

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Amalia. D. S (2011)	Deskripsi Informasi pengaruh Penggunaan Kosmetik Pemutih Terhadap Kesehatan Kulit Pada Ibu	Observasi ini menggunakan analisa kuantitatif dimana dalam melakukan penelitiannya, penulis menyebarkan kuisioner kepada sampel.	Hasil dari kuesioner tersebut adalah sebagai berikut dari 90 responden terdapat 44 orang yang memiliki informasi baik dan 46 orang memiliki informasi sedang tentang pengaruh penggunaan produk perawatan kecantikan yang cerah terhadap kesehatan kulit
Sukristiani (2014)	Pengetahuan Tentang Produk Perawatan Kecantikan Kesehatan Kulit Wajah Dan Riasan Di Jurusan Jurusan Merancang Bantuan Pemerintah Keluarga Staf Universitas Negeri Padang.	Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif yang jelas, lebih spesifik penelitian yang digunakan untuk memeriksa populasi/tes tertentu,bermacam-macam informasi menggunakan instrumen penelitian, penyelidikan informasi adalah kuantitatif/terukur, (Sugiyono, 2006:85).	Secara umum informasi tentang mahasiswa Departemen Kesejahteraan Rombongan Universitas Negeri Padang Tahun 2013 tentang produk perawatan kecantikan manajemen kesehatan kulit wajah dikenang untuk kelas yang kurang (80,00%), kelas sedang (18,57%), klasifikasi besar (1,43%).
Mulawarman dan Nurfitri (2017)	Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan.	Pencipta ingin membahas mengenai tentang otoritas media online menurut sudut pandang dalam menerapkan ilmu sosial dengan kepercayaan bisa menambah pengetahuan dan perilaku penggunaan media online menjadi lebih baik dengan diri mereka sendiri, jaringan serta perusahaan	Perilaku manusia berkembang maju semakin tak terpisahkan dari (kenyataan) dunia maya layak dipertimbangkan asli, sehingga dalam setiap mata pelajaran media online berperilaku. Yang mana telah dirujuk di atas dapat ditindaklanjuti menjadi pemikiran penelitian untuk pecinta penelitian otak sosial secara khusus.

B. Landasan Teori

1. Definisi Kosmetik

Arti kosmetik diciptakan dari bahasa Yunani “kosmetiko” yaitu sebuah kecakapan merias atau mengatur. Menurut (Wasitaatmadja, 1997) pengertian kosmetik yang juga dijelaskan dalam Peraturan Menkes Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 1998 ditegaskan, *“Produk perawatan kecantikan merupakan kombinasi bahan atau bahan untuk digosok, dimasukkan, dituangkan, ditaburkan, dicipratkan, dimasukkan ke dalam, dimanfaatkan pada tubuh atau bagian dari tubuh manusia yang bertekad untuk membersihkan, menjaga, meningkatkan kualitas menarik atau penampilan yang berkembang, memastikan agar tetap dalam kondisi baik, namun tidak diharapkan untuk menyembuhkan atau mengobati penyakit.”*

Arti kosmetik tidak diartikan untuk menyembuhkan atau mengobati kelainan dalam kulit. Pernyataan itu mengandung arti bahwa pemakaian kosmetik tidak dimaksudkan agar mempengaruhi struktur dan menimbulkan efek yang fatal bagi kulit. Menurut (Tranggono dan Latifah 2007) alasan mendasar untuk melibatkan produk perawatan kecantikan dalam budaya saat ini ialah untuk kebersihan individu, memperluas daya pikat melalui make-up, melindungi rambut dan kulit dari bahaya sinar matahari, kontaminasi dan variabel ekologi lainnya, mencegah penuaan.

Kosmetik merupakan produk yang sangat bermanfaat karena memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat, kosmetik juga mampu untuk menjaga dan merawat kulit baik didalam lapisan kulit maupun dipermukaan kulit (Ferrinadewi, 2005).

