

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran terhadap pengetahuan tentang keamanan dalam memilih kosmetik yang aman pada mahasiswi Akademi Farmasi Yarsi Pontianak. Latar belakang penelitian ini didasari oleh masih maraknya peredaran kosmetik berbahaya dan rendahnya pemahaman sebagian konsumen mengenai keamanan produk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Sampel sebanyak 82 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan uji Chi-Square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kesadaran dengan pengetahuan mahasiswi dalam memilih kosmetik yang aman ($p < 0,05$). Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin tinggi kesadaran mahasiswi, maka semakin tinggi pula pengetahuan mereka tentang keamanan dalam memilih kosmetik. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya edukasi berkelanjutan terkait produk kosmetik, terutama dalam aspek keamanan dan kehalalan.

Kata Kunci: Kesadaran, Pengetahuan, Kosmetik, Keamanan, Mahasiswi Farmasi

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of awareness on knowledge regarding safety in choosing safe cosmetics among students of the Yarsi Pontianak Academy of Pharmacy. The background of this research is based on the widespread circulation of hazardous cosmetics and the lack of consumer understanding about product safety. This is a quantitative study using a cross-sectional approach. A total of 82 respondents were selected through purposive sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed using the Chi-Square test. The results showed a significant relationship between students' awareness and their knowledge in selecting safe cosmetics ($p < 0.05$). The conclusion is that the higher the level of awareness, the better the knowledge of students regarding cosmetic safety. This study highlights the importance of continuous education about cosmetic products, particularly in terms of safety and halal compliance.

Keywords: Awareness, Knowledge, Cosmetics, Safety, Pharmacy Students

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Produk kosmetik yang beredar di pasaran sangat banyak dan beragam dibuat dalam kemasan yang menarik. Berdasarkan hasil data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada kuartal I 2020 pertumbuhan industri kimia, farmasi dan obat tradisional termasuk kosmetik mencapai 5,59% serta diproyeksikan pada 2021 pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia naik hingga 7%.

Sepanjang Juni 2020 hingga September 2021, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI menemukan sebanyak 72 produk berbahaya yang beredar di pasaran. 18 diantaranya merupakan produk kosmetik yang mengandung bahan terlarang atau berbahaya dimana salah satunya adalah hidrokuinon. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengawasan terhadap produk-produk kosmetik tersebut. Sehingga, seringkali produk lokal maupun impor yang tidak dilengkapi dengan perizinan dan standar produk yang memadai, tidak aman untuk digunakan dapat masuk dan diperjualbelikan dengan mudah di pasaran (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2022).

Pemakaian kosmetik yang seharusnya 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. Produk kosmetik memiliki dua pengaruh terhadap kulit yakni 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 cara pemakaian yang tepat secara teratur sedangkan 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. Selain itu, bahan berbahaya seperti merkuri memiliki efek toksik yang sangat berbahaya. Pemakaian merkuri dalam krim pemutih dapat menimbulkan berbagai hal (reaksi negatif) seperti perubahan warna kulit yang akhirnya akan menyebabkan bintik-bintik hitam pada kulit, alergi, iritasi kulit, dan pemakaian dalam dosis tinggi dapat menyebabkan kelainan pada ginjal, kerusakan permanen pada otak dan gangguan perkembangan janin.

Mahasiswa farmasi merupakan bagian dari masyarakat yang mempelajari segala hal tentang obat, kosmetik juga adalah satu bidang yang dipelajari di jurusan farmasi. Oleh karena itu, seharusnya Mahasiswa Akademi Farmasi Yarsi Pontianak lebih hati-hati dalam menggunakan produk kosmetik.

Pengetahuan sangat berkontribusi dalam kesadaran masyarakat. Masyarakat akan sadar terhadap kesehatan jika memiliki pengetahuan yang luas.(Dwi Wahyuni Ambali *et al.*, 2021). Berdasarkan penelitian dari Mauliddiyah (2021), hasil penelitian tentang pengetahuan dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik menunjukkan hasil bahwa Pengetahuan Konsumen dan Kesadaran Halal secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi di Kecamatan (Mauliddiyah, 2021). Berdasarkan penelitian dari Nattassha & Viviana (2024),

pengetahuan dan kesadaran akan keamanan produk memang memiliki pengaruh terhadap niat pembelian produk kecantikan dan perawatan kulit yang tidak bersertifikasi BPOM (Nattassha & Viviana, 2024).

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada pengaruh kesadaran terhadap pengetahuan tentang keamanan dalam memilih kosmetik yang aman di kalangan mahasiswi Akademi Farmasi Yarsi Pontianak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran konsumen terhadap keamanan dalam memilih kosmetik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kesadaran mahasiswi terhadap pengetahuan tentang keamanan dalam memilih kosmetik yang aman?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kesadaran mahasiswi terhadap pengetahuan tentang keamanan dalam memilih kosmetik yang aman.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang kesadaran terhadap pengetahuan keamanan dalam memilih kosmetik yang aman.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Memberikan pengalaman bagi peneliti dalam melaksanakan secara mandiri dan

meneliti lebih dalam tentang pengaruh kesadaran terhadap pengetahuan mahasiswi D3 Farmasi Yarsi Pontianak terkait keamanan dalam memilih kosmetik yang aman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu acuan dan tambahan bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi mahasiswi

Penelitian ini dapat membantu mahasiswi memahami pentingnya kesadaran terkait keamanan dengan meningkatnya kesadaran, diharapkan mereka dapat membuat pilihan yang lebih informasional dan berlandaskan pada pengetahuan yang tepat.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Profil Akademi Farmasi Yarsi Pontianak

Akademi Farmasi Yarsi Pontianak adalah perguruan tinggi swasta yang dikelola oleh Yayasan Rumah Sakit Islam (YARSI) Pontianak bekerjasama dengan Yayasan Permata Khatulistiwa. Akademi Farmasi Yarsi Pontianak juga masuk dalam naungan dikti dan diklasifikasikan dalam wilayah Kopertis 11. Akademi Farmasi Yarsi Pontianak beralamat di Jalan Panglima Aim No 2 Pontianak Timur dan satu-satunya perguruan tinggi farmasi swasta di Pontianak (Profil, 2021).

