun tindakan pembersihan tersebut bukan berarti harus membersihkan seluruh zat yang ada, karena ada zat yang tetap diperlukan untuk kulit agar kulit tetap sehat umpamanya lapisan lemak permukaan kulit.

Ada 4 macam kosmetika pembersih berdasarkan bahan dasar yang dikandungnya, yaitu:

- a. Pembersih dengan bahan dasar cair; air, air dan alkohol serta alkohol. Sabun dan sampo merupakan pembersih khusus yang harus dilarutkan dalam air.
- b. Pembersih dengan bahan dasar minyak; minyak, dan minyak dengan air.
- c. Pembersih dengan bahan dasar padat; yang dapat menyerap kotoran.

d. Pembersih yang bersifat mekanis dengan bantuan penggosokan sehingga mengelupas lapisan kulit dan termasuk bahan abrasive.

2. Kosmetika Pelembab

Pada kondisi kulit tertentu pelembaban diperlukan oleh kulit untuk mempertahankan struktur dan fungsinya. Berbagai faktor baik dari luar tubuh maupun dari dalam tubuh dapat mempengaruhi struktur dan fungsi kulit tersebut, misalnya: udara kering, sinar matahari terik, angin keras, umur lanjut, berbagai penyakit kulit maupun penyakit dalam tubuh dan lain sebagainya.

Oleh pengaruh faktor-faktor tersebut kulit dapat menjadi lebih kering akibat dari kehilangan air oleh penguapan yang tidak kita rasakan. Secara alamiah kulit telah berusaha untuk melindungi diri dari kemungkinan ini, yaitu dengan adanya tabir lemak di atas kulit yang didapat dari kelenjar lemak dan sedikit kelenjar keringat dari kulit serta adanya lapisan kulit luar yang berfungsi sebagai sawar kulit. Namun dalam kondisi tertentu faktor perlindungan alamiah tersebut tidak mencukupi dan karena itu dibutuhkan perlindungan tambahan nonalamiah yaitu dengan memberikan kosmetika pelembab kulit.

3. Kosmetika Pelindung

Fungsi kulit adalah sebagai sawar utama antara tubuh dan lingkungan hidup yang terdiri atas berbagai macam agen, baik fisik

maupun kimia yang dapat menimbulkan kerusakan pada jaringan kulit. Pada umumnya kulit resisten terhadap efek toksik dari sebagian besar agen lingkungan tersebut, tetapi perlindungan tersebut tidak sempurna dilakukan oleh kulit sendiri.

Kosmetika pelindung kulit terdiri atas 2 macam, yaitu:

a. Proteksi terhadap polusi

Kosmetika yang melindungi kulit terhadap polusi adalah alas/dasar bedak.

b. Proteksi terhadap ultraviolet

Kosmetika yang dapat menyaring sinar matahari (*sun screen*) atau bahkan yang dapat menahan seluruh sinar matahari (*sun block*) untuk mengurangi efek buruk sinar matahari tersebut.

4. Kosmetika Dekoratif

Kosmetika dekoratif semata-mata hanya melekat pada alat tubuh yang dirias dan tidak bermaksud untuk diserap ke dalam kulit serta mengubah secara permanen kekurangan yang ada. Berdasarkan bagian tubuh yang dirias, kosmetika dekoratif dapat dibagi menjadi:

a. Kosmetika rias kulit wajah terdiri dari:

1. Bedak
2. *Compact rouge*
3. *Rouge cream*

4. *Fluid rouge*
5. Kamufase (*theater*)
- b. Kosmetika rias bibir terdiri dari:
 1. *Lipstick* dan *lip crayon*
 2. Krim bibir dan pengkilap bibir
 3. Penggaris bibir
- c. Kosmetika rias rambut terdiri dari:
 1. Pewarna/cat rambut
 2. Pemutih/pemucat rambut
 3. Pengikal/keriting rambut
 4. Pelurus rambut
 5. Penata rambut
 6. Perangsang pertumbuhan rambut
 7. Perontok rambut
 8. Pencuci rambut
- d. Kosmetika rias mata terdiri dari:
 1. Rias kelopak mata
 2. Rias bulu mata
 3. Rias alis mata
- e. Kosmetika rias kuku terdiri dari:
 1. Cat dan vernis kuku
 2. Penghapus cat kuku
 3. Penghilang dan pelunak kutikel kuku

4. Krim kuku
- f. Kosmetika pewangi/parfum terdiri dari:
 1. Deodoran
 2. Antiperspiran

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kosmetik merupakan suatu bahan yang dipergunakan untuk merubah penampilan diri supaya terlihat lebih menarik sekaligus dapat meningkatkan keyakinan pada diri seseorang.

C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Kosmetik

Masa remaja merupakan salah satu fase perkembangan dalam kehidupan. Remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang bebas mandiri dan berpikir matang. Masa remaja dimulai pada saat timbulnya perubahan-perubahan berkaitan dengan tanda-tanda kedewasaan fisik. Hal ini sesuai dengan Hurlock (1999), masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang ditandai oleh adanya kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Masa peralihan ini biasanya menimbulkan beban bagi individu dalam berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungannya.

Berhubungan dengan penelitian Bergscheld, Walster, Borhtedt ditujukan bahwa wajah merupakan bagian terpenting yang mempengaruhi konsep diri (dalam Pudjijoyanti, 1985). Remaja putri umumnya sangat memperhatikan atau mementingkan penampilan diri. Remaja yang secara fisik menarik akan lebih populer dibandingkan dengan mereka yang tidak menarik (Kennedy dalam

Santrock, 2003). Oleh karena itu apabila seorang remaja memiliki tubuh atau fisik yang jauh dari kondisi ideal menurut penilaian orang lain, maka remaja akan berusaha memperbaiki atau menutupi kekurangan tersebut dengan melakukan segala cara. Kebutuhan akan penampilan yang ideal terwujud salah satunya melalui cara mempercantik diri dengan alat-alat kosmetika (Brit dalam Mustika, 1983).