2. Kandungan Kosmetik

Banyaknya bahan berbahaya yang digunakan sebagai komponen pada kosmetik membuat wanita remaja harus memahami komposisi yang digunakan. Berikut merupakan bahan kimia atau komposisi yang sering diupai dalam komponen kosmetik di iklan media sosial dan bahan ini sudah terbukti tidak aman bagi kesehatan menurut beberapa penelitian :

a. Ammonium Lauryl Sulfate (ALS) dan Sodium Lauryl Sulfate (SLS)

Bahan SLS dan ALS kerap disebut terbuat dari sari buah kelapa guna meminimalisir zat berbahaya yang terdapat di dalamnya. Bahan tersebut kerap dipakai guna bahan shampo, sabun mandi, sabun wajah, pembersih badan dan pasta gigi. ALS dan SLS juga dapat menimbulkan efek iritasi kulit atau radang yang cukup berat dan kedua zat ini dapat dengan mudah diserap ke dalam tubuh. Selepas bahan tersebut digunakan maka bahan ini akan masuk dan mengendap dalam tubuh. Endapan bahan ini akan terurai dan masuk ke paru paru, jantung, otak, dan hati yang berimbas menimbulkan masalah kesehatan jangka panjang. ALS dan SLS menjadi salah satu penyebab penyakit katarak dan gangguan kesehatan mata (Pangaribuan, 2017)

b. Bahan Pengawet Paraben

Paraben ditemukan terutama pada deodoran, kosmetik dan beberapa produk perawatan kulit lainnya yang sering digunakan oleh masyarakat. Paraben dapat menimbulkan reaksi alergi dan kemerahan pada kulit. Observasi terakhir di Inggris menyatakan bahwa adanya pengaruh antara pemakaian paraben dengan peningkatan kanker payudara pada perempuan (Fitryane, 2011)

c. Propylene Glycol

★ Propylene glycol sering didapati di berbagai alat kosmetik, alat rias dan pencuci muka. Propylene glycol bisa menimbulkan ruam pada kulit dan dermatitis sentuhan. Terdapat penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa zat tersebut bisa berdampak ginjal dan hati (Pangaribuan, 2017).

d. Isopropyl Alcohol

Alkohol umumnya dipakai guna melarutkan di kebanyakan alat perawatan kulit. Isopropyl lcohol bisa menimbulkan iritasi kulit dan sehingga kuman bisa berkembang biak dengan lancar. Selain itu, dampak alkohol pada kulit juga bisa menimbulkan penuaan dini.

e. TEA (Triethanolamine), MEA (Monoethanolamine) dan DEA (Diethanolamine)

DEA, MEA, TEA sering digunakan di alat kecantikan dan produk perawatan kulit. DEA, MEA, TEA tidak baik, bisa menimbulkan reaksi alergi dan jika digunakan dalam jangka yang lama bisa memunculkan resiko tumbuhnya kanker ginjal dan hati.

f. Aluminium

Bahan ini kerap dijumpai pada komposisi minyak wangi. Aluminium terbilang berkaitan dengan penyakit Alzheimers atau pikun.

g. Minyak Mineral

Bahan baku ini diproduksi untuk dipakai sebagai bahan baku produk kosmetik dan krim tubuh. Minyak bayi biasanya diproduksi dengan komposisi 100% minyak mineral. Minyak mineral bisa memproteksi kulit sehingga penguapan uap dari kulit jadi terhambat. Kejadian tersebut bisa menimbulkan masalah kulit seperti jerawat dan lainnya.

3. Tujuan Penggunaan Kosmetik

Menurut Mora (2017) Tujuan dari penggunaan kosmetik adalah :

- a. Menjaga kulit dari efek buruk pengaruh luar contohnya paparan surya, iklim yang berubah.
- b. Mencegah lapisan kulit luar kering, terutama untuk individu yang berada di wilayah dengan cuaca sejuk seperti daerah perbukitan yang sering mendung tertutup kabut.
- c. Mengantisipasi kulit mudah keriput dan kering yang disebabkan oleh alat kecantikan masuk ke dalam bagian luar yang mendistribusikan bahan aktif kepada lapisan dalam.
- d. Memperbaiki kondisi kulit seperti kulit berminyak, kulit normal, dan kulit kering.
- e. Menjaga kulit tetap pada kondisi kulit yang kencang
- f. Mengubah penampilan setelah menggunakan kosmetik.

4. Penggunaan Kosmetik

Menurut Nadya Berliana (2018) Efek samping yang dihasilkan dari penggunaan kosmetik menimbulkan kekhawatiran bagi pengguna kosmetik. Namun informasi mengenai dampak penggunaan masih kerap kurang ditampilkan. Di sisi lain, pengguna bertumbuh dan informasi mengenai produk kosmetik sangatlah dari masa ke masa. Jika informasi mengenai efek samping kosmetik dihadirkan data tidak dapat memenuhi persyaratan saat ini. Sebagian dari dampak korektif pada tubuh adalah:

- a. Batasan kepekaan dan gangguan sentuhan, pengaruh kontak kulit dengan bahan restoratif yang memiliki kepekaan atau gangguan.
- b. Produk perawatan kecantikan peradangan kulit, efek sentuhan kulit dengan bahan korektif yang memiliki sifat acnegenik atau penyebab acne.
- c. Berbagai jenis respons kulit dapat terjadi, meskipun jarang atau bahkan akhir-akhir ini normal.