Akademi Farmasi Yarsi Pontianak atau yang kerap disebut Akfar Yarsi Pontianak adalah sebuah perguruan tinggi yang berbasis di Pontianak. Bergerak di bidang farmasi untuk mewujudkan terciptanya masyarakat yang sehat dan mengembangkan sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan pembangunan baik di Kalimantan Barat maupun Indonesia.

Akademi Farmasi Yarsi Pontianak memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengembangkan sumber daya manusia sesuai kebutuhan pembangunan, baik di wilayah Kalimantan Barat maupun wilayah Indonesia. Berdasarkan surat Keputusan Kepala Pusdiknakes Nomor HK.00.06.1.3.0207 tanggal 7 Februari 2000 tentang Izin Penyelenggaraan Akademi Farmasi Yarsi Pontianak secara formal dibentuk Akfar Yarsi Pontianak yang merupakan konversi dari sekolah menengah farmasi (SMF) Yarsi Pontianak dan menetapkan Dra. Hj. Dewi Sutresna. TN, Apt sebagai direktur (Akfar, 2017).

Dalam perkembangan selanjutnya, Yayasan Permata Khatulistiwa Pontianak diubah menjadi Lembaga Permata Khatulistiwa, berdasarkan akta Notaris Gunardi Muhamad Hasan, SH No. 02 mulai tanggal 1 November 2008. Sehingga dengan demikian, Surat Pernyataan Kerjasama Tahun 1986 secara yuridis batal demi hukum.

Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, serta berbagai peraturan perundang undangan lainnya, mewajibkan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta untuk menyusun/memiliki statute. Statute Akfar Yarsi Pontianak dibuat berdasarkan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga Yayasan Rumah Sakit Islam Pontianak. Sebagai pedoman dasar bagi pengembangan modal intelektual, perencanaan manajemen organisasi, pengembangan program, dan penyelenggaraan tridharma perguruan tinggi.

Pada tahun 2018, Akademi Farmasi Yarsi Pontianak telah terakreditasi oleh Lembaga Akreditasi Mandiri Perguruan Tinggi Kesehatan (LAMPTKes). Hal ini merupakan bukti kualitas unggul program studi farmasi Akfar Yarsi Pontianak yang sudah baik.



Gambar 1. Akademi Farmasi Yarsi Pontianak
(Sumber : akfaryarsiptk.ac.id)

Berdasarkan data kampus Akfar Yarsi Pontianak tahun 2022 hingga 2024 jumlah mahasiswa/i sebanyak 415 orang. Data mahasiswa/i Akfar Yarsi Pontianak tahun 2022 sebanyak 177 orang, 127 orang pada tahun 2023, dan 111 orang pada tahun 2024.

1.2 Aspek Kesadaran

1.2.1 Pengertian Kesadaran

Kesadaran adalah pengetahuan, sadar dan tahu. Mengetahui atau sadar tentang keadaan tergugahnya jiwa terhadap sesuatu. Poedjawjatna menekankan adanya faktor kesenjangan dalam memilih tindakan baik dan buruk. Faktor kesenjangan ini menyebabkan seseorang yang sadar menjadi tidak sadar, yang tahu menjadi tidak tahu, yang terbangun seperti tidur, tidak tergugah hatinya terhadap sesuatu, baik dan buruk seperti sama, tidak waras, masa bodoh, tidak menyadari tingkah lakunya/tidak sadar akan tindakannya (Ladaria et al., 2020).

Pengembangan Theory of Planned Behavior dengan variabel kesadaran dilakukan oleh beberapa penelitian yang sudah ada. Dalam industri kecantikan dan perawatan kulit, penelitian yang telah dilakukan pada umumnya terkait dengan sifat halal dari produk kecantikan dan perawatan kulit yang ada. Selain itu, kesadaran juga menjadi salah satu faktor penting dalam konsumsi produk pangan organik. Dapat dilihat bahwa penelitian-penelitian yang memanfaatkan variabel kesadaran dalam pengembangan model Theory of Planned Behavior-nya termasuk dalam industri yang perlu memperhatikan keamanan produk yang dikonsumsi, karena penggunaan produk yang tidak aman untuk dikonsumsi dapat berdampak buruk bagi kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran adalah salah satu

faktor yang krusial dalam menentukan perilaku pembelian (Nattassha *et al.*, 2024).

1.2.2 Tingkat Kesadaran

Tingkat Kesadaran, dapat diukur melalui tahapan-tahapan (Geller, 2016) sebagai berikut:

1. Ketidakmampuan tidak sadar (Unconscious Incompetence) merupakan tahapan seseorang tidak sadar bahwa dirinya tidak mampu dan tidak mengerti apa yang seharusnya dilakukan.
2. Kemampuan sadar (Conscious Incompetence) yaitu tahapan dimana seseorang menyadari bahwa dia tidak mampu namun dia berusaha untuk melakukan pembelajaran agar hal yang dilakukannya benar.
3. Kompetensi sadar (Conscious Competence), yaitu tahapan dimana seseorang merasa percaya diri daripada tahap sebelumnya karena dia telah mengikuti aturan yang telah ditetapkan dan memiliki keinginan untuk naik ke tingkat selanjutnya.
4. Kompetensi yang tidak di sadari (Unconscious Competence), yaitu tahapan terakhir dimana seseorang diibaratkan sudah mandarah daging yaitu dimana seseorang telah menjadikannya sebuah kebiasaan dan mengetahui bahwa yang dilakukannya adalah benar.

1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesadaran

Beberapa faktor yang mempengaruhi kesadaran konsumen antara lain:

1. Pendidikan

Tingkat pendidikan yang lebih tinggi sering kali berbanding lurus dengan

tingkat kesadaran konsumen terhadap produk yang mereka pilih (Khadijatul et al., 2022).

