

PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN DAN STATUS PEKERJAAN TERHADAP PEMILIHAN PRODUK *SKINCARE* DI KABUPATEN MOJOKERTO

Reza Amilia Febriana

Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

rezaamilia.22006@mhs.unesa.ac.id

Nia Kusstianti¹, Maspiyah², Dewi Lutfiati³

^{1,2,3}Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

niakusstianti@unesa.ac.id

Abstrak

Penggunaan produk perawatan kulit/*skincare* telah meningkat Sejalan dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan kulit. Penelitian ini memiliki tujuan sebagai (1) mendeskripsikan karakteristik konsumen produk *skincare* di Kabupaten Mojokerto; (2) mengetahui pengaruh tingkat pendidikan terhadap pemilihan produk *skincare*; (3) memahami pengaruh status pekerjaan terhadap pemilihan produk *skincare*; dan (4) mengetahui pengaruh tingkat pendidikan dan status pekerjaan secara simultan terhadap pemilihan produk *skincare*. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian korelasional. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 116 responden yang merupakan pengguna produk *skincare* di Kabupaten Mojokerto. Untuk mengumpulkan data dilakukan menggunakan kuesioner, kemudian data yang didapat akan dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji t, serta uji F menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Pada penelitian ini menghasilkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap pemilihan produk *skincare* dengan nilai Sig. 0,000, sedangkan status pekerjaan tidak berpengaruh signifikan dengan nilai Sig. 0,153. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pemilihan produk *skincare*, sedangkan status pekerjaan secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Namun, secara simultan tingkat pendidikan dan status pekerjaan berpengaruh signifikan terhadap pemilihan produk *skincare* di Kabupaten Mojokerto.

Kata Kunci: tingkat pendidikan, status pekerjaan, pemilihan produk *skincare*, perilaku konsumen

Abstract

The use of skincare products has increased alongside growing public awareness regarding the importance of maintaining skin health. This study aims to: (1) describe the characteristics of skincare product consumers in Mojokerto Regency; (2) determine the influence of education level on product choice; (3) understand the influence of employment status on product choice; and (4) determine the joint influence of education level and employment status on product choice. The study employs a quantitative approach based on a correlational research method. The sample consists of 116 respondents, all of whom are skincare product users in Mojokerto Regency. Data were collected via questionnaires and subsequently analyzed using validity and reliability tests, multiple linear regression, classical assumption tests, the coefficient of determination, t-tests, and F-tests, utilizing IBM SPSS Statistics 26 software. The results indicate that education level exerts a significant influence on the choice of skincare products (significance value of 0.000), whereas employment status does not have a significant influence (significance value of 0.153). Based on these findings, it can be concluded that education level has a significant partial effect on product choice, unlike employment status. However, education level and employment status exert a significant joint influence on the choice of skincare products in Mojokerto Regency.

Keywords: education level, employment status, skincare product selection, consumer behavior

PENDAHULUAN

Perawatan kulit telah menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat dalam menjaga kesehatan sekaligus penampilan kulit. Menurut Suwandi & Balqiah (2024), perkembangan industri kecantikan yang semakin pesat membuat berbagai produk *skincare* mudah ditemukan, baik melalui toko kosmetik maupun platform

marketplace. Konsumen saat ini juga mulai mempertimbangkan kualitas, kandungan bahan aktif, keamanan, dan legalitas produk sebelum melakukan pembelian (Draelos, 2018).

Produk perawatan kulit memiliki peranan penting dalam menjaga kesehatan kulit dengan cara mempertahankan kelembapan, melindungi kulit dari polusi, sinar matahari, dan faktor lingkungan lainnya,

serta mengurangi risiko berbagai masalah kulit. Manfaat penggunaan skincare dapat diperoleh secara optimal apabila produk yang digunakan sesuai dengan jenis kulit, kondisi kulit, dan kebutuhan setiap individu. (Rahman, 2019). Menurut dr. Erlian (2024), *Skincare* terdiri dari *basic Skincare*, *advance Skincare* (*Skincare* tambahan), produk perawatan flek hitam, produk perawatan jerawat, dan produk *whitening*. Penelitian ini berfokus pada *basic Skincare* seperti *facial wash*, *serum*, *moisturizer*, dan *sunscreen* yang sering digunakan dalam perawatan kulit secara rutin. Pemilihan *Skincare* pada setiap individu dapat berbeda sesuai tingkat pendidikan, status pekerjaan, serta jenis kulit masing-masing.

