

PENGARUH SIKAP DAN GAYA HIDUP TERHADAP PEMILIHAN PRODUK PERAWATAN KULIT WAJAH TIDAK BERMASALAH PADA MAHASISWA JURUSAN TATA RIAS DI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Vicky Ferilosmia Andriani

S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

vickyferomua@gmail.com

Mutimmatul Faida

Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

genfida@yahoo.com

Abstrak: Sikap profesional yang harus dimiliki oleh mahasiswa Tata Rias salah satunya adalah menunjukkan etika berpenampilan diri yang baik, dimulai dengan menjaga dan merawat kulit wajah. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan perawatan kulit wajah diantaranya adalah sikap dan gaya hidup dari konsumen. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Adakah pengaruh sikap dan gaya hidup terhadap pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah pada mahasiswa jurusan pendidikan Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa perempuan jurusan pendidikan Tata Rias angkatan 2012-2014 berjumlah 160 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan metode sampling Insidental berjumlah 125 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa lembar pertanyaan pilihan ganda dan angket sikap, gaya hidup, dan pemilihan produk perawatan kulit. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji secara simultan atau bersama-sama menunjukkan bahwa sikap dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan pada pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah yang dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan nilai koefisien determinasi berganda sebesar 0,307 yang berarti 30,7% dari perubahan nilai variabel pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah dipengaruhi oleh sikap dan gaya hidup.

Kata Kunci: Sikap, Gaya Hidup, Pemilihan Produk Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Tidak Bermasalah.

Abstract: The one of professional attitude which owned by Beauty and Health college student is to show a good personal appearance attitude, started from care and treatment the face skin. Among of factors influences the selections of face skin treatment are attitude and life style of the consumers. The problem formulations in this research: "are there any influence of attitude and life style toward selection of normal face skin treatment on college student of Health and Beauty Department in State University of Surabaya." The purpose of this research is to figure out how the influence of attitude and life style toward selection of normal face skin treatment on college student of Health and Beauty Department in State University of Surabaya. Population of this research are women college student of Health and Beauty Education Department academic year 2012-2014 as many 160 students. The sample using the method of sampling incidental for 125 students. Data collections are primary and secondary. Data analysis technique used is multiple linier regression. Based on analysis results of trials simultaneously show that the attitude and lifestyle simultaneously have a significant effect can be seen from the value of the $0,000 < 0,05$ with the value of coefficient of determination and through augmented by 0,307 which means 30,7% of the changes in variables the selection of normal face skin treatment affect by the attitude and lifestyle.

Keywords: attitude, life style, selection of normal face skin treatment cosmetic product

PENDAHULUAN

Wanita selalu ingin tampil cantik dan menarik. Salah satu carayang digunakan untuk meningkatkan penampilan diri dengan penggunaan kosmetik berdasarkan naluri alamiahnya yang senantiasa ingin tampil cantik, sehingga mereka selalu bereksperimen dalam menggunakan kosmetika yang tepat untuk dapat menonjolkan kecantikannya. Seiring dengan perkembangan zaman fungsi penggunaan kosmetikpun mulai berubah tidak hanya bertujuan sebagai penambah daya tarik, kosmetik saat ini juga bertujuan untuk melindungi, dan memperbaiki kesehatan kulit sehingga mampu meningkatkan rasa percaya diri, perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan sinar UV, polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan, serta secara umum membantu seseorang lebih menghargai dan menikmati hidup. Hal tersebut kemudian memunculkan anggapan bahwa dengan menggunakan kosmetik yang baik dan benar maka, kebersihan dan kesehatan kulit wajah yang dimiliki oleh setiap orang terutama wanita akan meningkat.