2. Akses Informasi

Kemudahan dalam mengakses informasi melalui internet dan media sosial dapat meningkatkan kesadaran konsumen mengenai berbagai pilihan produk (Handriana et al., 2020).

3. Pengalaman

Pengalaman pribadi dan ulasan dari pengguna lain dapat mempengaruhi kesadaran dan keputusan konsumen dalam memilih produk (Shahid et al., 2018).

1.3 Aspek Pengetahuan

1.3.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat di benak seseorang (Meliono, Irmayanti,dkk.2019). Pengetahuan merupakan hasil tahu dan ini dihasilkan setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui panca indra manusia yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba (Febriani et al., 2024). Berdasar dua definisi di atas, pengetahuan merupakan suatu proses mengingat hal-hal yang telah dipelajari melalui panca indera pada suatu bidang tertentu dengan baik.

1.3.2 Tingkat Pengetahuan

Menurut (Pakpahan et al., 2021), pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan yaitu:

1. Tahu (Know)

Tahu merupakan kemampuan mengingat sesuatu materi yang telah diperoleh dan dipelajari sebelumnya. Tahu merupakan tingkatan pengetahuan yang paling rendah.

2. Memahami (Comprehension)

Memahami merupakan kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang suatu obyek yang diketahui serta memiliki kemampuan untuk menginterpretasikan materi secara benar. Seseorang yang telah paham terhadap obyek atau materi harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, dan meramalkan.

3. Aplikasi (Application)

Aplikasi merupakan kemampuan untuk menjabarkan suatu materi yang telah diperoleh dan dipelajari pada suatu situasi atau kondisi yang sesungguhnya.

4. Analisis (Analysis)

Analisis merupakan suatu kemampuan untuk menjabarkan suatu materi atau obyek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih dalam suatu organisasi tersebut dan masih ada kaitannya satu dengan yang lain.

5. Sintesis (Synthesis)

Sintesis menunjukkan pada suatu kemampuan bahwa untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang telah ada.

6. Evaluasi (Evaluation)

Evaluasi yaitu kemampuan untuk melakukan penelitian terhadap suatu materi atau obyek. Penilaian-penilaian ini di dasarkan pada suatu kriteria yang telah ada.

1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Pokhrel, 2024 mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan ada enam, yaitu: Pendidikan, Informasi atau media massa, Sosial, budaya, dan ekonomi Lingkungan, Pengalaman, Usia. Adapun masing-masing faktor adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan diluar sekolah (baik formal maupun nonformal), berlangsung seumur hidup. Pengetahuan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah seseorang tersebut untuk menerima informasi. Pengetahuan sangat erat kaitannya dengan pendidikan di mana diharapkan seseorang dengan pendidikan tinggi, orang tersebut akan semakin luas pula pengetahuannya. Namun, perlu diketahui bahwa seseorang yang berpendidikan rendah tidak berarti mutlak berpengetahuan rendah pula.

Peningkatan pengetahuan tidak mutlak diperoleh dari pendidikan formal, akan tetapi juga dapat diperoleh pada pendidikan nonformal. Pengetahuan seseorang tentang sesuatu objek juga mengandung dua aspek positif dan negatif. Kedua aspek inilah yang akhirnya akan menentukan sikap seseorang.

2. Informasi atau Media Massa

Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui, namun ada pula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan selain itu informasi juga dapat didefinisikan sebagai suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu. Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun nonformal dapat memberikan pengaruh jangka pendek (immediate impact) sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan.

3. Sosial, Budaya, dan Ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang dilakukan orang-orang tanpa melalui penalaran apakah akan dilakukan baik atau buruk. Dengan demikian, seseorang akan bertambah pengetahuan walaupun tidak melakukan. Status seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu. Sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi pengetahuan seseorang.

4. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada disekitar individu baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik maupun tidak, yang akan direspon oleh setiap individu.

5. Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu. Pengalaman belajar dalam bekerja yang dikembangkan akan memberikan pengetahuan yang profesional.

6. Usia

Usia mempengaruhi daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah usia akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin membaik pada usia madya, individu akan berperan aktif dalam masyarakat dan kehidupan sosial, serta lebih banyak melakukan persiapan demi upaya menyesuaikan diri menuju usia tua. Selain itu orang usia madya akan lebih banyak menggunakan waktunya untuk membaca.

1.4 Kosmetik

1.4.1 Pengertian Kosmetik

Kosmetik berasal dari bahasa Yunani “kosmetikos” yang berarti menghias atau mengatur. Sejak abad 19 kosmetik berfungsi sebagai alat kecantikan. Kosmetik mengalami perkembangan pesat pada abad 20 dan banyak dilakukan produksi massal serta menjadi bagian dari dunia usaha kecantikan. Pada era modern, selain untuk mempercantik pengguna, kosmetik berfungsi untuk menjaga kesehatan. Fungsi kesehatan pada kosmetik bukan sebagai obat, tetapi sebagai alat pendukung menjaga kesehatan seperti mencegah munculnya jerawat dan menjaga

keseimbangan warna kulit. Lain daripada itu, tujuan utama penggunaan kosmetik saat ini yaitu meningkatkan rasa percaya diri, meningkatkan daya tarik yang dimiliki melalui penggunaan make up, melindungi kulit dari kerusakan akibat paparan sinar ultraviolet (Amanu, 2019).

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Peraturan Kepala BPOM RI Nomor HK.03.1.23.08.11.07331 tahun 2011 tentang Metode Analisis Kosmetik menyebutkan bahwa kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, dan mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik (Briliani & Dkk, 2016).

Menurut Tranggono, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan untuk membuat kosmetik yang aman, yaitu:

1. Tujuan pemakaian kosmetik, sesuai iklim lingkungan pemakainya, dan bagaimana jenis kulit pemakainya.
2. Pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi dan tidak berbahaya untuk kulit dan tubuh.
3. Pemilihan zat pewarna dan zat pewangi yang tidak menimbulkan reaksi jika terkena sinar matahari.
4. Cara pengolahan yang ilmiah, modern, dan higienis.
5. Harus dibuat pH seimbang (pH-balanced).
6. Pengujian klinis hasil produk sebelum diedarkan ke masyarakat.