5. Faktor yang mempengaruhi penggunaan kosmetik.

Teori mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen telah dikemukakan oleh beberapa ahli, salah satunya oleh Kotler (2000), menyatakan bahwa konsumen tidak membuat keputusan dalam sesuatu yang hampa, akan tetapi mereka dipengaruhi oleh beberapa faktor penting yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis. Seperti teori Kotler yang di kemukakan diatas bahwa terdapat 4 faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan konsumen yaitu:

- a. Faktor Budaya

Faktor budaya mempengaruhi pengaruh yang paling luas dan paling dalam didalam faktor budaya, terdapat sub faktor lainnya, yaitu budaya, sub budaya, dan kelas sosial. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Sub budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Sedangkan kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen.

Berdasarkan hasil penelitian dari Fathor (2011) yang menyatakan bahwa faktor budaya tidak berpengaruh secara signifikan, karena pembelian suatu produk tidak berkaitan dengan faktor budaya. Namun sub faktor kelas sosial merupakan faktor yang berkaitan dengan keputusan pemilihan kosmetika perawatan wajah, dimana letak kelas sosial seseorang menimbulkan perbedaan dalam keputusan pemilihan suatu produk.

b. Faktor sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial. Didalam faktor sosial terdapat sub faktor yaitu kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial masyarakat

Dalam hasil penelitian Fathor (2011) dan Agung (2017), faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap pemilihan kosmetik. Dalam hasil penelitian Nadiastika (2016), dimana sub faktor kelompok acuan merupakan salah satu faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap pemilihan. Didalam trend dunia kecantikan sekarang ini, terdapat kelompok acuan yang biasa disebut *beauty vlogger*, dimana kelompok acuan ini berpengaruh besar terhadap keputusan pemilihan kosmetika perawatan wajah

c. Faktor pribadi

★ Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh faktor pribadi. Faktor pribadi tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, gaya hidup serta kepribadian.

Berdasarkan hasil penelitian Fathor (2011), mengatakan faktor pribadi merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik. Dimana usia, pekerjaan dan gaya hidup merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan pemilihan konsumen, unsur pekerjaan dan gaya hidup berkaitan erat dengan tingkat ekonomi seseorang. Hal ini akan menjadi pertimbangan pemilihan produk seperti apa yang didasarkan tingkat ekonomi seseorang;

d. Faktor psikologis

Pemilihan seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama. Faktor yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

Berdasarkan hasil penelitian Fathor (2011) dan lilis (2017) faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang berpengaruh besar dalam keputusan pemilihan seseorang, dimana motivasi dan pengetahuan merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada pemilihan konsumen. Dalam faktor psikologis, faktor pengetahuan merupakan faktor yang paling berpengaruh. Menurut Danang Sunyoto (2013), perilaku konsumen menyatakan bahwa keputusan konsumen mengenai tingkat pembelian produk akan ditentukan oleh pengetahuannya.

Sebagai konsumen seharusnya memiliki pengetahuan yang baik mengenai kosmetika. Sebelum pengetahuan yang memadai tentang produk kosmetik, seharusnya diikuti dengan pengetahuan yang memadai tentang produk kosmetik, seperti hal hal berikut, apa fungsi dari produknya, bagaimana cara penggunaannya, adakah bahan bahan berbahaya yang dapat merusak kulit dan berdampak terhadap kesehatan pada jangka panjang? Cocokkah jenis produk kosmetik tersebut dengan jenis kulit? Kapan batas kadaluarsa produknya.

6. Sikap

Sikap (attitude) merupakan respons tertutup seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi yang bersangkutan (senang – tidak senang, setuju – tidak setuju, baik – tidak baik dan sebagainya) (Notoatmodjo, 2012). Komponen pokok sikap itu terdiri dari tiga komponen pokok antara lain : kehidupan emosional atau evaluasi faktor emosi orang tersebut terhadap objek.