Sesuai dengan visi dan misi dari jurusan PKK yang secara garis besar bertujuan untuk menghasilkan tenaga profesional di bidangnya, menuntut para mahasiswa untuk bersikap lebih profesional. Sikap profesional yang harus dimiliki oleh mahasiswa Tata Rias salah satunya adalah dengan menunjukkan etika berpenampilan diri yang baik. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Hakim, dkk (2001) Etika profesi atau tata tertib jabatan adalah suatu sistem etik perilaku yang berlaku dalam profesi tersebut. Salah satu cara untuk mewujudkan hal tersebut adalah penggunaan kosmetika yang baik dan benar sehingga penampilan diri yang sesuai dengan standar profesionalisme akan tercapai secara maksimal. Sebagai seorang yang ahli di bidangnya, mahasiswa Pendidikan Tata Rias harus dapat mengetahui jenis kosmetik yang sesuai dengan kebutuhan kulitnya, sehingga nantinya dia dapat menerapkan dalam pekerjaan yang ditekuni. Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa penggunaan kosmetik yang baik dan benar akan menunjang etika penampilan diri seorang yang profesional dalam bidang Tata Rias.

Perkembangan *trend* penggunaan kosmetik perawatan kulit wajah khususnya pada mahasiswa jurusan Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya tidak bisa kita abaikan, kesalahan dalam penggunaan kosmetik akan menimbulkan kerugian bagi pemakai kosmetik itu sendiri, memilih kosmetik yang tepat adalah kunci menjaga kulit tetap sehat. Maka bersikap lebih selektif dalam memilih kosmetik yang tepat bagi diri sendiri adalah hal yang mutlak untuk dilakukan.

Sikap yang baik dan benar dalam pemilihan kosmetik perawatan wajah sangatlah penting. Bentuk dari sikap terhadap produk dan jasa adalah keputusan akan membeli atau tidak membeli. Jadi dapat disimpulkan bahwa sikap

yang positif terhadap pemilihan kosmetik akan memberikan respon yang positif terhadap pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah yang digunakan oleh mahasiswa jurusan Pendidikan Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya.

Sikap dapat dianggap sebagai kecenderungan para mahasiswa untuk bertindak dengan cara tertentu khususnya dalam pemilihan produk perawatan kulit wajah. Sehingga apabila seseorang tidak memiliki sikap yang baik maka akan terdapat perbedaan hasil terhadap harapan pada kosmetik perawatan kulit wajah yang digunakan.

Faktor lain yang memiliki peran penting dalam pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah adalah gaya hidup dari mahasiswa. Pada prinsipnya gaya hidup adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa gaya hidup juga mempengaruhi seseorang dan akhirnya menentukan pilihan konsumsiterhadap kosmetik perawatan kulit wajah

Pada wawancara awal yang dilakukan pada bulan Oktober 2015, kepada beberapa mahasiswa Pendidikan Tata Rias di Jurusan PKK Universitas Negeri Surabaya, peneliti mengambil kesimpulan sementara bahwa gaya hidup yang dimiliki mahasiswa dalam pemilihan perawatan kulit wajah tidak sesuai dengan kebutuhan diri mereka sendiri, sekitar 20 dari 50 informan yang mengatakan bahwa ketertarikan (*interest*) dan pendapat (*opinion*) tentang produk dan, pemilihan produk perawatan kulit wajah yang mereka gunakan lebih banyak karena mengikuti trend yang ada, secara tidak langsung unsur coba-coba lebih sering dijadikan acuan dibandingkan kebutuhan. Sehingga banyak informan yang pada awalnya memiliki kulit tidak bermasalah menjadi sensitif atau bahkan berjerawat dan memiliki banyak masalah kulit lainnya.