7. Pemilihan kemasan yang baik, yang tidak merusak produk dan kulit pemakainya. (Briliani & Dkk, 2016).

1.4.2 Klasifikasi Kosmetik

Klasifikasi kosmetik diklasifikasikan menjadi 3 kelompok utama (Shivsaran U.S et al, 2014) yaitu:

1. Sesuai penggunaannya:
 - a. Digunakan untuk kulit contohnya, krim, bedak, lotion, deodorant
 - b. Digunakan untuk kuku contohnya, pembersih cat kuku, cat kuku
 - c. Digunakan untuk mata contohnya, bulu mata palsu, krim mata, eyeliners
2. Sesuai fungsinya:
 - a. Fungsi kuratif atau terapeutik contohnya, antiperspirant
 - b. Fungsi pelindung contohnya, bedak wajah
 - c. Fungsi dekoratif contohnya, lipstik, bulu mata, cat kuku
3. Sesuai dengan sifat fisiknya:
 - a. Aerosol contohnya, parfum rambut, krim pencukur
 - b. Emulsi contohnya, pembersih
 - c. Minyak contohnya, minyak rambut
 - d. Pasta contohnya, pasta gigi, deodoran pasta
 - e. Bubuk contohnya bedak muka, bedak talkum

1.4.3 Penggolongan Kosmetik

Penggolongan Kosmetika dalam surat edaran BPOM No.HK.07.4.42.01.16.84 Tahun 2016:

1. Sediaan bayi, misalnya baby oil, baby lotion, baby cream, dan sediaan bayi

lainnya.

2. Sediaan perawatan kulit, misalnya masker, masker mata.
3. Sediaan rias wajah, misalnya dasar make-up, alas bedak.
4. Sediaan mandi, misalnya sabun mandi dan sabun mandi antiseptic
5. Sediaan wangi-wangian, misalnya pewangi badan, parfum, dan eau de parfum.
6. Sediaan perawatan kulit, misalnya lulur dan mangir
7. Sediaan rambut, misalnya depilatori
8. Sediaan kebersihan badan, misalnya penyegar kulit, krim malam, krim siang, dan pelembab.
9. Sediaan cukur, misalnya sediaan cukur dan sediaan pasca cukur.
10. Sediaan rias mata, misalnya pensil alis, bayangan mata, eye liner, maskara, dan sediaan rias mata lainnya.
11. Sediaan hygiene mulut, misalnya pasta gigi, mouth washes dan penyegar mulut.
12. Sediaan kuku, misalnya nail dryer dan pewarna kuku
13. Sediaan tabir surya
14. Sediaan mandi surya Sediaan menggelapkan kulit, misalnya sediaan untuk menggelapkan kulit tanpa berjemur.

1.4.4 Persyaratan Kosmetik

Sebelum suatu produk farmasi atau kosmetika dapat di jual kepada umum, produsen harus menyerahkan kepada pemerintah cara pemakaian produk itu disertai dengan laporan tentang hasil-hasil pengujian keamanannya kepada hewan, manusia dan klinis. Berdasar keterangan tersebut, obat atau kosmetika yang oleh pemerintah dianggap berbahaya bagi umum dapat dilarang untuk diedarkan

(BPOM RI, 2018).

Kosmetik yang diproduksi dan atau diedarkan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Menggunakan bahan yang memenuhi standar dan persyaratan mutu serta persyaratan lain yang ditetapkan.
2. Diproduksi dengan menggunakan cara pembuatan kosmetik yang baik.
3. Terdaftar dan mendapat izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.

Penggolongan kosmetik dalam Pratiwi et al., (2021) cara pembuatan sebagai berikut:

- a. Kosmetik modern Kosmetik modern, diramu dari bahan kimia dan diolah secara modern (termasuk diantaranya adalah cosmedi)
- b. Kosmetik tradisional
 - 1) Betul-betul tradisional, misalnya mangir, lulur, yang dibuat dari bahan alam dan diolah menurut resep dan cara turun menurun.
 - 2) Semi tradisional, diolah secara modern dan diberi bahan pengawet agar tahan lama.
 - 3) Hanya namanya yang tradisional, tanpa komponen yang benar-benar tradisional dan diberi warna yang menyerupai bahan tradisional.

Penggolongan menurut kegunaannya bagi kulit:

- a. Kosmetik perawatan kulit (skin-care cosmetics)

Jenis ini perlu untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit termasuk didalamnya adalah:

- 1) Kosmetik untuk membersihkan kulit (cleanser) : sabun, cleansing cream, cleansing milk, dan penyegar kulit (freshener).
- 2) Kosmetik untuk melembabkan kulit (moisturizer), misalnya moisturizing cream, night cream, anti wrinkle cream.
- 3) Kosmetik pelindung kulit, misalnya sunscreean cream, dan sunscreen foundation, sun block / lotion.
- 4) Kosmetik untuk menipiskan atau mengampelas kulit (peeling) misalnya scrub cream yang berisikan butiran- butiran bulat halus yang berfungsi sebagai pengampelas (abrasiver).

b. Kosmetik riasan (dekoratif atau make-up)

Jenis ini diperlukan untuk merias dan menutup cacat pada kulit sehingga menghasilkan penampilan yang lebih menarik serta menimbulkan efek psikologis yang baik, seperti percaya diri (*self confidence*). Dalam kosmetik riasan, peranan zat pewarna dan zat pewangi sangat besar.

c. Persyaratan Bahan

Persyaratan bahan kosmetik Menurut Badan POM nomor 18 tahun 2015 bahan kosmetika harus:

- 1) Bahan kosmetika harus memenuhi persyaratan mutu sebagaimana dalam kodeks kosmetika indonesia atau standart lain yang diakui sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 2) Bahan yang digunakan harus terdaftar pada peraturan BPOM.
- 3) Bahan kosmetika yang tidak terdaftar pada peraturan BPOM hanya diperbolehkan digunakan sepanjang memenuhi persyaratan keamanan,

kemanfaatan, dan mutu serta disertai dengan adanya pembuktian secara empiris atau ilmiah.