Adapun menurut Djajadisastra (2009), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kosmetik antara lain: pengetahuan, perilaku, dan sosial budaya. Sedangkan menurut Bandura dengan *teori social cognitive learning* menyatakan bahwa perilaku individu disebabkan oleh pengaruh dari luar yaitu lingkungan dan dari dalam yaitu individu itu sendiri. Jadi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu dalam penggunaan kosmetik dapat dirangkum dalam dua faktor yaitu faktor dari luar atau faktor eksternal dan faktor dari dalam yaitu faktor internal. Faktor eksternal meliputi lingkungan, pergaulan, teman sebaya, keluarga dan lain sebagainya. Sedangkan faktor dari dalam merupakan faktor-faktor yang muncul dari dalam diri individu tersebut misalnya kebutuhan akan *self image* atau citra diri atau adanya proses *modeling* yaitu keinginan untuk meniru atau mencontek perilaku orang lain.

Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Rosya Noer Imama (2013) dengan judul “Pengaruh Sosial, Budaya dan Pribadi serta Psikologis terhadap pengambilan keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kabupaten Jember. Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa faktor pribadi dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah

di Kabupaten Jember. Hal ini sejalan dengan Setiadi (2003), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kosmetik yaitu; faktor kebudayaan, social dan faktor pribadi.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang positif antara pengaruh sosial, budaya, pribadi, serta psikologis membeli produk kosmetik. Dalam penelitian ini peneliti sama-sama meneliti tentang kosmetik tetapi peniliti diatas berfokus pada dalam pembelian kosmetik wardah. Selain itu perbedaan lainnya dengan peneliti ini yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan, teknik sampling dan lokasi penelitian.

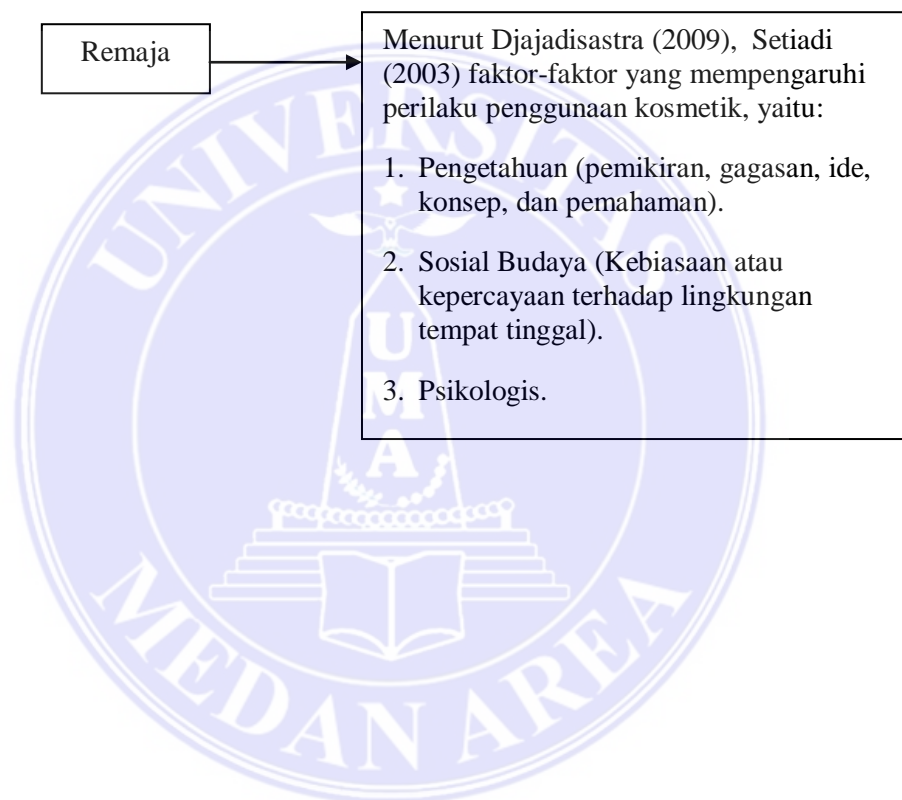
Bandura dengan *teori social cognitive learning* menyatakan bahwa perilaku individu disebabkan oleh pengaruh dari luar yaitu lingkungan dan dari dalam yaitu individu itu sendiri. Jadi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu dalam penggunaan kosmetik dapat dirangkum dalam dua faktor yaitu faktor dari luar atau faktor eksternal dan faktor dari dalam yaitu faktor internal. Faktor eksternal meliputi lingkungan, pergaulan, teman sebaya, keluarga dan lain sebagainya. Sedangkan faktor dari dalam merupakan faktor-faktor yang muncul dari dalam diri individu tersebut misalnya kebutuhan akan *self image* atau citra diri atau adanya proses *modeling* yaitu keinginan untuk meniru atau mencontek perilaku orang lain.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang positif antara pengaruh sosial, budaya, pribadi, serta psikologis membeli produk kosmetik. Dalam penelitian ini peneliti sama-sama meneliti tentang kosmetik tetapi peniliti diatas berfokus pada dalam pembelian kosmetik wardah. Selain itu perbedaan

lainnya dengan peneliti ini yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan, teknik sampling dan lokasi penelitian.

D. Kerangka Konseptual

Gambar I. Kerangka Konseptual



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik pada siswi SMAN 10 Medan.

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut sugiyono (2012), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang menjadi inti adalah "faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik pada siswi SMAN 10 Medan".

B. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan kajian yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, maka definisi operasional yang dapat disampaikan dalam tulisan ini mengenai penggunaan kosmetik adalah merupakan suatu bahan yang dapat digunakan untuk mempercantik atau merawat diri, serta menutupi kekurangan-kekurangan pada tubuh sehingga mengubah rupa dan menambah daya tarik. Adapun faktor-faktor penggunaan kosmetik sebagai berikut:

1. Pengetahuan (pemikiran, gagasan, ide, konsep, dan pemahaman).
2. Perilaku (aktivitas yang bersangkutan).

3. Sosial Budaya (kebiasaan atau kepercayaan terhadap lingkungan tempat tinggal).
4. Lingkungan Sosial
5. Faktor Demografis.
6. Faktor Sosiokultural.
7. Pribadi.
8. Psikologis

C. Populasi Dan Metode Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Suharsimi Arikunto, 1993). Pengertian tersebut mengandung maksud bahwa populasi adalah seluruh individu yang akan dijadikan subjek penelitian dan individu tersebut paling sedikit mempunyai sifat yang sama. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja kelas XI IPS SMA Negeri 10 Medan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Suharsimi Arikunto, 1993). Untuk memudahkan pengambilan sampel penelitian, maka peneliti mengutip pendapat Suharsimi Arikunto (1993) yang menyatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil diantara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih.