- a. Kepercayaan atau keyakinan, ide, dan konsep terhadap objek, artinya bagaimana keyakinan, pendapat atau pemikiran seseorang terhadap objek

- b. Kecenderungan untuk bertindak, artinya sikap adalah komponen yang mendahului tindakan atau perilaku terbuka. Sikap merupakan anjang anjang untuk bertindak atau berperilaku terbuka.
- c. Ketiga komponen bersama sama membentuk sikap yang utuh. Dalam menentukan sikap yang utuh ini, pengetahuan, pikiran, keyakinan, dan emosi memegang peranan penting. Seperti halnya pengetahuan, sikap juga memiliki tingkat berdasarkan intensitasnya. Pengukuran aspek sikap dapat menggunakan skala *likert*. Pengukuran tingkat sikap seseorang dapat dikategorikan sebagai berikut : terdapat tiga kategori yaitu sikap responden dinyatakan positif ketika responden memiliki nilai 75-100%. Sikap responden dinyatakan netral ketika responden memiliki nilai 56-74%. Sikap responden dinyatakan negatif ketika responden memiliki nilai < 55%. Pengukuran sikap dapat diukur secara langsung maupun tidak langsung. Pengukuran secara langsung juga dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan pertanyaan tentang suatu objek dengan cara memberikan pendapat menggunakan kata “setuju” atau “tidak setuju” terhadap pertanyaan yang diajukan dengan menggunakan skala *likert* (Notoatmodho,2012).
- d. Sosial budaya.

Sosial budaya merupakan suatu kebiasaan atau kepercayaan pada masyarakat terhadap pengalaman yang terjadi dimasa lalu, pengaruh teman pada lingkungan yang sama maupun pengaruh dari keluarga. Penggunaan kosmetik pada era sekarang tidak lagi diartikan menjadi bagian dari budaya melainkan sudah dijadikan teman dalam berkehidupan. Dengan adanya tindakan merias diri sebagai bagian dari gaya hidup, citra seseorang hingga menjadi stimulus pada peningkatan kualitas hidup.

7. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu pada seseorang yang merupakan penginderaan yang dimiliki terhadap objek. Manusia memiliki penginderaan yang terdiri dari indera penciuman, pendengaran, penglihatan, rasa dan raba. Pengetahuan yang kognitif merupakan domain

yang penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (Notoatmodjo,2012). Pengukuran aspek pengetahuan dapat menggunakan skala guattman. Pengukuran tingkat pengetahuan seseorang dapat dikategorikan sebagai berikut : pengetahuan responden dinyatakan baik ketika responden memiliki nilai 75-100%. Pengetahuan responden dinyatakan cukup ketika responden memiliki nilai 56-74%, pengetahuan responden dinyatakan kurang ketika responden memiliki nilai <55%.

a. Tahu

Tahu merupakan bagian dari mengingat materi yang sebelumnya telah dipelajari. Termasuk juga mengingat kembali sesuatu yang spesifik dari seluruh hal yang dipelajari dengan cara menyebutkan, menguraikan dan mendefinisikan.

b. Memahami

Memahami merupakan suatu kemampuan untuk menjelaskan dengan tepat suatu objek yang diketahui dan menginterpretasikan materi secara benar, contohnya dapat menjelaskan mengapa harus mengetahui jenis kulit sebelum membeli kosmetik

c. Aplikasi

Aplikasi merupakan suatu kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi yang sebenarnya. Aplikasi dapat diartikan sebagai pengguna hukum hukum, rumus, metode, prinsip dan sebagainya dalam konteks atau situasi lain.

d. Analisis

Analisis adalah kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen tetapi masih dalam satu organisasi yang sama.

e. Sintesis

Sintesis merupakan kemampuan untuk menghubungkan bagian bagian yang dalam suatu bnetuk keseluruhan yang baru, dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi yang sudah tersedia.

f. Evaluasi

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu penelitian yang dilandaskan atas suatu kriteria baik yang sudah tersedia maupun ditentukan sendiri. Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan suatu wawancara atau pengisian angket yang menanyakan tentang isi materi yang ingin diukur subjek penelitian.

8. Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Terdapat faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang diantaranya menurut (Notoatmodjo,2007)

a. Pendidikan

Pendidikan merupakan usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan seseorang baik di dalam maupun di luar sekolah yang berlangsung seumur hidup. Proses pendidikan berhubungan dengan proses belajar, semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Proses mendapatkan informasi dapat dilakukan melalui orang lain maupun media massa. Semakin banyak informasi yang diperoleh, semakin banyak pengetahuan yang diperoleh.

b. Media massa

Dengan adanya informasi yang didapatkan, baik melalui pendidikan maupun media massa mampu menghasilkan peningkatan pengetahuan. Oleh karena itu dengan adanya informasi yang baru mampu menjadi landasan kognitif untuk terbentuknya pengetahuan akan hal tersebut.

c. Sosial budaya dan ekonomi

Suatu tradisi yang dilakukan orang-orang tanpa menggunakan penilaian apakah yang dilakukan baik atau buruk, dapat memberikan pengetahuan dari seseorang walaupun tidak melakukannya. Tingkat ekonomi seseorang juga akan mempengaruhi pengetahuan seseorang. Hal ini terkait dengan fasilitas yang dibutuhkan untuk suatu kegiatan tertentu.

d. Lingkungan

Lingkungan akan mempengaruhi proses masuknya pengetahuan terhadap individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini menyebabkan interaksi timbal balik yang akan direspon atau tidak sebagai sebuah pengetahuan tiap individu.

e. Pengalaman

Adanya pengalaman, baik yang didapatkan dari pengalaman pribadi maupun orang lain mampu menambah pengetahuan seseorang.

f. Usia

Usia berhubungan dengan daya tangkap dan pola pikir individu. Oleh karena itu semakin bertambahnya usia, maka semakin berkembangnya daya tangkap dan pola pikirnya serta pengetahuan yang didapat semakin baik. Semakin dewasa usia seseorang, maka akan semakin bijak dan informasi yang didapatkan semakin banyak yang akan menambah pengetahuan (Cuwin, 2009).

9. Pendidikan

Pengertian tingkat pendidikan tingkat menurut KBBI adalah susunan yang berlapis lapis. Tinggi rendahnya kedudukan, jabatan dan sebagainya. Tingkat merupakan suatu pangkat, kedudukan, lapisan atau kelas suatu susunan. Dimana tingkat sangat penting dalam kedudukan yang menandakan bahwa adanya suatu perbedaan tinggi rendahnya suatu posisi. Dengan kata lain tingkat merupakan pemisah antara posisi yang tinggi dengan yang rendah karena tingkat dapat dikatakan pemisah. Menurut UU SISDIKNAS No.20 (2003). Indikator tingkat pendidikan terdiri dari jenjang pendidikan dan kesesuaian jurusan, terdiri dari

Jenjang pendidikan :

- a. Pendidikan dasar : jenjang pendidikan awal selama 9 tahun pertama masa sekolah anak-anak yang melandasi jenjang pendidikan menengah.
- b. Pendidikan menengah : jenjang pendidikan lanjutan pendidikan dasar.

- c. Pendidikan tinggi : jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program sarjana, magister, doktor dan spesialis yang disenggarakan oleh perguruan tinggi.

10. Kreatifitas iklan

Mempromosikan adalah pemberitahuan yang dipandang unik, bersertifikat, tidak meniru, iklan yang mengejutkan, mengejutkan, tidak terduga, penuh kepentingan dan dapat mempengaruhi perasaan. Promosi iklan membuat orang banyak fokus pada iklan secara mendalam dan detail. Publikasi inventif adalah promosi yang unik dalam kaitannya dengan sebagian besar iklan yang muncul di berbagai media. Iklan yang membosankan tidak dapat memasuki gerombolan promosi yang serius dan tidak dapat menarik perhatian pembeli.