- 4) Bahan alam di indonesia dapat digunakan sebagai pewarna/pengawet/tabir surya sepanjang disertai pembuktian empiris atau ilmiah.

1.4.5 Bahan Kosmetik

Bahan kosmetik adalah bahan atau campuran bahan yang berasal dari alam dan/atau sintetik yang merupakan komponen kosmetik termasuk bahan pewarna, bahan pengawet dan bahan tabir surya. Bahan kosmetik harus memenuhi persyaratan keamanan sebagaimana tercantum dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 17 tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik.

Dalam peraturan tersebut terdapat 5 lampiran yang mengatur tentang bahan kosmetik, terdiri dari:

1. Lampiran I daftar bahan yang diizinkan digunakan dalam kosmetik dengan pembatasan dan persyaratan penggunaan;
2. Lampiran II daftar bahan pewarna yang diizinkan dalam kosmetik ;
3. Lampiran III daftar bahan pengawet yang dalam kosmetik;
4. Lampiran IV daftar bahan tabir surya yang diizinkan dalam kosmetik;
5. Lampiran V daftar bahan yang tidak diizinkan digunakan dalam kosmetik.

Bahan kosmetik yang tidak termasuk dalam Lampiran I dapat digunakan sepanjang memenuhi persyaratan keamanan, kemanfaatan, dan mutu, dimana

harus disertai pembuktian secara empiris atau ilmiah dan harus dicantumkan dalam Dokumen Informasi Produk. Bahan alam di Indonesia dapat digunakan sebagai bahan pewarna/bahan pengawet/bahan tabir surya setelah mendapatkan persetujuan dari Kepala Badan melalui Direktorat Standardisasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetik. Untuk mendapatkan persetujuan Pelaku Usaha harus mengajukan permohonan pengkajian keamanan, kemanfaatan, dan/atau mutu penggunaan Bahan Kosmetika secara elektronik kepada Kepala Badan melalui Direktorat Standardisasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik.

Beberapa jenis zat berbahaya yang dilarang dalam penambahan bahan kosmetik diantaranya:

1. Merkuri, banyak disalahgunakan sebagai bahan pemutih/pencerah kulit, bersifat karsinogenik (menyebabkan kanker) dan teratogenik (mengakibatkan cacat pada janin).
2. Asam Retinoat, banyak disalahgunakan sebagai pengelupas kulit kimiawi (peeling), bersifat teratogenik.
3. Hidrokinon, banyak disalahgunakan sebagai bahan pemutih/pencerah kulit, selain dapat menyebabkan iritasi kulit, juga dapat menimbulkan ochronosis (kulit berwarna kehitaman) yang mulai terlihat setelah 6 bulan penggunaan dan kemungkinan bersifat irreversible (tidak dapat dipulihkan).
4. Bahan pewarna Merah K3 dan Merah K10, banyak disalahgunakan pada lipstick atau sediaan dekoratif lain (pemulas kelopak mata dan perona pipi). Kedua zat warna ini bersifat karsinogenik (Suhendri et al. 2021).

1.4.6 Klaim kosmetik

Konsumen seringkali terpengaruh oleh janji kosmetik yang berlebihan namun sebenarnya dilarang. Dalam penggunaan kosmetik, konsumen juga seringkali ingin mendapatkan hasil yang cepat (Rachmawati, 2023). Maka dari itu, klaim kosmetik sebagai suatu komponen yang hanya dapat diaplikasikan di tubuh bagian luar perlu diatur. Pernyataan atau informasi terkait manfaat, keamanan, dan/atau pernyataan lain terkait kosmetika merupakan pengertian dari klaim (BPOM, 2020). Klaim pada label atau iklan kosmetik harus memenuhi kriteria patuh terhadap hukum, benar, jujur, adil, dapat dibuktikan, jelas dan mudah dipahami. Selain itu, mengacu pada pengertian terkait kosmetik, klaim kosmetik tidak diperbolehkan seolah-olah dapat sebagai obat atau bertujuan untuk mencegah suatu penyakit. Klaim yang tidak diizinkan tetapi sering kita temui antara lain menghilangkan bintik-bintik hitam dan memutihkan wajah pada wajah untuk produk pencerah, mengatasi peradangan akibat jerawat pada sediaan untuk kulit berjerawat dan mengontrol produksi sebum/minyak pada deodoran. Padahal, klaim tersebut tidak diizinkan berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika. Ketentuan klaim untuk peredaran kosmetik di Indonesia harus memenuhi ketentuan seperti dievaluasi dari keseluruhan kalimat, benar dan dapat dibuktikan, objektif, tidak menjanjikan hasil mutlak seketika, tidak bertujuan untuk pengobatan, tidak mencantumkan pernyataan dari suatu organisasi, tidak menggunakan kata berlebihan, tidak menggambarkan atau menimbulkan kesan adanya anjuran, tidak memuat nama, logo, atau identitas lembaga atau kementerian, tidak menggunakan kata superlatif,

tidak menggunakan kata 100%, murni, asli kecuali terbukti, tidak menggunakan kata satu-satunya, hanya dan cuma.

1.4.7 Cara Memilih Kosmetik Yang Baik dan Aman

Cara yang dapat dilakukan untuk menyakinkan keamanan suatu produk kosmetik, dapat dilakukan dengan “Cek KLIK”. Cek KLIK yaitu Cek Kemasan, Cek Label, Cek Izin edar, dan Cek Kadaluawarsa. Cek KLIK dapat dilakukan dengan mengakses website BPOM dengan laman www.pom.go.id (Fatmawati, F. 2019). Pengetahuan tersebut sangat penting untuk diketahui dan dipahami oleh konsumen, karena masih banyak produk kosmetik yang beredar dengan kandungan bahan berbahaya dan beredar secara ilegal atau belum mempunyai izin edar. Apalagi di Indonesia belum terdapat data penelitian tentang kebiasaan pemilihan kosmetik oleh konsumen (Nurhan dkk, 2017).