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

“ Untuk mengetahui bagaimana pengaruh sikap dan gaya hidup terhadap pemilihan produk kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah pada mahasiswa jurusan Pendidikan Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya”

Sikap

Schiffman dan Kanuk (2008), mengungkapkan bahwa sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu. Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Ferrinadewi (2008), dimana sikap merupakan hasil dari

bagaimana kita berpikir, merasa dan bertindak terhadap objek tertentu dalam lingkungan. Noel (dalam Kokoi, 2011), mendefinisikan sikap secara umum sebagai evaluasi terhadap suatu objek sikap. Sebuah objek sikap dapat berupa orang, objek, iklan atau isu yang kuat terhadap perasaan konsumen. Hal senada dikemukakan oleh Solomon (2007), bahwa sikap dapat juga dideskripsikan sebagai tolak ukur untuk mengevaluasi suatu objek atau produk secara positif maupun negatif. Bentuk dari sikap terhadap produk dan jasa seringkali berupa keputusan akan membeli atau tidak membeli.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan bentuk perilaku seseorang terhadap suatu objek tertentu.

Gaya Hidup

Engel dkk (1994), mendefinisikan gaya hidup sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi di mana motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi dan variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen. Hal senada diungkapkan oleh Kotler (2005), menjelaskan bahwa gaya hidup menunjukkan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Pada prinsipnya gaya hidup adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup mempengaruhi seseorang dan akhirnya menentukan pilihan konsumsi seseorang. Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan dari Solomon (2007), yang mengungkapkan bahwa dalam arti ekonomi, gaya hidup merupakan salah satu cara seseorang untuk mengalokasikan pendapatan, relatif baik dari segi alokasi untuk produk dan layanan yang berbeda, dan untuk alternatif dalam kategori tertentu.

Dari berbagai pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup merupakan cara hidup seseorang di mana orang tersebut menghabiskan waktu dan uangnya.

Pengaruh Sikap dan Gaya Hidup terhadap Pemilihan Produk

Schiffman dan Kanuk (2008), mengungkapkan bahwa sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu. Hal senada dikemukakan oleh Solomon (2007), bahwa sikap dapat juga dideskripsikan sebagai tolak ukur untuk mengevaluasi suatu objek atau produk secara positif maupun negatif. Bentuk dari sikap terhadap produk dan jasa seringkali berupa keputusan akan membeli atau tidak membeli. Pernyataan tersebut juga sejalan dengan yang

diungkapkan oleh Kotler and Keller (dalam Kokoi, 2011), bahwa sikap terbentuk dari pengalaman dan pembelajaran, dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian. Sikap juga dapat terbentuk berdasarkan penelitian, konsumen dapat membaca ulasan tentang sebuah produk yang menarik dan mendiskusikannya dengan teman-temannya dan membentuk sikap berdasarkan pada informasi yang diperoleh. Sikap mungkin juga terbentuk dari perasaan. Konsumen mungkin membentuk sikap pada sebuah produk berdasarkan pengalamannya.

Kotler dan Keller (dalam Kokoi, 2011), mengungkapkan bahwa meskipun orang berasal dari budaya yang sama, sub-budaya dan kelas sosial yang sama, dan mereka memiliki persamaan dalam hal pendidikan dan pekerjaan, mereka mungkin masih memiliki gaya hidup yang sangat berbeda. Cara individu hidup sebagian besar dipengaruhi oleh apakah dia memiliki uang yang terbatas atau waktu yang terbatas. Konsumen yang uangnya terbatas cenderung sadar harga, sedangkan orang dengan waktu terbatas cenderung *multitasking*, yaitu, melakukan dua atau lebih hal secara bersamaan. Untuk orang yang memiliki waktu terbatas, mereka cenderung lebih mementingkan waktu daripada uang, sehingga mereka sering bersedia membayar lebih untuk produk maupun layanan yang mereka inginkan.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa sikap dan gaya hidup akan berpengaruh pada pemilihan produk kosmetik, yaitu produk kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah.

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Variabel yang terdapat pada penelitian ini yaitu Sikap (X1), Gaya Hidup (X2) dan pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Tata Rias Universitas Negeri Surabaya angkatan tahun 2012 s/d 2014, sejumlah 160 mahasiswa. Jumlah sampel 125 mahasiswa ditentukan dengan menggunakan teknik *Nonprobability sampling* yaitu *Sampling Insidental*.