Di sisi lain, banyaknya variasi produk *skincare* menyebabkan proses pengambilan keputusan menjadi semakin kompleks. Beragam merek, harga, manfaat, dan strategi promosi membuat konsumen dihadapkan pada banyak pilihan. Tidak sedikit masyarakat yang masih memilih produk berdasarkan tren media sosial, rekomendasi *beauty influencer*, atau popularitas suatu merek tanpa memahami kandungan maupun keamanan produk yang digunakan. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan kulit apabila produk yang dipilih tidak sesuai dengan jenis maupun kebutuhan kulit (Anjumi, 2026).

Diantaranya faktor yang diduga memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk *skincare* adalah tingkat pendidikan. Pendidikan berperan dalam membentuk pola dalam berpikir, keahlian menganalisis informasi, lalu ketelitian seseorang ketika mengevaluasi suatu produk. Konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi umumnya lebih kritis dalam memperhatikan kandungan bahan aktif, izin edar BPOM, keamanan produk, serta manfaat jangka panjang sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk (Kotler & Keller, 2017). Cheng dan Hsiu (2024) juga menjelaskan bahwa seseorang dengan tingkat pendidikan yang tinggi lebih mempertimbangkan kualitas serta keamanan produk sebelum melakukan pembelian.

Selain tingkat pendidikan, status pekerjaan juga diduga memengaruhi pemilihan produk *skincare*. Status pekerjaan berkaitan dengan tingkat pendapatan, kemampuan daya beli, serta gaya hidup seseorang. Individu yang memiliki pekerjaan tetap dan pendapatan lebih tinggi cenderung memiliki kesempatan yang lebih baik untuk menggunakan produk *skincare* yang berkualitas. Sebaliknya, konsumen dengan pendapatan yang lebih terbatas biasanya mempertimbangkan harga sebagai faktor utama dalam memilih produk (Amin, 2020). Meskipun demikian, keputusan dalam pembelian tidak sebatas dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga oleh pengetahuan yang dimiliki konsumen mengenai produk yang digunakan.

Dikutip dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Mojokerto (2026), penelitian ini dilakukan di wilayah Kabupaten Mojokerto karena memiliki perkembangan ekonomi serta perdagangan yang cukup pesat, termasuk meningkatnya penggunaan produk *skincare*. Kemudahan masyarakat dalam memperoleh produk melalui toko kosmetik maupun *marketplace* menjadikan pilihan produk semakin beragam. Selain itu, masyarakat Kabupaten Mojokerto memiliki tingkat pendidikan dan status pekerjaan yang beragam sehingga menarik untuk dianalisis hubungannya dengan perilaku pemilihan produk *skincare* (Afeliya, 2022).

Penelitian terdahulu umumnya lebih banyak membahas pengaruh pengetahuan produk, citra merek, harga, maupun media sosial terhadap keputusan pembelian *skincare*. Penelitian yang membahas pengaruh tingkat pendidikan dan status pekerjaan secara simultan terhadap pemilihan produk *skincare* masih tergolong terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan menganalisis kedua variabel tersebut secara simultan pada masyarakat Kabupaten Mojokerto.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki tujuan dalam melihat pengaruh tingkat pendidikan terhadap pemilihan produk *skincare*, pengaruh status pekerjaan terhadap pemilihan produk *skincare*, serta menganalisis pengaruh tingkat pendidikan dan status pekerjaan secara simultan terhadap pemilihan produk *skincare* di Kabupaten Mojokerto. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur ilmiah bagi penelitian selanjutnya dalam bidang perilaku konsumen, sekaligus memberikan informasi kepada masyarakat agar lebih bijak dalam menggunakan *skincare* yang aman, menyesuaikan dengan kebutuhan kulit, serta memiliki kandungan yang jelas.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional untuk mengkaji pengaruh tingkat pendidikan (X_1) dan status pekerjaan (X_2) terhadap pemilihan produk *skincare* (Y). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel berdasarkan hasil pengolahan data secara statistik. (Sugiyono, 2019). Penelitian dilakukan di Kabupaten Mojokerto dengan sasaran masyarakat pengguna produk *skincare*.