1.4.8 Cara Pembuatan Kosmetik Yang Baik dan Aman

Dalam memproduksi kosmetik yang aman, suatu perusahaan harus menerapkan cara pembuatan kosmetik yang baik (CPKB) yaitu seluruh aspek kegiatan pembuatan kosmetika yang bertujuan untuk menjamin agar produk yang dihasilkan senantiasa memenuhi persyaratan mutu yang ditetapkan sesuai dengan tujuan penggunaannya. Untuk mengedarkannya, kosmetika wajib memenuhi standar dan/atau persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (BPOM, 2003).

Pedoman Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) merupakan panduan untuk memastikan bahwa produk secara konsisten dibuat dan dikontrol agar memenuhi spesifikasi mutu yang ditetapkan. CPKB merupakan pedoman

yang mencakup semua aspek produksi dan pengawasan mutu. Berikut adalah pedoman Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik Berdasarkan Peraturan BPOM No. 25 Tahun 2019:

1. Sistem manajemen mutu;
2. Personalia;
3. Bangunan dan fasilitas;
4. Peralatan;
5. Sanitasi dan higiene;
6. Produksi;
7. Pengawasan mutu;
8. Dokumentasi;
9. Audit internal;
10. Penyimpanan;
11. Kontrak produksi dan pengujian; dan
12. Penanganan keluhan dan penarikan produk.

1.5 Uji Statistik Dalam Analisis Hubungan atau Lainnya

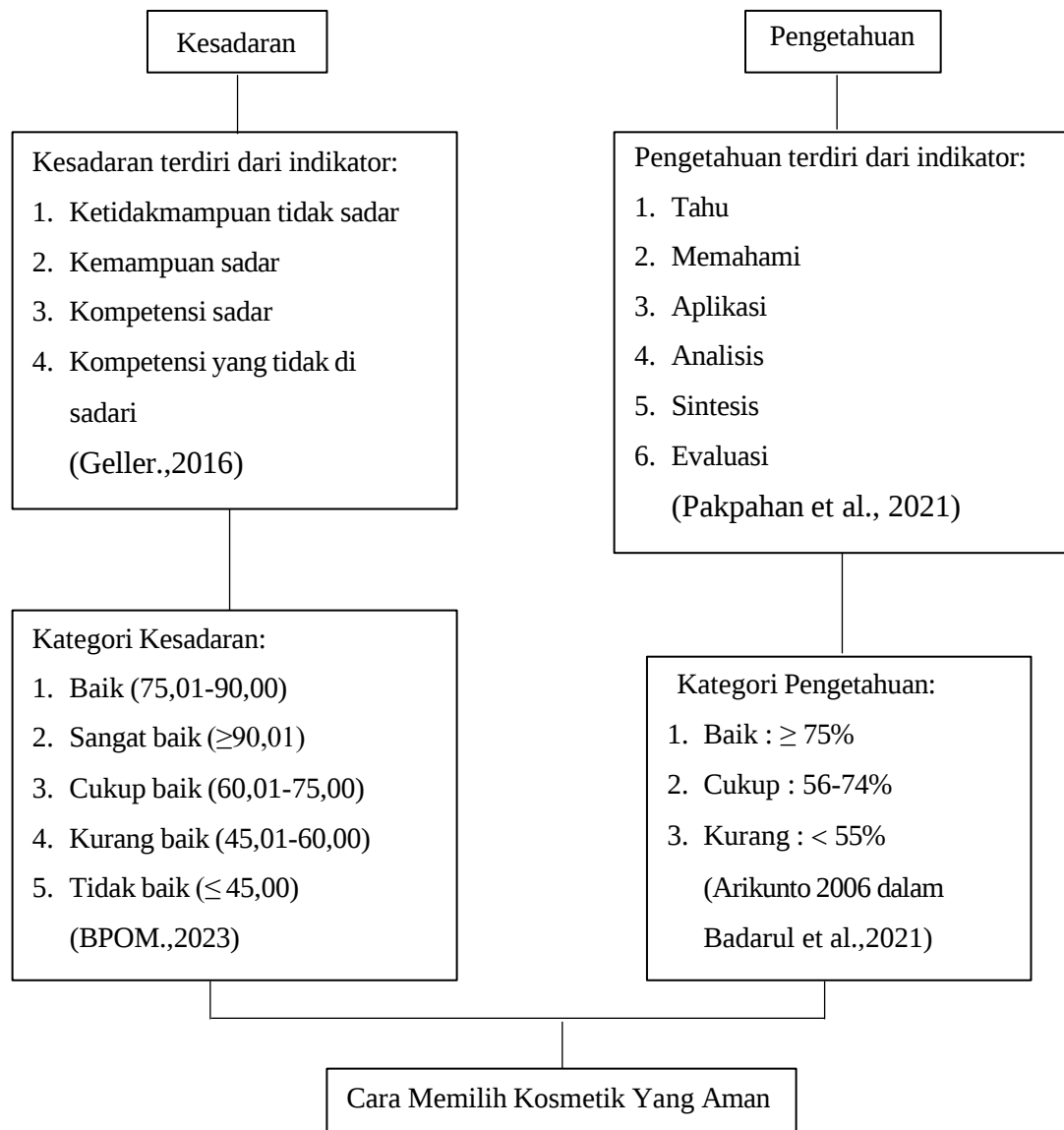
Untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Oleh karena itu, metode analisis yang paling tepat digunakan untuk penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, yang memang bertujuan untuk membuktikan hipotesis apakah ada pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen (Sekaran & Bougie, 2016). Selain itu, juga dilakukan uji-uji yang menjadi prasyarat untuk analisis regresi linear berganda, yaitu uji validitas dan reliabilitas konstruk dan uji asumsi klasik

(Sugiyono, 2023).