Adapun karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah:

- a. Remaja berjenis kelamin perempuan berusia 16-18 tahun (Hurlock, 1999).
- b. Remaja kelas XI IPS SMA Negeri 10 Medan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengambilan sampel adalah cara yang digunakan untuk mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan prosedur tertentu agar diperoleh sampel yang dapat mewakili populasi (Hadi, 2000). Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk memperoleh sampel adalah melalui *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010).

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu kegiatan yang dirumuskan secara tetap, hal ini dimaksudkan agar data yang diperoleh benar-benar akurat. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini metode yang dipakai adalah:

1. Metode Observasi

Metode observasi adalah kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera seperti penglihatan, penciuman dan perabaan (Suharsimi Arikunto, 1993). Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah pengamatan awal terhadap subjek penelitian dan mengamati kondisi remaja di SMA Negeri 10 Medan.

2. Metode angket

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi Arikunto, 1993). Dalam penelitian ini digunakan kuesioner tertutup karena sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Metode angket ini digunakan untuk mengungkap penggunaan kosmetik oleh remaja kelas XI IPS SMA Negeri 10 Medan.

Alat ukur ini disusun dengan penskalaan model Likert, dimana setiap butir memiliki lima kemungkinan jawaban yang bergerak dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Masing-masing dari karakteristik memiliki sebagian pernyataan yang mendukung (*favorable*) dan pernyataan tidak mendukung (*unfavorable*). Jumlah keseluruhan aitem dalam skala ini adalah 72 aitem. Untuk *favorabel* jawaban "sangat setuju " akan diberi skor 5 demikian seterusnya sampai jawaban "sangat tidak setuju" diberi skor 1. Untuk *unfavorabel* jawaban "sangat tidak setuju " akan diberi skor 5 demikian seterusnya sampai jawaban "sangat setuju" diberi skor 1 (Azwar, 2000).

Tabel I. Instrument Skala Linkert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Adapun pelaksanaannya dengan menyebarkan langsung kepada responden. Alasan menggunakan metode angket ini adalah untuk mendapatkan data yang semaksimal mungkin. Selain itu peneliti beranggapan bahwa:

- a. Subjek adalah orang yang mengerti keadaan dirinya.
- b. Apa yang dikatakan subjek adalah benar dan dapat dipercaya.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya (Suharsimi Arikunto, 1993).

E. Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis dengan metode statistik. Pertimbangan penggunaan statistik dalam penelitian ini menurut Hadi (2000) adalah:

1. Statistik bekerja dengan angka-angka.
2. Statistik bersifat objektif.
3. Statistik bersifat universal, artinya dapat digunakan hampir pada semua bidang penelitian.

Data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan teknik statistik deskriptif dengan menggunakan *SPSS for Windows versi 24.0*.

a. Uji validitas

Azwar (2000) mendefinisikan validitas tes atau validitas alat ukur adalah sejauh mana tes itu mengukur apa yang dimaksudkannya untuk diukur, artinya derajat fungsi mengukurnya suatu tes atau derajat kecermatan suatu tes. Untuk mengkaji validitas alat ukur dalam penelitian ini, peneliti melihat alat ukur berdasarkan arah isi yang diukur yang disebut dengan validitas isi (*content validity*). Validitas isi menunjukkan kepada sejauh mana item-item yang dilihat dari isinya dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Ukuran sejauh mana ini ditentukan berdasar derajat representatifnya alat ukur itu bagi isi hal yang akan diukur.

Validitas isi alat ukur ditentukan melalui pendapat professional (*professional judgement*) dalam proses telaah soal. Dengan menggunakan spesifikasi alat ukur yang telah ada, akan dilakukan analisa logis untuk

menetapkan apakah aitem-aitem yang telah dikembangkan memang mengukur (representatif) dengan apa yang dimaksudkan untuk diukur (Suryabrata, 2000).

Setelah melakukan validitas isi kemudian dilanjutkan dengan melakukan uji daya beda item. Uji daya beda item dilakukan untuk melihat sejauh mana item mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki atribut dengan yang tidak memiliki atribut yang akan diukur. Dasar kerja yang digunakan dalam analisis item ini adalah dengan memilih item-item yang fungsi alat ukurnya selaras atau sesuai dengan fungsi ukur tes. Atau dengan kata lain, memilih item yang mengukur hal yang sama dengan yang diukur oleh tes sebagai keseluruhan (Azwar, 2000).

Pengujian daya beda aitem ini dilakukan dengan komputasi koefisien korelasi antara distribusi skor pada setiap aitem dengan suatu kriteria yang relevan yaitu distribusi skor skala itu sendiri. Komputasi ini menghasilkan koefisien korelasi item total yang dapat dilakukan dengan menggunakan formula koefisien korelasi *Pearson Product Moment* (Azwar, 2000).

Validitas berkenaan dengan tingkat kecermatan suatu instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan indikator yang digunakan sebagai alat ukur variabel. Rumus korelasi menurut Sugiyono (2010) adalah:

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

Dimana :

X = total butir masing-masing pertanyaan

Y = total skor dari seluruh pertanyaan

N = jumlah responden

r hit = koefisien korelasi hasil perhitungan

r tab = koefisien korelasi dari tabel dengan taraf signifikansi 5%.

Hipotesisnya adalah:

- 1) $H_0 : \rho = 0$ [Tidak ada korelasi signifikan skor item dengan total skor (tidak valid)]
- 2) $H_0 : \rho \neq 0$ [Ada korelasi signifikan skor item dengan total skor (valid)]

Kriteria penerimaan / penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Tolak H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung $<$ nilai probabilitas yang ditetapkan 0,05 (Sig.2 tailed $< \alpha_{0,05}$)
- 2) Terima H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung $>$ nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig.2 tailed $> \alpha_{0,05}$).

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas terhadap hasil ukur skala dilakukan bila aitem-aitem yang terpilih lewat prosedur analisis aitem telah dikompilasi menjadi satu. Reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2000).

Uji reliabilitas alat ukur ini menggunakan pendekatan konsistensi internal (*Cronbach's alpha coefficient*), yaitu suatu bentuk tes yang hanya memerlukan satu kali pengenaaan tes tunggal pada sekelompok individu sebagai subyek dengan

tujuan untuk melihat konsistensi antar item atau antar bagian dalam skala. Teknik ini dipandang ekonomis dan praktis (Azwar, 2000). Penghitungan daya beda aitem dan koefisien reliabilitas dalam uji coba ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS version 24.0 For Windows*.