Populasi penelitian adalah seluruh pengguna *skincare* di Kabupaten Mojokerto. Sampel penelitian berjumlah 116 responden yang dipilih menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disusun

berdasarkan skala Likert lima tingkat. Pelaksanaan penelitian dilakukan secara bertahap, dimulai dari penyusunan instrumen penelitian, dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner, pengumpulan data dari responden, hingga analisis data. Instrumen akan diuji dengan uji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan untuk penelitian selanjutnya. Hal ini dilakukan karena untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan layak serta dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data (Yusup, 2018).

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 26. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, serta analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk menganalisis pengaruh secara parsial, uji F untuk memastikan pengaruh secara simultan, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel tingkat pendidikan dan status pekerjaan terhadap pemilihan produk *skincare*. (Hair, et al., 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 116 responden yang merupakan pengguna produk *skincare* di Kabupaten Mojokerto. Berdasarkan hasil pengolahan data, kriteria responden diolah berlandaskan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan status pekerjaan.

Tabel 1. Data Hasil Penelitian Data Responden

Karakteristik Responden	Kriteria	Frekuensi	Persen (%)
Usia	12 - 15 thn	4	3,4%
	16 - 20 thn	13	11,2%
	21 - 25 thn	49	42,2%
	26 - 30 thn	27	23,3%
	31 - 35 thn	6	5,2%
	36 - 40 thn	4	3,4%
	41 - 45 thn	13	11,2%
	Total	116	100
Jenis Kelamin	Laki-laki	48	41,4%
	Perempuan	68	58,6%
	Total	116	100
Tingkat Pendidikan	SMP	6	5,2%
	SMA/SMK	50	43,1%
	Pendidikan Tinggi	60	51,7%
	Total	116	100
Status Pekerjaan	Karyawan atau Pegawai	41	35,3%
	Ibu Rumah Tangga	19	16,4%
	Wiraswasta atau Pengusaha	16	13,8%
	Pelajar atau Mahasiswa	40	34,5%
	Total	116	100
Jenis Kulit	Kulit Normal	42	36,2%
	Kulit Kering	18	15,5%
	Kulit Berminyak	30	25,9%
	Total	90	77,6%

Karakteristik Responden	Kriteria	Frekuensi	Persen (%)
	Kulit Berjerawat	11	9,5%
	Kulit Sensitif	15	12,9%
	Total	116	100

Sebagian besar responden berada pada kelompok usia produktif, yang umumnya memiliki perhatian lebih terhadap kesehatan dan penampilan kulit. Dilihat dari tingkat pendidikan, sebagian besar responden merupakan lulusan SMA - SMK dan pendidikan tinggi. Sementara itu, berdasarkan status pekerjaan, responden terdiri atas pelajar/mahasiswa, pegawai, wiraswasta, serta ibu rumah tangga. Keberagaman karakteristik tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *skincare* telah menjadi kebutuhan berbagai kelompok masyarakat tanpa memandang latar belakang pendidikan maupun pekerjaan.

B. Statistik Deskriptif Tingkat Pendidikan

Berikut ini adalah Statistik deskriptif variabel Tingkat Pendidikan (X1) yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner :

Tabel 2. Statistik Deskriptif Tingkat Pendidikan

Variabel	SK (1)	K (2)	C (3)	B (4)	SB (5)	Total	Mean
X1.1	1	3	17	57	38	476	4,1
	0,9%	2,6%	14,7%	49,1%	32,8%		
X1.2	2	2	8	54	50	496	4,3
	1,7%	1,7%	6,9%	46,6%	43,1%		
X1.3	1	6	23	46	40	466	4,0
	0,9%	5,2%	19,8%	39,7%	34,5%		
X1.4	3	3	19	57	34	464	4,0
	2,6%	2,6%	16,4%	49,1%	29,3%		
X1.5	1	5	8	45	57	500	4,3
	0,9%	4,3%	6,9%	38,8%	49,1%		
X1.6	1	2	9	44	60	508	4,4
	0,9%	1,7%	7,8%	37,9%	51,7%		
X1.7	1	1	6	49	59	512	4,4
	0,9%	0,9%	5,2%	42,2%	50,9%		
X1.8	4	5	13	42	52	481	4,1
	3,4%	4,3%	11,2%	36,2%	44,8%		
Total						3903	4,2