11. Daya tarik iklan

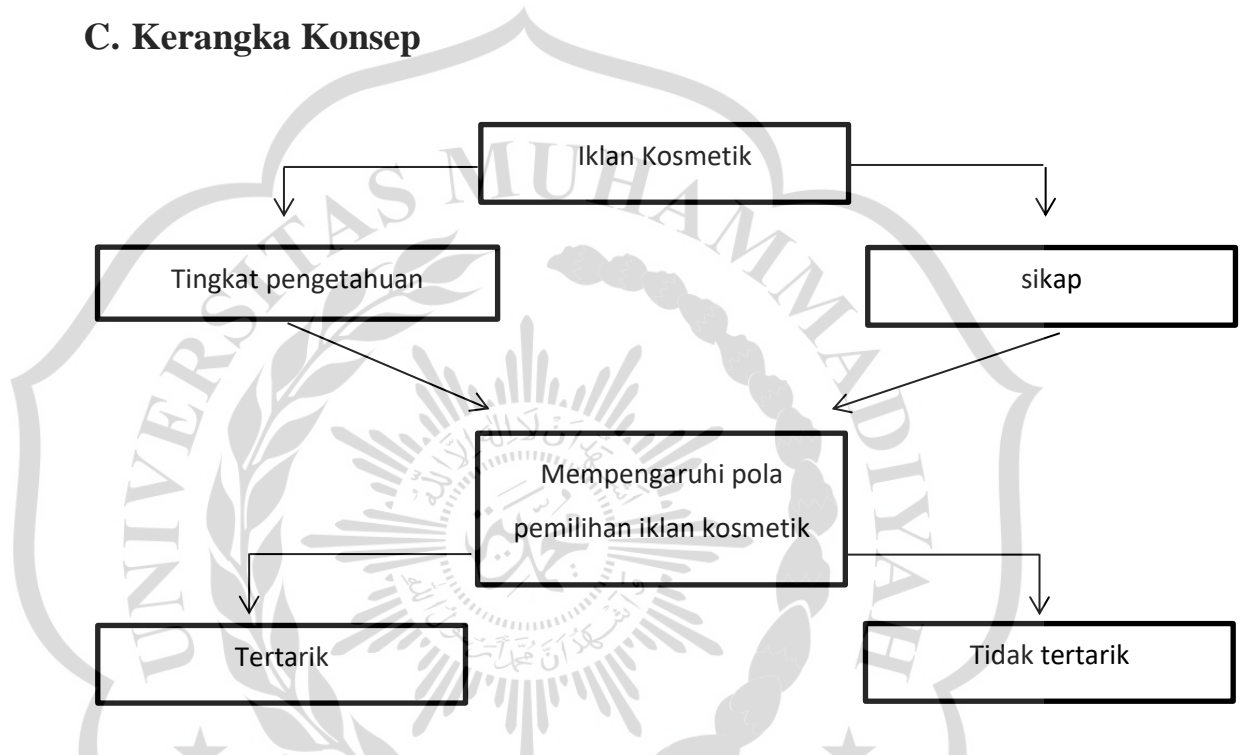
Iklan yang menarik merupakan iklan yang memiliki daya pikat konsumen (*audience*) target. Pesan yang dikeluarkan bisa dibuat dengan model menyampaikan yang unik yaitu dengan memperlihatkan: video keseharian seseorang atau golongan pola hidup seseorang, minat terkait barang, perasaan (*mood*) atau kualitas barang. Nada guna menghidupkan penyampaian, simbol kepribadian guna mewujudkan ciri khas yang memewahkan barang, memperhatikan kecakapan dan histori instansi dalam membuahakan produk bukti otentik keutamaan barang, bukti kesaksian dari orang orang terkenal.

Memilih iklan yang bagus yang paling baik dari yang dibuat biasanya membutuhkan ariset konsumen. Ketentuan penilaian mencakup diharapkan kemewahan dan terpercaya. Daya tarik tersebut awalnya wajib dapat menaikan kesan yang baik dan memunculkan keinginan konsumen.

Iklan yang ditampilkan unik dan berbeda dari yang lain. Yang terpenting dari atraksi ini adalah iklannya harus faktual atau dapat dipercaya. Sedangkan daya pikat yang digunakan dalam periklanan harus memiliki tiga ciri meliputi bermakna, artinya pesan iklan memberikan

adanya manfaat yang membuat konsumen lebih menaksir atau lebih tertarik, distinctive atau berbeda yaitu pesan iklan yang membuatnya khas dan lebih baik dari iklan produk sejenis lainnya, believable atau dapat dipercaya, yaitu pesan iklan menampakan kepercayaan (Fachrunnisa, 2017).

C. Kerangka Konsep



Gambar 2. 1 Kerangka Konsep

D. Hipotesis

Menurut (Sugiyono,2013) hipotesis merupakan respon singkat terhadap perincian rumusan masalah, sehingga dengan sifatnya yang fana, penting untuk menunjukkan realitasnya melalui informasi yang dihasilkan. Hipotesis pada penelitian ini adalah H_a dan H_o terhadap variabel tingkat pengetahuan dan sikap terhadap pola pemilihan kosmetik dimedia sosial.

1. Ada hubungan antara tingkat pengetahuan dan pola pemilihan kosmetik di media sosial (H_a).
2. Tidak ada hubungan antara tingkat pengetahuan dengan pola pemilihan kosmetik di media sosial (H_o).

3. Ada hubungan antara sikap dengan pola pemilihan kosmetik di media sosial (Ha).
4. Tidak ada hubungan antara sikap dengan pola pemilihan kosmetik dimedai sosial (Ho).