Rumus *Cronbach Alpha* menurut Arikunto dalam Azuar Juliandi (2013).

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \epsilon b^2}{\epsilon_1^2} \right]$$

Keterangan:

r : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya pertanyaan

$\sum \epsilon b^2$: Jumlah varians butir

ϵ_1^2 : Varian total

Kriteria pengujian reliabilitas adalah jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach alpha*) > 0,6 maka instrument reliabilitas (terpercaya).

Sebelum data-data yang terkumpul dianalisa, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yang meliputi:

a. Uji Normalitas

Pengukuran normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian kedua variabel terdistribusi secara normal. Hal ini berarti bahwa uji normalitas diperlukan untuk menjawab pertanyaan apakah syarat sampel yang representatif terpenuhi atau tidak, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi pada populasi (Hadi, 2000). Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji *one-sample Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS for Windows versi 24.0*.

Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai $p > 0,05$ dan sebaliknya data tidak terdistribusi normal apabila $p < 0,05$ (Hadi, 2000).

b. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam statistik sebuah hasil bisa dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian ini uji hipotesis yang digunakan adalah uji t. Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh yang dari faktor perilaku penggunaan kosmetik terhadap penggunaan kosmetik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Martha. 2011. Analisis Kemandirian Fiskal Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung Periode 2010-2011. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Lampung.
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (rev. ed.II). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azwar, Juliandi. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: untuk ilmu-ilmu bisnis*. Medan:M2000.
- Azwar, S. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- _____ 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dacey & Kenny. 1997. *Adolescent Development. Second Edt*. United States of America: Times Mirror Higher Education Group, Inc.
- Devya. 2015. Hubungan Citra Diri dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Yang Memakai Kosmetik Wajah. *E-Journal*. Kalimantan Timur. Fakultas Psikologi Universitas Mulawarman.
- Dhody S. Putro. 1998. *Agar Lebih Cantik*. Unggaran: Trubus Agriwidya.
- Djajadisastra. 2005. *Teknologi Kosmetik Tangerang*: Departemen Farmasi FMIPA Universitas Indonesia.
- Gunarsa, S.D. 1981. *Psikologi Remaja*. Jakarta BPK Gunung Mulia.
- Gunawan, Arif. 2011. *Remaja & Permasalahannya*. Yogyakarta: Hanggar Koesation.
- Hadi, S. 2000. *Metodologi Research Jilid I*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hayatunnufus. 2009. *Perawatan Kulit Wajah*. Padang: UNP Press Kosmetika dan Estetika Jakarta.
- Hurlock, Elizabeth B. 1999. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan\ Sepanjang Rentang Kehidupan*. (ed.s). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Imama, Rosya Noer. 2013. Pengaruh Sosial dan Budaya Serta Pribadi dan Psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kabupaten Jember. *Skripsi*. Jember. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Kosmetika dan Kecantikan. 1980. 10 Juli. *Warta Konsumen*.

- Kusumaningtyas, R. 2009. Hubungan Konsep Diri dengan Minat Membeli Produk Fashion Bermerek Terkenal Pada Remaja. *Skripsi (Tidak diterbitkan)*. Semarang: Fakultas Psikologi UNMES.
- Mahfoedza, Ircham. 2005. *Ilmu Perilaku dan Aplikasinya dalam Masyarakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mappiare. 1982. *Psikologi Remaja*. Surabaya.: Usaha Nasional.
- Marlina. 2012. *Perawatan Wajah. Bu 112 Dasar Rias 4*. Bandung: Pendidikan Kesejahteraan\Keluarga.
- Mustika. 1983. Hubungan Pemakaian Kosmetika dengan Self-Esteem pada Ibu Ibu Rumah Tangga Perum Condong Catur. *Skripsi (Tidak diterbitkan)*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada.
- Natalia & Pramadi. 2011. Daya Tarik Fisik. Online: <http://www.wikipedia.com>.
- Notoatmodjo, S. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pratiwi, Dinda Surya. 2011. Hubungan Konsep Diri Remaja Putri dengan Perilaku Membeli Produk Kosmetik Pemutih Wajah. *Skripsi*. Semarang. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
- Pudjijogyanti, C. 1985. *Konsep Diri Dalam Proses Belajar dan Mengajar*. Jakarta. Studi tentang Pengembangan Pendidikan No.12.
- Retno, I.S. Tranggono. 1996. *Kiat Apik Menjadi Sehat dan Cantik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Reynolds, dkk. 1973. *Introduction to Marketing Management*. Revised Edition. Illinois: Homewood Irvin Inc.
- Santrock, J.W. 2003. *Adolescence, Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam. Jakarta. Erlangga.
- Sarwono, J. 2009. *Statistik Itu Indah*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Setiadi, J.N. 2003. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Kencana.
- Smet, B. 1994. *Psikologi; Kesehatan*. Jakarta. Grasindo.
- Soekadji, S. 1983. *Modifikasi Perilaku Penerapan Sehari-hari dan Penerapan Profesional*. Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.

- Surbakti, MA. Drs, EB. 2008. *Awas Tayangan Televisi Tayangan Misteri dan Kekerasan Mengancam Anak Anda*. Jakarta: P.T. Elex Media Komputindo.
- Suryabrata, S. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tanoto, W. 1999. Perempuan Dalam Dunia Media. (On-line) <http://www.mitrawacanawrc.com>
- Tranggono, Retno, dkk. 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wasitaatmadja, Syarif M. 1997. *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*. Jakarta. Penerbit. Universitas Indonesia.
- Yuswati. 1996. *Tata Rias Kulit*. Yogyakarta: FPTK IKIP Yogyakarta.



IDENTITAS DIRI

Nama/Initial :

Kelas :

Jenis Kelamin :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Kuesioner ini terdiri dari 72 (tujuh puluh dua) pernyataan, setiap pernyataan memiliki empat jawaban yang terletak di sebelah kanan pernyataan dalam tabel.
2. Pilihan jawaban tersebut terdiri dari:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
3. Pilihan dengan memberi tanda centang (√) pada salah satu kotak kosong yang Anda anggap paling sesuai dengan keadaan diri Anda.