Berdasarkan hasil analisis, sebagian besar responden memberikan jawaban pada kriteria **Baik (B)** dan **Sangat Baik (SB)** pada seluruh pernyataan. Dengan ini menunjukkan yakni responden memiliki pemahaman yang baik terhadap indikator pada variabel **tingkat pendidikan**. Nilai dg rata-rata pada setiap indikator berada pada kisaran 4,0–4,4. Indikator X1.6 dan X1.7 mendapat nilai rata-rata paling tinggi, yaitu 4,4, adapun indikator X1.3 dan X1.4 mendapat nilai rata-rata terendah sebesar 4,0, tetapi masih termasuk dalam kategori tinggi. Secara menyeluruh, variabel Tingkat Pendidikan (X1) memperoleh nilai dengan rata - rata sebesar 4,2, yang mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan responden berada pada kategori tinggi dan

mendukung pemahaman mereka dalam memilih produk *skincare*.

C. Statistik Deskriptif Status Pekerjaan

Berikut ini adalah Statistik deskriptif variabel Status Pekerjaan (X2) yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner :

Tabel 3. Statistik Deskriptif Status Pekerjaan

Variabel	SK (1)	K (2)	C (3)	B (4)	SB (5)	Total	Mean
X2.1	3	6	17	41	49	475	4,1
	2,6%	5,2%	14,7%	35,3%	42,2%		
X2.2	0	1	15	54	46	493	4,3
	0,0%	0,9%	12,9%	46,6%	39,7%		
X2.3	3	3	20	42	48	477	4,1
	2,6%	2,6%	17,2%	36,2%	41,4%		
X2.4	2	5	9	49	51	490	4,2
	1,7%	4,3%	7,8%	42,2%	44,0%		
X2.5	2	7	26	46	35	453	3,9
	1,7%	6,0%	22,4%	39,7%	30,2%		
X2.6	4	3	20	43	46	472	4,1
	3,4%	2,6%	17,2%	37,1%	39,7%		
X2.7	3	1	10	53	49	492	4,2
	2,6%	0,9%	8,6%	45,7%	42,2%		
X2.8	0	3	13	45	55	500	4,3
	0,0%	2,6%	11,2%	36,2%	44,8%		
Total						3852	4,2

Berdasarkan hasil analisis, sebagian besar responden memberikan pernyataan pada kategori Baik (B) dan Sangat Baik (SB), yang menunjukkan bahwa variabel Status Pekerjaan (X2) dinilai baik oleh responden. Nilai rata-rata setiap instrumen ada pada kisaran 3,9 – 4,3. Indikator X2.2 dan X2.8 mendapat nilai rata-rata tertinggi, yaitu 4,3, adapun instrumen X2.5 memiliki nilai dengan rata-rata terendah senilai 3,9, tetapi masih termasuk dalam kategori tinggi. Secara menyeluruh, variabel Status Pekerjaan (X2) mendapat nilai dengan rata-rata sebesar 4,2, sehingga mengindikasikan bahwa status pekerjaan responden berada pada kategori tinggi mendukung pemilihan produk *skincare*.