1.6 Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan visualisasi hubungan antara berbagai variabel untuk menjelaskan sebuah fenomena (Wibowo, 2014). Hubungan antara berbagai variabel digambarkan dengan lengkap dan menyeluruh dengan alur dan skema yang menjelaskan sebab akibat suatu fenomena. Sumber pembuatan kerangka teori adalah dari paparan satu atau lebih teori yang terdapat pada tinjauan pustaka. Pemilihan teori dapat menggunakan salah satu teori atau memodifikasi dari berbagai teori, selama teori yang dipilih relevan dengan keseluruhan substansi penelitian yang akan dilakukan. Penentuan kerangka teori harus sesuai dengan topik atau permasalahan penelitian dan tujuan dari penelitian (Anggreni, 2022).

Untuk lebih jelasnya kerangka teori dapat dilihat seperti di bawah ini:



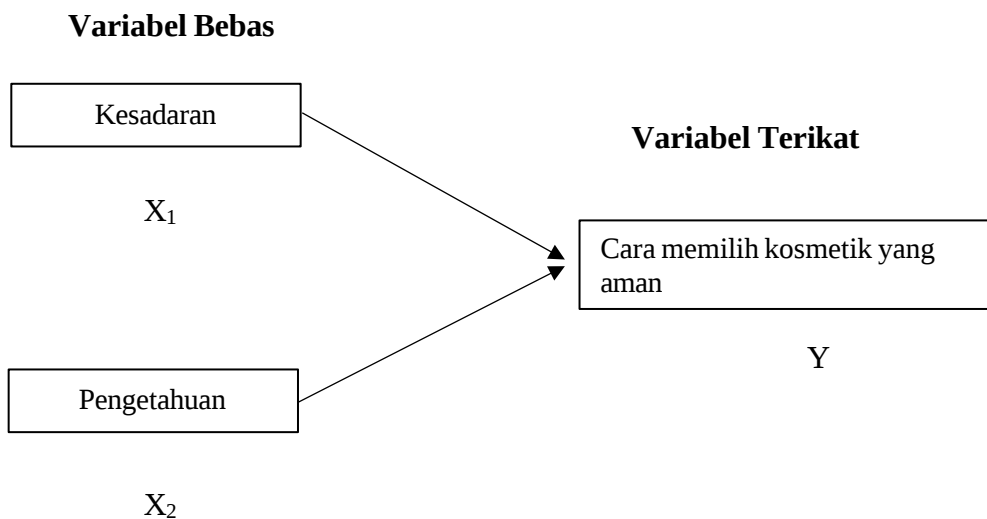
Gambar 2. Kerangka Teori

1.7 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep adalah hubungan antara konsep yang dibangun berdasarkan hasil-hasil studi empiris terdahulu sebagai pedoman dalam melakukan penelitian. Konsep merupakan abstraksi yang terbentuk oleh generalisasi dari hal-hal yang khusus. Oleh karena konsep merupakan abstraksi,

maka konsep tidak dapat langsung diamati atau diukur. Konsep hanya dapat diamati dan diukur melalui konstruk yang dikenal dengan istilah variabel.

Kerangka konsep merupakan visualisasi hubungan antara berbagai variabel, yang dirumuskan oleh peneliti setelah membaca berbagai teori (Masturoh & Anggita, 2018). Konsep penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Konsep

Peneliti ingin melihat pengaruh kesadaran mahasiswi terhadap pengetahuan tentang keamanan dalam memilih kosmetik yang aman.

1.8 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016), hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H0:

1. Kesadaran tidak berpengaruh terhadap pengetahuan cara memilih kosmetik yang aman

Ha:

1. Kesadaran berpengaruh terhadap pengetahuan cara memilih kosmetik yang aman

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskripsi secara kuantitatif dengan menggunakan metode *cross sectional* yang merupakan metode penelitian yang mengumpulkan data pada satu titik waktu atau dalam jangka waktu yang singkat. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh terhadap variabel dependen dengan variabel independen. Desain penelitian analisis kuantitatif dengan cara pemberian kuesioner melalui *gform* yang dilakukan untuk mengumpulkan seluruh data pengaruh kesadaran mahasiswa terhadap pengetahuan tentang keamanan dalam memilih kosmetik yang aman.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Juni 2025. Lokasi penelitian di Akademi Farmasi Yarsi Pontianak.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa konsumen yang menggunakan produk kosmetik di Akademi Farmasi Yarsi Pontianak. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Seluruh Mahasiswa Putri Tingkat 2 Akademi Farmasi Yarsi Pontianak yang berjumlah 102 orang. Penggunaan tingkat

2 juga membantu peneliti mengatasi keterbatasan seperti waktu, tenaga, dan biaya. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat fokus pada aspek-aspek kunci dari penelitian tanpa harus terhambat oleh kendala logistik. Dalam keseluruhan proses penelitian, memilih tingkat 2 dapat memberikan keuntungan signifikan dalam hal kedalaman analisis, efisiensi, dan keandalan hasil penelitian.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non- probabilitay dengan teknik purposive sampling.

Jumlah sampel yang ditargetkan pada penelitian ini ditentukan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$

Keterangan:

n adalah jumlah sampel yang dicari

N adalah jumlah populasi

e adalah margin eror yang ditoleransi (0,05)

Hasil perhitungan sampel dapat dilihat seperti di bawah ini:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{(1 + (N \times e^2))} \\ &= \frac{102}{1 + 102 \times 0,05^2} \\ &= \frac{102}{1,255} = 81,27 = 82 \text{ orang} \end{aligned}$$

Jadi, sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 82 orang berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria inklusi dan eksklusi sebagai berikut:

1. Kriteria Inklusi

- a. Mahasiswa Putri Akademi Farmasi Yarsi Pontianak
- b. Menggunakan kosmetik secara rutin
- c. Bersedia menjadi responden
- d. Memiliki pengetahuan dasar tentang kosmetik.