Contoh:

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sangat tertarik dengan kosmetik.					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa lebih percaya diri jika menggunakan kosmetik.					
2	Saya malas untuk menggunakan kosmetik karena hasilnya tidak memuaskan.					
3	Dengan menggunakan kosmetik wajah saya lebih menarik.					
4	Saya mengurungkan niat menggunakan kosmetik karena melihat pengalaman dari teman-teman saya mengalami iritasi kulit.					
5	Saya senang menggunakan kosmetik karena dapat merubah penampilan saya.					
6	Meskipun banyak orang yang menggunakan kosmetik, saya belum tertarik untuk menggunakannya.					
7	Saya senang menggunakan kosmetik yang dapat mencerahkan wajah saya.					
8	Saya enggan menggunakan kosmetik karena kulit saya pernah rusak gara-gara kosmetik.					
9	Saya tertarik menggunakan kosmetik dari iklan di televisi.					
10	Saya enggan menggunakan kosmetik karena banyak kosmetik yang beredar.					
11	Saya tertarik untuk menggunakan kosmetik setelah melihat teman-teman menggunakannya.					
12	Saya tidak terpengaruh dengan iklan kosmetik di televisi.					
13	Saya tertarik menggunakan kosmetik untuk mendapatkan kulit yang lebih putih.					
14	Saya tidak mau menggunakan kosmetik karena kandungan kimia yang berbahaya.					
15	Saya tertarik menggunakan kosmetik karena mendengar saran dari dokter.					
16	Setelah menggunakan kosmetik wajah saya menjadi banyak jerawat.					
17	Saya tertarik menggunakan kosmetik karena terpengaruh dari promosi.					
18	Pemberitaan tentang kandungan					

	berbahaya pada kosmetik, membuat saya lebih waspada.					
19	Saya merasa tertarik menggunakan kosmetik karena teruji keamanannya.					
20	Saya enggan menggunakan kosmetik karena usia saya masih muda.					
21	Saya rutin menggunakan kosmetik untuk menunjang penampilan saya.					
22	Saya enggan menggunakan kosmetik karena mereknya terlalu banyak.					
23	Saya kemana-mana selalu menggunakan kosmetik.					
24	Saya enggan menggunakan kosmetik karena saya tidak percaya dengan khasiatnya.					
25	Saya mengetahui beberapa merek produk kosmetik dari ibu/keluarga saya.					
26	Saya mengabaikan saran orang lain mengenai kosmetik merek tertentu, jika saya tidak tertarik untuk menggunakannya.					
27	Saya bertanya pada teman-teman mengenai produk kosmetik sebelum menggunakan.					
28	Pemberitaan yang beredar mengenai kosmetik yang berbahaya, membuat saya takut akan efek samping yang mungkin timbul.					
29	Menurut saya iklan kosmetik di televisi cukup menarik.					
30	Saya jarang memperhatikan iklan yang menawarkan produk kosmetik.					
31	Saya enggan untuk berganti merek produk kosmetik, karena sudah merasa cocok.					
32	Saya terpikir untuk mencoba produk kosmetik dari merek lain, karena produk kosmetik yang saya gunakan ternyata hasilnya tidak memuaskan.					
33	Saya senang menggunakan kosmetik karena saya suka berdandan.					
34	Saya tidak begitu peduli jika teman-teman saya menceritakan kosmetik yang mereka gunakan.					
35	Saya menyukai kosmetik yang saya					

	gunakan, karena hasilnya sangat memuaskan.					
36	Saya enggan menggunakan kosmetik karena tidak punya uang.					
37	Saya menggunakan kosmetik yang sesuai dengan usia saya.					
38	Saya males menggunakan kosmetik karena susah mencari kosmetik yg sesuai dengan kulit saya.					
39	Saya menggunakan kosmetik untuk memikat lawan jenis.					
40	Saya tidak menggunakan kosmetik yang sesuai dengan usia saya, yang penting membuat wajah saya lebih bersih.					
41	Saya menggunakan kosmetik yang memang benar-benar khusus untuk wanita.					
42	Saya menggunakan kosmetik untuk pria juga asalkan cocok dengan saya.					
43	Saya tertarik dengan kosmetik wanita dibandingkan lelaki karena wanginya tidak terlalu menyengat.					
44	Semua produk kosmetik saya gunakan tidak harus punya wanita yang penting tertarik bagi saya.					
45	Saya menggunakan kosmetik agar terlihat lebih cantik.					
46	Meskipun merek kosmetik yang saya gunakan tidak terkenal yang penting bagus buat kulit saya.					
47	Saya menggunakan kosmetik karena mengikuti trend.					
48	Saya berniat menggunakan kosmetik yang menawarkan harga lebih murah.					
49	Saya menggunakan kosmetik karena orang-orang di sekitar saya menggunakannya.					
50	Saya tidak harus menggunakan kosmetik yang teruji keamanannya.					
51	Saya menggunakan kosmetik yang berlabel halal.					
52	Saya tidak harus menggunakan kosmetik yang berlabel halal, yang penting cocok dengan kulit saya.					
53	Dengan uang tabungan saya selalu					

	menggunakan kosmetik yang mahal harganya.					
54	Harga yang mahal membuat saya mengurungkan niat untuk menggunakan kosmetik.					
55	Jika ibu saya memberikan uang saku lebih, saya akan menggunakan produk kosmetik yang saya inginkan.					
56	Saya tetap menggunakan kosmetik yang tidak mahal, karena bagi saya fungsinya sama aja dengan kosmetik yang harganya mahal.					
57	Saya merasa produk kosmetik yang saya gunakan harganya selalu murah, sehingga saya tetap menggunakan produk tersebut.					
58	Seorang teman menceritakan hasil dari produk kosmetik yang digunakannya, membuat saya tertarik menggunakan produk kosmetik yang sama.					
59	Saya sering membandingkan keunggulan dari beberapa produk kosmetik sebelum menggunakannya.					
60	Saya tidak menggunakan kosmetik yang sesuai dengan pendapat orang lain.					
61	Saya menggunakan kosmetik yang sesuai dengan kulit saya.					
62	Saya berganti-ganti kosmetik karena belum mendapatkan kosmetik yang bisa memberikan hasil seperti yang saya harapkan.					
63	Saya percaya bahwa kosmetik dapat merubah penampilan saya semakin modis.					
64	Saya tidak yakin bahwa kosmetik dapat memberikan hasil yang terbaik bagi wajah saya.					
65	Saya semakin tertarik menggunakan produk kosmetik setelah membaca testimonial orang-orang yang telah menggunakan kosmetik tersebut.					
66	Saya tidak akan menggunakan kosmetik jika keluarga saya melarang.					
67	Saya senang menggunakan kosmetik karena kosmetik identik dengan wanita					
68	Saya tetap tidak menggunakan					

	kosmetik, walaupun teman saya memaksa untuk menggunakannya.					
69	Saya mencari informasi mengenai kosmetik yang setelah di survey merupakan produk yang disukai konsumen.					
70	Tampilan yang kurang menarik dari produk kosmetik membuat saya mengurungkan niat untuk menggunakan kosmetik.					
71	Saya lebih terpikat dengan produk kosmetik yang iklannya ada di televisi.					
72	Teman saya menceritakan masalah kulit yang dialaminya setelah menggunakan kosmetik, membuat saya semakin enggan untuk menggunakan kosmetik.					