D. Statistik Deskriptif Pemilihan Produk *Skincare*

Berikut ini adalah Statistik deskriptif variabel Pemilihan Produk *Skincare* (Y) yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner :

Tabel 4. Statistik Deskriptif Pemilihan Produk *Skincare*

Variabel	SK (1)	K (2)	C (3)	B (4)	SB (5)	Total	Mean
Y.1	0	3	15	55	43	486	4,2
	0,0%	2,6%	12,9%	47,4%	37,1%		
Y.2	0	3	7	45	61	512	4,4
	0,0%	2,6%	6,0%	38,8%	52,6%		
Y.3	1	1	12	57	45	492	4,2
	0,9%	0,9%	10,3%	49,1%	38,8%		
Y.4	1	2	12	48	53	498	4,3
	0,9%	1,7%	10,3%	41,4%	45,7%		
Y.5	0	1	10	43	62	514	4,4
	0,0%	0,9%	8,6%	37,1%	53,4%		
Y.6	0	1	6	36	73	529	4,6
	0,0%	0,9%	5,2%	31,0%	62,9%		
Y.7	0	1	6	46	63	519	4,5
	0,0%	0,9%	5,2%	39,7%	54,3%		
Y.8	2	1	11	52	50	495	4,3

	1,7%	0,9%	9,5%	44,8%	43,1%		
Y.9	0	0	9	51	56	511	4,4
	0,0%	0,0%	7,8%	44,0%	48,3%		
Y.10	0	1	4	46	65	476	4,1
	0,0%	0,9%	3,4%	39,7%	56,0%		
Total						4546	4,34

Berdasarkan hasil dianalisis, dominan responden memberikan penilaian yang termasuk Sangat Baik (SB) dan Baik (B) untuk seluruh pernyataan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator pada variabel Status Pekerjaan (X2) memperoleh penilaian yang baik dari responden. Nilai pada rata-rata setiap indikator pada kisaran 3,9 – 4,3. Indikator X2.2 dan X2.8 mendapat nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,3, sementara indikator X2.5 memiliki nilai rata-rata rendah sebesar 3,9, namun masih berada dalam kategori tinggi. Secara umum, variabel Status Pekerjaan (X2) mendapat nilai rata-rata sebesar 4,2, yang menandakan bahwa status pekerjaan responden berada pada kategori tinggi dan mendukung pemilihan produk *skincare*.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel Tingkat Pendidikan (X1), Status Pekerjaan (X2), dan Pemilihan Produk *Skincare* (Y) memiliki nilai *r* hitung yang lebih besar daripada *r* tabel (0,361). Oleh sebab itu, keseluruhan butir pernyataan dinyatakan valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Menurut Yusup (2018), suatu instrumen dianggap valid jika mampu mengukur variabel penelitian secara akurat dan menghasilkan nilai koefisien korelasi yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Mengacu pada hasil uji reliabilitas, variabel Tingkat Pendidikan memperoleh nilai Cronbach's Alpha mencapai 0,924, Status Pekerjaan mencapai 0,907, dan Pemilihan Produk *Skincare* mencapai 0,889. Semua nilai ini melampaui batas nilai 0,60, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan hal ini menunjukkan nilai konsistensi internal yang baik. Menurut Yusup (2018), setiap variabel dapat ditetapkan reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Maka dari itu, Seluruh instrumen penelitian memenuhi kriteria reliabilitas dan dinilai layak digunakan dalam pengumpulan serta analisis data.

Tabel 5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
TINGKAT PENDIDIKAN (X1)				
X1.1	0,632	0,361	0,920	Valid dan Reliabel
X1.2	0,815	0,361		
X1.3	0,756	0,361		
X1.4	0,769	0,361		
X1.5	0,757	0,361		
X1.6	0,858	0,361		
X1.7	0,886	0,361		
X1.8	0,517	0,361		
STATUS PEKERJAAN (X2)				

Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Cronbach's Alpha	Keteran gan
X2.1	0,810	0,361	0,919	Valid dan Reliabel
X2.2	0,769	0,361		
X2.3	0,811	0,361		
X2.4	0,639	0,361		
X2.5	0,676	0,361		
X2.6	0,727	0,361		
X2.7	0,729	0,361		
X2.8	0,715	0,361		
PEMILIHAN PRODUK SKINCARE (Y)				
Y.1	0,401	0,361	0,889	Valid dan Reliabel
Y.2	0,877	0,361		
Y.3	0,624	0,361		
Y.4	0,618	0,361		
Y.5	0,833	0,361		
Y.6	0,756	0,361		
Y.7	0,722	0,361		
Y.8	0,487	0,361		
Y.9	0,599	0,361		
Y.10	0,677	0,361		

F. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh tingkat pendidikan dan status pekerjaan terhadap pemilihan produk *skincare*.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	20.406	2.051		9.947	.000
X1	.583	.084	.638	6.951	.000
X2	.113	.079	.132	1.438	.153

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel tingkat pendidikan (X_1) dan status pekerjaan (X_2) memiliki koefisien regresi bernilai positif terhadap pemilihan produk *skincare* (Y). Hal tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat pendidikan diikuti oleh meningkatnya kecenderungan masyarakat dalam memakai produk *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan serta *keamanan* kulit. Dengan demikian, status pekerjaan juga menunjukkan hubungan positif, tetapi secara parsial tidak mengindikasikan pengaruh yang signifikan dalam pemilihan produk *skincare*. Menurut Ghazali (2021), Koefisien regresi yang positif menunjukkan hubungan searah antara variabel independen dan variabel dependen. Temuan penelitian ini selaras dengan pendapat Kotler dan Keller (2017) menyatakan dengan tingkat pendidikan berperan dalam membentuk pola pikir serta kemampuan seorang dalam mengevaluasi informasi sebelum mengambil keputusan pembelian.

G. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, data penelitian merangkum persyaratan untuk analisis regresi. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai yang signifikan 0,192 ($> 0,05$), sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan tidak adanya korelasi yang tinggi antarvariabel independen, yang diperoleh oleh nilai Tolerance diatas 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10. Hasil uji heteroskedastisitas juga menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Pendapat Ghazali (2021), model regresi yang baik harus memenuhi asumsi normalitas serta bebas dari multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

H. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel tingkat pendidikan dan status pekerjaan dalam menjelaskan variasi pemilihan produk *skincare*. Hasil analisis memperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,535, yang artinya kedua variabel tersebut mampu menegaskan sebesar 53,5% variasi pemilihan produk *skincare*. Sementara itu, sebesar 46,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, kualitas produk, promosi, citra merek, mediasosial, dan faktor yang lain. Menurut Ghazali (2021), koefisien determinasi menggambarkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen di dalam model regresi.

I. Uji Hipotesis

1. Uji t (Pengaruh Parsial)

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Menurut Ghazali (2021), uji-t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh setiap variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel "tingkat pendidikan" (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$); dengan demikian, hipotesis H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pemilihan produk *skincare*. Sebaliknya, variabel status pekerjaan (X_2) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,153 ($> 0,05$), maka H_2 ditolak. Oleh karena itu, status pekerjaan tidak memiliki pengaruh signifikan dalam pemilihan produk *skincare*. Sejalan dengan pendapat Kotler & Keller (2017), mengemukakan bahwa tingkat pendidikan ikut serta dalam meningkatkan kemampuan individu untuk mengevaluasi informasi sebelum mengambil keputusan pembelian.

2. Uji F (Pengaruh Simultan)

Uji F digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2021), uji F berfungsi untuk uji signifikansi pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama dalam model regresi terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F (ANOVA), diperoleh nilai F hitung sebesar 67,771 dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut membuktikan bahwa tingkat pendidikan (X_1) dan status pekerjaan (X_2) secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap pemilihan produk *skincare* (Y). Temuan ini dipertegas oleh Amin (2020) yang mengemukakan bahwa tingkat pendidikan dan status pekerjaan saling berkaitan dalam membentuk perilaku konsumen, baik dari aspek pengetahuan maupun kemampuan ekonomi dalam menentukan pilihan produk.

J. Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Status Pekerjaan secara Simultan

Didasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai signifikansi mencapai 0,000 ($<0,05$) dengan nilai F hitung mencapai 65,050. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Tingkat Pendidikan dan Status Pekerjaan melalui simultan berpengaruh signifikan terhadap Pemilihan Produk *Skincare*.

Meskipun Status Pekerjaan tidak berpengaruh secara parsial, variabel tersebut tetap memberikan kontribusi ketika diuji bersama dengan Tingkat Pendidikan. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tingkat pendidikan dan kondisi sosial ekonomi. (Kotler & Keller, 2017; Amin, 2020).