Data dikumpulkan dengan menggunakan Angket disusun berdasarkan variabel penelitian dengan skala pengukuran instrumen menggunakan skala likert. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan kriteria uji F dan Uji koefisien Determinasi (R^2). Uji F digunakan untuk menguji signifikansi variabel sikap dan gaya hidup terhadap pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah secara simultan. Sedangkan uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji

seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dipetakan berdasarkan kecenderungan terbesar sebagai berikut :

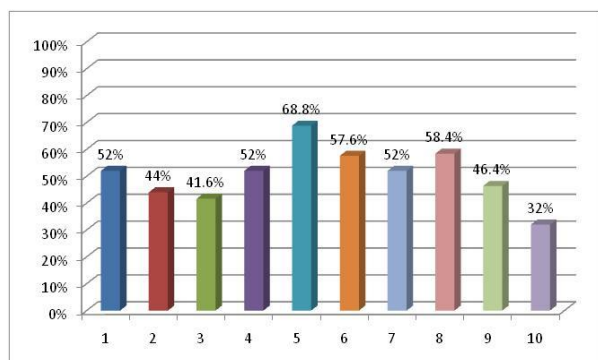


Diagram 1: Karakteristik Responden

Keterangan :

- 1) Sebanyak 52% mahasiswa Tata Rias mendapatkan pengetahuan kosmetika melalui media elektronik (TV, radio dan Internet)
- 2) Sebanyak 44% mahasiswa Tata Rias memiliki item perawatan kulit wajah tidak bermasalah berupa pembersih, penyegar, krim siang dan krim malam saja.
- 3) Sebanyak 41,6% mahasiswa Tata Rias melakukan perawatan kulit wajah tidak bermasalah di klinik kecantikan
- 4) Sebanyak 52% mahasiswa Tata Rias mengharapkan hasil berupa kulit sehat tidak bermasalah
- 5) Sebanyak 68,8% mahasiswa Tata Rias secara rutin melakukan perawatan kulit wajah tidak bermasalah
- 6) Sebanyak 57,6% mahasiswa Tata Rias menjadikan *Brand* (merek) sebagai pertimbangan utama dalam pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah
- 7) Sebanyak 52% mahasiswa Tata Rias menyimpan seluruh item produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah pada suhu ruang normal
- 8) Sebanyak 58,4% mahasiswa Tata rias memperhatikan BPOM, Kemasan, Kode Produksi, komposisi, dan tanggal kadaluarsa sebelum membeli produk perawatan kulit wajah
- 9) Sebanyak 46,4% mahasiswa Tata Rias membeli produk di tempat yang terpercaya untuk menghindari maraknya barang palsu
- 10) Sebanyak 32% mahasiswa Tata Rias membeli produk perawatan kulit di toko atau mall

Hasil

Model regresi yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dapat dituliskan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = -12.819 + 0,784X_1 + 0,536X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut, kedua variabel bebas memiliki koefisien regresi ke arah positif. Hal ini berarti semakin baik sikap dan gaya hidup, maka semakin baik pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah. Hasil uji F menunjukkan nilai sebesar 2.431 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 5%, hal ini berarti bahwa sikap dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah.

Koefisien determinasi (*R-square*) yang dihasilkan dalam penelitian ini sebesar 0,307 menunjukkan bahwa sikap (X_1) dan gaya hidup (X_2) berpengaruh terhadap pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah sebesar 30,7% sedangkan sisanya 69,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain variabel dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan nilai koefisien determinasi berganda sebesar 0,307 hal ini berarti 30,7% dari perubahan nilai variabel pemilihan kosmetik perawatan wajah tidak bermasalah dipengaruhi oleh sikap dan gaya hidup. Sedangkan sisanya 69,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan diluar penelitian ini.