LAMPIRAN

1. Uji Validitas

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	510,23	2606,999	0,462		0,727
VAR00002	511,03	2612,076	0,323		0,728
VAR00003	510,13	2614,010	0,444		0,728
VAR00004	510,60	2611,938	0,313		0,728
VAR00005	510,85	2621,772	0,224		0,729
VAR00006	510,88	2649,548	-0,013		0,732
VAR00007	510,95	2617,433	0,262		0,729
VAR00008	510,50	2622,256	0,253		0,729
VAR00009	511,13	2590,625	0,540		0,726
VAR00010	510,65	2621,515	0,260		0,729
VAR00011	510,90	2609,015	0,412		0,728
VAR00012	510,53	2627,487	0,192		0,730
VAR00013	510,43	2595,430	0,484		0,726
VAR00014	510,65	2640,900	0,077		0,731
VAR00015	510,00	2633,744	0,189		0,730
VAR00016	510,75	2610,910	0,318		0,728
VAR00017	510,38	2627,471	0,254		0,730
VAR00018	509,78	2642,076	0,096		0,731
VAR00019	510,30	2612,164	0,348		0,728
VAR00020	510,63	2630,394	0,190		0,730

VAR00021	510,70	2599,036	0,481		0,727
VAR00022	510,88	2622,112	0,281		0,729
VAR00023	510,65	2577,156	0,594		0,724
VAR00024	510,60	2632,092	0,166		0,730
VAR00025	510,05	2619,382	0,367		0,729
VAR00026	510,23	2645,358	0,028		0,732
VAR00027	510,10	2603,272	0,461		0,727
VAR00028	510,05	2652,972	-0,050		0,732
VAR00029	510,70	2584,626	0,607		0,725
VAR00030	510,63	2615,471	0,358		0,728
VAR00031	510,00	2652,872	-0,052		0,732
VAR00032	510,58	2613,225	0,340		0,728
VAR00033	510,73	2626,153	0,222		0,730
VAR00034	510,45	2608,664	0,424		0,728
VAR00035	510,28	2606,461	0,378		0,728
VAR00036	510,85	2626,849	0,177		0,730
VAR00037	509,75	2643,526	0,067		0,731
VAR00038	510,70	2615,497	0,283		0,729
VAR00039	510,65	2622,079	0,247		0,729
VAR00040	511,03	2581,102	0,578		0,725
VAR00041	509,88	2620,830	0,328		0,729
VAR00042	511,38	2590,702	0,424		0,726
VAR00043	510,33	2600,071	0,440		0,727
VAR00044	511,30	2599,549	0,346		0,727
VAR00045	509,93	2622,328	0,259		0,729
VAR00046	510,23	2608,846	0,371		0,728

VAR00047	510,05	2610,356	0,296	0,728
VAR00048	511,23	2588,384	0,470	0,726
VAR00049	509,83	2638,763	0,119	0,731
VAR00050	511,10	2586,451	0,487	0,725
VAR00051	509,78	2653,563	-0,065	0,732
VAR00052	511,60	2573,221	0,593	0,724
VAR00053	511,00	2599,538	0,464	0,727
VAR00054	510,50	2612,667	0,357	0,728
VAR00055	510,95	2606,203	0,366	0,728
VAR00056	510,60	2581,477	0,557	0,725
VAR00057	510,70	2587,959	0,536	0,725
VAR00058	510,98	2598,897	0,504	0,727
VAR00059	510,18	2616,148	0,335	0,728
VAR00060	510,53	2616,102	0,331	0,728
VAR00061	509,80	2656,472	-0,112	0,733
VAR00062	510,88	2591,548	0,458	0,726
VAR00063	510,38	2605,574	0,499	0,727
VAR00064	510,65	2633,310	0,145	0,730
VAR00065	510,38	2590,651	0,609	0,726
VAR00066	510,08	2631,353	0,204	0,730
VAR00067	510,63	2614,189	0,281	0,728
VAR00068	510,35	2602,746	0,365	0,727
VAR00069	510,30	2621,292	0,373	0,729
VAR00070	510,58	2591,789	0,479	0,726
VAR00071	510,95	2592,715	0,475	0,726
VAR00072	510,35	2595,259	0,482	0,726

2. Tabel Hasil Validitas

	FAVORABLE	UNFAVORABLE	
PENGETAHUAN	1,3,9,11,13,19	2,4,16	9
PERILAKU	21,23		2
SOSIAL BUDAYA	25,27		2
LINGKUNGAN SOSIAL	29,35	30,32,34	5
DEMOGRAFIS	41,43	40,42,44	5
SOSIO KULTURAL	53,55	46,48,50,52,54,56	8
PRIBADI	57,59,63	58,60,62	6
PSIKOLOGIS	65,69,71	68,70,72	6

43

3. Uji Reabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	145,20	454,062	0,391	0,918
VAR00002	146,00	453,282	0,323	0,918
VAR00003	145,10	456,656	0,375	0,918
VAR00004	145,58	455,584	0,263	0,919
VAR00009	146,10	444,297	0,546	0,916
VAR00011	145,88	449,394	0,484	0,917
VAR00013	145,40	448,246	0,444	0,917
VAR00016	145,73	455,076	0,270	0,919
VAR00019	145,28	457,794	0,246	0,919