Namun, pengaruh yang lebih dominan berasal dari Tingkat Pendidikan. Hal tersebut didukung oleh hasil uji parsial yang menegaskan bahwa hanya variabel Tingkat Pendidikan berpengaruh secara signifikan. Artinya, konsumen lebih mempertimbangkan pengetahuan mengenai kandungan, keamanan, kualitas, dan manfaat produk dibandingkan latar belakang pekerjaannya (Udayanga et al., 2024; Mahendra & Sriminarti, 2025).

Temuan ini selaras pada penelitian Sari dan Hanifa (2023) yang memaparkan bahwa pengetahuan konsumen merupakan salah satu faktor utama dalam pemilihan produk *skincare*. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa tingkat pendidikan dan status pekerjaan secara simultan berpengaruh terhadap pemilihan produk *skincare*, namun tingkat pendidikan merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Nia Kusstianti, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing, serta Ibu Dr. Maspiyah, M.Kes., dan Ibu Dra. Dewi Lutfiati, M.Kes., selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan sehingga artikel yang berjudul "Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Status Pekerjaan terhadap Pemilihan Produk *Skincare*" dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman, saudara, serta masyarakat Kabupaten Mojokerto yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, variabel "tingkat pendidikan" memiliki pengaruh signifikan terhadap pemilihan produk perawatan kulit (*skincare*), yang dinyatakan dengan hasil nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin baik kemampuan konsumen dalam memahami informasi dan memilih produk *skincare* secara rasional. Variabel Status Pekerjaan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan produk *skincare* karena memiliki nilai signifikansi senilai 0,153 ($>0,05$), oleh karena status pekerjaan bukan merupakan faktor utama dalam menentukan pilihan produk *skincare*. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Tingkat Pendidikan dan Status Pekerjaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pemilihan produk *skincare*, yang diindikasikan oleh nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 ($<0,05$). Sementara itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 54,5% variasi pemilihan produk *skincare*, sedangkan 45,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Saran

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat memahami berbagai hal dengan lebih baik saat memilih produk *skincare* yang aman dan sesuai kebutuhan, menjadi masukan bagi pelaku usaha dalam memberikan edukasi serta menyediakan produk yang tepat bagi konsumen, dan penelitian ini dimaksudkan sebagai referensi bagi peneliti di masa mendatang yang mengembangkan studi mengenai perilaku konsumen pada produk *skincare* dengan menambahkan variabel yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

Afeliya, N. N. (2022). Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Produk *Skincare* Ms

Glow Di Kota Mojokerto (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit).

- Amin, S., Manzoor, A., & Farid, F. (2020). *The role of social class on consumer behavior: A study of eco-friendly cosmetic products. Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 6(1), 113-134.
- Anjumi, Nurul Fata (2026) Pengaruh *Beauty Influencer* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2021 Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri).
- Cheng, Y., & Hsiu, L. (2024). *Consumer education level and purchasing decisions on cosmetic products. International Journal of Consumer Studies*, 48(2), 201–214.
- Dr. Erlan Dimas, SPDVE (2024), *Skincare. Alodokter.com*.
- DPMPTSP Kabupaten Mojokerto. (2026). Rilis Resmi Kabupaten Mojokerto Dalam Angka 2026 & BRS Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mojokerto 2025.
- Draelos, Z. D. (2018). *Cosmetics and skin care products. Dermatologic Clinics*, 36(1), 1–7.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- He, Y., & Tsvetkova, M. (2025). *High Socioeconomic Status is Associated with Diverse Consumption Across Brands and Price Levels. arXiv preprint arXiv:2506.13840*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education.
- Mahendra, A. R., & Sriminarti, N. (2025). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare*. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(1), 168-178.
- Rahman, M. S. (2019). Aplikasi Rekapitulasi Kuesioner Hasil Proses Belajar Mengajar pada STMIK Indonesia Banjarmasin Menggunakan Java. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 10(3), 165-171.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Suwandi, D. S., & Balqiah, T. E. (2024). Perkembangan industri skincare dan perilaku konsumen dalam penggunaan produk perawatan kulit. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 19(1), 45–56.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).