Secara garis besar, sikap merupakan tindakan untuk membeli atau tidak membeli produk kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah sedangkan gaya hidup adalah faktor yang mempengaruhi tindakan (sikap) yang pada akhirnya menentukan pilihan konsumsi terhadap kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah

Hasil penelitian ini mendukung teori dan hasil penelitian sebelumnya, dari Okta putra Wiraksono (2015) yang menunjukkan bahwa sikap kognitif dan sikap afektif secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli kosmetik dalam hal ini adalah pemilihan produk kosmetik.

Sikap berpengaruh signifikan terhadap pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah pada mahasiswa Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya dalam penelitian ini yang lebih dominan didukung oleh indikator kecenderungan mahasiswa pendidikan Tata rias melakukan tindakan khusus atau berperilaku dengan cara tertentu dalam penggunaan produk kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah yang mereka pilih.

Akan tetapi pada temuan selanjutnya walaupun sebagian besar mahasiswa memiliki sikap yang baik terhadap penyimpanan kosmetik dan penggunaannya indikator tersebut masih kurang diantara indikator yang

lainnya. Hal ini dapat dilihat dari temuan yang menunjukkan bahwa dalam pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah mahasiswa masih mengacu pada *brand* yang memungkinkan mahasiswa terlalu meyakini *brand* itu sehingga tidak melakukan pengecekan kemasan, kode produksi, tanggal kadaluarsa yang juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam pemilihan kosmetik. Seperti yang diungkapkan oleh Damanik (2012), bahwa sebelum melakukan pembelian, konsumen perlu melakukan evaluasi alternatif pra pembelian kosmetik melalui pengamatan pada label, komposisi, cara pakai, manfaat, kode produksi nomor izin edar dan waktu kadaluarsa.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sikap terbukti menjadi faktor yang mempengaruhi pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah pada mahasiswa jurusan pendidikan tata rias Universitas Negeri Surabaya. Dengan memiliki sikap yang baik terhadap produk kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah tentunya dampak negatif dari kesalahan dalam pemilihan produk perawatan dapat dihindarkan.

Sedangkan Gaya Hidup dalam penelitian ini menunjukkan perpengaruh yang signifikan terhadap pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah pada mahasiswa pendidikan Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya yang lebih dominan didukung oleh indikator pendapat atau opinion dimana mahasiswa memilih produk perawatan kulit wajah karena produk tersebut juga dipakai oleh artis hal ini mendukung hasil penelitian dari Dani Kurniawan (2012) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup dan artis sebagai *celebrity endorser* berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen.

Akan tetapi pada temuan selanjutnya, yang juga dilihat dari indikator pendapat mahasiswa banyak yang tidak setuju bahwa penggunaan produk ilegal atau mengandung merkuri berdampak buruk pada kulit. Hal ini berdasarkan pada gaya hidup mahasiswa yang berada dalam ruang lingkup tata rias yang mengharuskan selalu tampil maksimal serta dorongan dari teman-teman yang juga memakai produk bermerkuri mereka lebih mementingkan hasil yang cepat dibandingkan dengan dampak negatifnya.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup seseorang menentukan bagaimana orang tersebut memilih produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah.

Sehingga dapat disimpulkan sikap dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan pada pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah pada mahasiswa jurusan Pendidikan Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya.

PENUTUP

Simpulan

Sikap yang merupakan hasil dari bagaimana seseorang berpikir, merasa serta bertindak terhadap pemilihan produk perawatan kulit wajah tidak bermasalah, dan Gaya Hidup mahasiswa pendidikan tata rias yang selalu berhubungan dengan kosmetik juga trend kecantikan, lingkungan sosial dan lingkungan tempat mereka belajar berpengaruh sebanyak 30,7% terhadap pemilihan kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah yang mereka pakai. Sedangkan sisanya sebanyak 69,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar sikap dan gaya hidup mahasiswa pendidikan Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya

Saran

1. Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi pemilihan produk kosmetik perawatan kulit wajah tidak bermasalah.
2. Perlu melakukan pembelajaran lebih mendalam mengenai kosmetik perawatan kulit wajah agar mahasiswa mengetahui isi dan kandungan dari kosmetik perawatan kulit wajah yang mereka pakai sehingga dapat menentukan sikap yang baik terhadap kosmetik itu sendiri.
3. Perlu dilakukan sosialisasi atau penyuluhan mengenai jenis-jenis kosmetik dan kandungannya sehingga mahasiswa dari kalangan bergaya hidup tinggi atau rendah dapat memahami jenis kosmetik sesuai dengan kebutuhan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Faisal Amirul. 2011. *Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Niat Beli Ulang Susu Formula SGM 3 di Kecamatan Sawahan Surabaya Selatan*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: PPs Universitas Negeri Surabaya.
- Chinedu, Shalom Nwodo et al. 2013. *Skincare Product Usage: Implications on Health and Wellbeing of Africans*. *Journal of Applied Sciences* (Online), Vol. 13, No. 3, Page 430-436, ISSN 1812-5654, (www.google.com, diakses Oktober 2015).
- Engel, James F dkk. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferrinadewi. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hakim, Nelly dkk. 2001. *Buku Pelajaran Kosmetologi Tata Kecantikan Kulit Tingkat Dasar*. Jakarta: Meutia Cipta Sarana Bersama Persatuan Ahli Kecantikan & Pengusaha Salon Indonesia "Tiara Kusuma".
- Haryono, Sigit. 2011. "Pengaruh Gaya Hidup terhadap Consumer Ethnocentrism (Studi pada

- Mahasiswa di Yogyakarta)”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Unesa*. Vol. 3 (2): hal. 135-146.
- Jawahar, J. Vidhya dan Tamizhiyothi, K. 2013. *Consumer Attitude towards Cosmetic Products*. *IJEMR* (Online), Vol. 3 Issue. 6, ISSN 2249-2585 Print ISSN 2249-8672, (www.google.com, diakses Oktober 2015).
- Kokoi, Isa. 2011. *Female Buying Behaviour Related to Facial Skin Care Products*. Thesis (Online), (www.google.com, diakses Mei 2015).
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Sebelas, Jilid 1 dan 2*. Ahli Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prenhall Indo.
- Kucukemiroglu, Orsay. 1999. *Market Segmentation by Using Consumer Lifestyle Dimensions and Ethnocentrism*. *European Journal of Marketing* (Online), Vol. 33, No. 5/6, 1999, pp. 470-487, (www.google.com, diakses Oktober 2015).
- Kurniawan, Dani. 2012. *Pengaruh Gaya Hidup dan Darius Sinathrya Sebagai Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Vaseline Men Facial Wash*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: PPs Universitas Negeri Surabaya.
- Kyung, Seo Bo. 2012. *The Impact of Consumer Innovativeness, Attitude, and Subjective Norm on Cosmetic Buying Behavior Evidence from APU Female Students*. Thesis (Online), (www.google.com, diakses pada Maret 2015).
- Lees, Mark. 2012. *Skin Care Beyond the Basics*. United States of America : Cengage Learning.
- Muliyawan, Dewi dan Suriana, Neti. 2013. *A-Z tentang Kosmetik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rostamailis. 2005. *Penggunaan Kosmetik, Dasar Kecantikan & Berbusana yang Serasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen Jilid 7*. Jakarta: PT Indeks.
- Solomon, Michael R. 2007. *Consumer Behavior*. Australia: Pearson Education.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tranggono dan Latifah. 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: PT Gramedia.
- Wibowo, Bagus Priyono. 2012. *Pengaruh Gaya Hidup dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Merek Apple*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: PPs Universitas Negeri Surabaya.
- Wiraksono, Okta Putra. 2015. *Pengaruh Sikap terhadap Minat Beli Produk Co-Branding*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: PPs Universitas Negeri Surabaya.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono. 2011. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.