VAR00021	145,68	446,174	0,525	0,916
VAR00023	145,63	438,856	0,595	0,915
VAR00025	145,03	456,333	0,377	0,918
VAR00027	145,08	454,481	0,346	0,918
VAR00029	145,68	444,225	0,557	0,916
VAR00030	145,60	455,631	0,339	0,918
VAR00032	145,55	457,536	0,254	0,919
VAR00034	145,43	451,122	0,449	0,917
VAR00035	145,25	454,808	0,294	0,919
VAR00040	146,00	436,103	0,675	0,914
VAR00041	144,85	460,336	0,239	0,919
VAR00042	146,35	438,746	0,526	0,916
VAR00043	145,30	449,703	0,411	0,917
VAR00044	146,28	439,384	0,496	0,916
VAR00046	145,20	449,959	0,419	0,917
VAR00048	146,20	437,497	0,586	0,915
VAR00050	146,08	437,866	0,581	0,915
VAR00052	146,58	433,892	0,660	0,914
VAR00053	145,98	449,769	0,427	0,917
VAR00054	145,48	453,281	0,366	0,918
VAR00055	145,93	451,866	0,344	0,918
VAR00056	145,58	437,276	0,628	0,915
VAR00057	145,68	440,892	0,592	0,915
VAR00058	145,95	447,997	0,505	0,916
VAR00059	145,15	460,233	0,208	0,919
VAR00060	145,50	456,513	0,296	0,918

VAR00062	145,85	443,156	0,490	0,916
VAR00063	145,35	451,823	0,473	0,917
VAR00065	145,35	442,285	0,673	0,915
VAR00068	145,33	451,404	0,323	0,918
VAR00069	145,28	456,871	0,393	0,918
VAR00070	145,55	445,946	0,457	0,917
VAR00071	145,93	444,892	0,484	0,917
VAR00072	145,33	448,789	0,428	0,917

4. Tabel Hasil Reabilitas

	FAVORABLE	UNFAVORABLE	
PENGETAHUAN	1,3,9,11,13	2	6
PERILAKU	21,23		2
SOSIAL BUDAYA	25,27		2
LINGKUNGAN SOSIAL	29	30,34	3
DEMOGRAFIS	43	40,42,44	4
SOSIO KULTURAL	53,55	46,48,50,52,54,56	8
PRIBADI	57,63	58,62	4
PSIKOLOGIS	65,69,71	68,70,72	6

35

5. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Faktor_penggunaan_kosmetik

N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	257,05

	Std. Deviation	25,736
Most Extreme Differences	Absolute	,157
	Positive	,157
	Negative	-,118
Test Statistic		,157
Asymp. Sig. (2-tailed)		,015 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

6. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6,901	1,556		4,435	,000
	PerilakuPenggunaanKosmetik	-,026	,014	-,288	-1,855	,071

a. Dependent Variable: PenggunaanKosmetik

Statistics

		pengetahuan	sosial budaya	psikologis
N	Valid	40	40	40
	Missing	0	0	0
Minimum		30	16	34
Maximum		56	30	56
Sum		1634	905	1748

Frequency Table

pengetahuan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	30	1	2.5	2.5	2.5	
	36	3	7.5	7.5	10.0	
	37	1	2.5	2.5	12.5	
	38	6	15.0	15.0	27.5	
	39	6	15.0	15.0	42.5	
	40	10	25.0	25.0	67.5	
	41	2	5.0	5.0	72.5	
	42	4	10.0	10.0	82.5	
	43	2	5.0	5.0	87.5	
	45	1	2.5	2.5	90.0	
	51	1	2.5	2.5	92.5	
	54	1	2.5	2.5	95.0	
	55	1	2.5	2.5	97.5	
	56	1	2.5	2.5	100.0	
	Total		40	100.0	100.0	

sosial budaya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	2.5	2.5	2.5
	18	3	7.5	7.5	10.0
	20	5	12.5	12.5	22.5
	21	4	10.0	10.0	32.5
	22	6	15.0	15.0	47.5
	23	7	17.5	17.5	65.0
	24	4	10.0	10.0	75.0
	25	4	10.0	10.0	85.0
	26	3	7.5	7.5	92.5
	27	2	5.0	5.0	97.5
	30	1	2.5	2.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

psikologis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	34	1	2.5	2.5	2.5
	35	1	2.5	2.5	5.0
	37	2	5.0	5.0	10.0
	38	2	5.0	5.0	15.0
	39	2	5.0	5.0	20.0
	40	2	5.0	5.0	25.0
	41	4	10.0	10.0	35.0
	42	4	10.0	10.0	45.0
	43	4	10.0	10.0	55.0
	44	3	7.5	7.5	62.5
	45	1	2.5	2.5	65.0

46	2	5.0	5.0	70.0
47	2	5.0	5.0	75.0
48	1	2.5	2.5	77.5
49	5	12.5	12.5	90.0
50	1	2.5	2.5	92.5
51	1	2.5	2.5	95.0
54	1	2.5	2.5	97.5
56	1	2.5	2.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

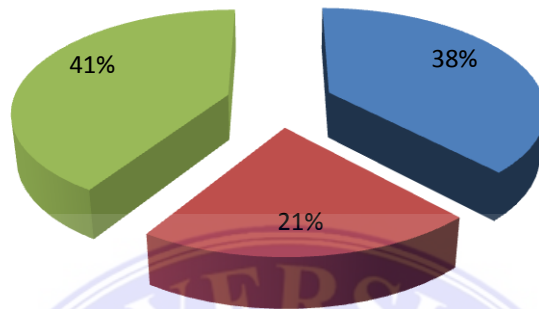
Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
pengetahuan	40	30	56	1634	40.85	5.107
sosial budaya	40	16	30	905	22.62	2.835
psikologis	40	34	56	1748	43.70	5.019
Valid N (listwise)	40					

perbandingan antar faktor

■ a ■ b ■ c



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		VAR00073
N		40
Normal Parameters ^a	Mean	149.08
	Std. Deviation	21.669

Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.140
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.883
Asymp. Sig. (2-tailed)		.417
a. Test distribution is Normal.		

Reliability

Scale: pembelian produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	72

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.8750	.88252	40
VAR00002	3.0750	1.09515	40
VAR00003	3.9750	.76753	40
VAR00004	3.5000	1.13228	40
VAR00005	3.2500	1.14914	40
VAR00006	3.2250	1.18727	40
VAR00007	3.1500	1.14466	40
VAR00008	3.6000	1.00766	40
VAR00009	2.9750	1.04973	40

VAR00010	3.4500	1.01147	40
VAR00011	3.2000	.93918	40
VAR00012	3.5750	1.05945	40
VAR00013	3.6750	1.07148	40
VAR00014	3.4500	.95943	40
VAR00015	4.1000	.77790	40
VAR00016	3.3500	1.14466	40
VAR00017	3.7250	.81610	40
VAR00018	4.3250	.69384	40
VAR00019	3.8000	1.01779	40
VAR00020	3.4750	.93336	40
VAR00021	3.4000	1.00766	40
VAR00022	3.2250	.91952	40
VAR00023	3.4500	1.17561	40
VAR00024	3.5000	.96077	40
VAR00025	4.0500	.78283	40
VAR00026	3.8750	1.04237	40
VAR00027	4.0000	.96077	40
VAR00028	4.0500	.81492	40
VAR00029	3.4000	1.03280	40
VAR00030	3.4750	.90547	40
VAR00031	4.1000	.74421	40
VAR00032	3.5250	1.01242	40
VAR00033	3.3750	.97895	40
VAR00034	3.6500	.92126	40
VAR00035	3.8250	1.08338	40
VAR00036	3.2500	1.17124	40
VAR00037	4.3500	.76962	40
VAR00038	3.4000	1.12774	40
VAR00039	3.4500	1.03651	40
VAR00040	3.0750	1.14102	40
VAR00041	4.2250	.83166	40
VAR00042	2.7250	1.32021	40

VAR00043	3.7750	1.07387	40
VAR00044	2.8000	1.36250	40
VAR00045	4.1750	.98417	40
VAR00046	3.8750	1.04237	40
VAR00047	4.0500	1.23931	40
VAR00048	2.8750	1.24422	40
VAR00049	4.2750	.81610	40
VAR00050	3.0000	1.24035	40
VAR00051	4.3250	.69384	40
VAR00052	2.5000	1.24035	40
VAR00053	3.1000	1.03280	40
VAR00054	3.6000	.98189	40
VAR00055	3.1500	1.12204	40
VAR00056	3.5000	1.17670	40
VAR00057	3.4000	1.10477	40
VAR00058	3.1250	.96576	40
VAR00059	3.9250	.94428	40
VAR00060	3.5750	.95776	40
VAR00061	4.3000	.64847	40
VAR00062	3.2250	1.20868	40
VAR00063	3.7250	.84694	40
VAR00064	3.4500	1.01147	40
VAR00065	3.7250	.93336	40
VAR00066	4.0250	.83166	40
VAR00067	3.4750	1.17642	40
VAR00068	3.7500	1.21423	40
VAR00069	3.8000	.72324	40
VAR00070	3.5250	1.15442	40
VAR00071	3.1500	1.14466	40
VAR00072	3.7500	1.08012	40

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	253.1750	641.533	.448	.896
VAR00002	253.9750	644.281	.304	.897
VAR00003	253.0750	644.943	.432	.897
VAR00004	253.5500	644.254	.393	.898
VAR00005	253.8000	649.190	.302	.899
VAR00006	253.8250	663.122	-.036	.901
VAR00007	253.9000	647.015	.341	.898
VAR00008	253.4500	649.279	.335	.898
VAR00009	254.0750	633.507	.525	.895
VAR00010	253.6000	648.913	.341	.898
VAR00011	253.8500	642.592	.397	.897
VAR00012	253.4750	651.948	.172	.899
VAR00013	253.3750	635.933	.468	.896
VAR00014	253.6000	658.554	.359	.900
VAR00015	252.9500	654.818	.374	.898
VAR00016	253.7000	643.754	.398	.898
VAR00017	253.3250	651.712	.339	.898
VAR00018	252.7250	658.922	.083	.899
VAR00019	253.2500	644.244	.331	.897
VAR00020	253.5750	653.276	.372	.899
VAR00021	253.6500	637.669	.465	.896
VAR00022	253.8250	649.122	.364	.898
VAR00023	253.6000	626.913	.579	.895
VAR00024	253.5500	654.151	.348	.899
VAR00025	253.0000	647.641	.354	.897

VAR00026	253.1750	660.866	.008	.900
VAR00027	253.0500	639.741	.446	.896
VAR00028	253.0000	664.462	-.066	.900
VAR00029	253.6500	630.490	.594	.895
VAR00030	253.5750	645.789	.342	.897
VAR00031	252.9500	664.356	-.067	.900
VAR00032	253.5250	644.769	.322	.897
VAR00033	253.6750	651.199	.304	.898
VAR00034	253.4000	642.400	.409	.897
VAR00035	253.2250	641.461	.359	.897
VAR00036	253.8000	651.754	.354	.899
VAR00037	252.7000	659.703	.052	.899
VAR00038	253.6500	646.028	.363	.898
VAR00039	253.6000	649.221	.328	.898
VAR00040	253.9750	628.846	.563	.895
VAR00041	252.8250	648.404	.313	.897
VAR00042	254.3250	633.866	.402	.896
VAR00043	253.2750	638.256	.423	.896
VAR00044	254.2500	638.346	.322	.897
VAR00045	252.8750	649.292	.341	.898
VAR00046	253.1750	642.610	.353	.897
VAR00047	253.0000	643.590	.374	.898
VAR00048	254.1750	632.610	.451	.896
VAR00049	252.7750	657.358	.304	.899
VAR00050	254.0500	631.638	.468	.896
VAR00051	252.7250	664.666	-.078	.900
VAR00052	254.5500	625.023	.577	.894
VAR00053	253.9500	637.946	.447	.896
VAR00054	253.4500	644.459	.340	.897
VAR00055	253.9000	641.374	.347	.897
VAR00056	253.5500	629.074	.540	.895
VAR00057	253.6500	632.233	.520	.895
VAR00058	253.9250	637.558	.489	.896

VAR00059	253.1250	646.163	.319	.897
VAR00060	253.4750	646.153	.314	.897
VAR00061	252.7500	666.090	-.124	.900
VAR00062	253.8250	634.148	.439	.896
VAR00063	253.3250	640.789	.486	.896
VAR00064	253.6000	654.810	.126	.899
VAR00065	253.3250	633.404	.598	.895
VAR00066	253.0250	653.666	.188	.898
VAR00067	253.5750	645.430	.360	.898
VAR00068	253.3000	639.754	.344	.897
VAR00069	253.2500	648.551	.361	.897
VAR00070	253.5250	634.204	.461	.896
VAR00071	253.9000	634.656	.458	.896
VAR00072	253.3000	635.856	.465	.896