2. Kriteria Eksklus

- a. Mahasiswa Putra Akademi Farmasi Yarsi Pontianak
- b. Wanita bukan Mahasiswa Akademi Farmasi Yarsi Pontianak
- c. Tidak Menggunakan kosmetik secara rutin
- d. Tidak bersedia menjadi responden
- e. Tidak memiliki dasar tentang kosmetik

3.4 Definisi Operasional

Menurut (Soemadi, 2023) definisi operasional menjelaskan cara mengukur variabel. Suatu definisi variabel diberikan dengan memberikan makna, menetapkan kegiatan, atau membenarkan operasi yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Untuk penelitian ini, definisi operasional dari masing-masing variabel yang di gunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala
Kesadaran	Kesadaran mental yang dimiliki seseorang untuk memberikan respon yang sesuai terhadap lingkungan dan orang disekitarnya	1. Ketidakmampuan tidak sadar (<i>Unconscious Incompetence</i>) 2. Kemampuan sadar (<i>Conscious Incompetence</i>) 3. Kompetensi sadar (<i>Conscious Competence</i>) 4. Kompetensi yang tidak disadari (<i>Unconscious Competence</i>)	Kuesioner	1. Baik (75,01-90,00) 2. Sangat baik ($\geq 90,01$) 3. Cukup baik (60,01-75,00) 4. Kurang baik (45,01-60,00) 5. Tidak baik ($\leq 45,00$)	Ordinal
Pengetahuan	Pemahaman dan informasi yang dimiliki oleh mahasiswa mengenai produk kosmetik yang aman.	1. Tahu (<i>know</i>) 2. Memahami (<i>comprehensions</i>) 3. Aplikasi (<i>application</i>) 4. Analisis (<i>analysis</i>) 5. Sintesis (<i>synthesis</i>) 6. Evaluasi (<i>evaluation</i>)	Kuesioner	1. Baik : $\geq 75\%$ 2. Cukup : 56-74% 3. Kurang : $< 55\%$	Ordinal

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei. Survei (*survey*) atau lengkapnya *self-administered survey* adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pernyataan atau pertanyaan kepada responden individu. Kuesioner dibagikan melalui *gform*. Kuesioner ini berisi pernyataan dan terbagi menjadi dua bagian yaitu 5 pernyataan tentang kesadaran, dan 10 pernyataan tentang pengetahuan.

Pengumpulan data dapat menggunakan sumber sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang secara langsung menyediakan pengumpulan data (Sugiyono, 2015). Data primer diperoleh dari hasil survei kesadaran dan pengetahuan mahasiswi Akademi Farmasi Yarsi Pontianak terhadap keamanan kosmetik dalam pemilihan kosmetik.

Data yang dikumpulkan dapat dibuat bentuk tabel dan dinarasikan, kemudian di kategorikan menurut tingkat kesadaran dan pengetahuan sebagai berikut:

Tabel 2. Kategori Kesadaran Berdasarkan Nilai

Kategori	Nilai
Sangat Baik	$\geq 90,01$
Baik	75,01-90,00
Cukup Baik	60,01-75,00
Kurang Baik	45,01-60,00
Tidak Baik	$\leq 45,00$

(Sumber: Badan Pengawas Obat dan Makanan.,2023)

Tabel 3. Kategori Pengetahuan Berdasarkan Nilai

Kategori	Nilai
Baik	$\geq 75\%$
Cukup	56-74%
Kurang	$< 55\%$

(Sumber: Arikunto 2006 dalam Badarul et al., 2021)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah dan disajikan lebih lanjut oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain (Windasari, 2013). Data sekunder pada penelitian ini yaitu laporan kasus, literatur, artikel, jurnal yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan serta melakukan pengolahan data dari hasil jawaban responden pada kuesioner.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) “instrumen penelitian” adalah “suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner”.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kuesioner:

1. Informed consent kesediaan menjadi responden
2. Kuesioner tertutup

Untuk mengetahui apakah instrumen ini “valid” dan “reliable” dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner yang disebarkan dengan menggunakan Google Form. Untuk kuesioner pengetahuan menggunakan skala Guttman yang terdiri dari 10 pertanyaan dimana untuk penilaian tingkat pengetahuan, masing-masing diberikan skor dan penilaian. Dimana tiap jawaban pernyataan bernilai yaitu: untuk

pernyataan positif jawaban Benar mendapat skor 1 dan jawaban Salah mendapat skor 0. Dan untuk pernyataan negatif jawaban Salah mendapat skor 1 dan jawaban Benar mendapat skor 0.

Untuk kuesioner kesadaran menggunakan skala likert yang terdiri dari 5 pernyataan dengan 5 jawaban yaitu: Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Kurang Setuju (KS) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1 (Sugiyono, 2006).

Untuk mengetahui apakah instrumen ini “valid” dan “realible” dilakukan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik seperti berikut.

3.6.1 Uji Validitas

Saptutyningsih dan Setyaningrum (2020) menjelaskan bahwasannya uji validitas ialah sebuah alat ukur yang cocok dilakukan guna mengukur objek dan keakuratan tes pengukuran objek yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen dapat berfungsi dengan baik mengukur seluruh instrument secara keseluruhan dengan tepat. Apabila mengharapkan hasil yang valid pada setiap variabel, maka pernyataan dalam kuesioner harus dapat mengungkapkan pengukuran sesuatu melalui instrumen tersebut. Uji validitas menggunakan teknik correct item-total correlation dengan keputusan diambil berdasarkan hasil uji validitas setiap item uji, diantaranya:

1. Jika r hitung positif dan r hitung $> r$ tabel (0,361) maka variabel tersebut dikatakan valid.
2. Sebaliknya, jika r hitung tidak positif serta r hitung $< r$ tabel (0,338) maka alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Menurut Sugiyono (2019) digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian dan konsistensi dari indikator yang ada dalam kuesioner. Sehingga suatu penelitian yang baik selain harus valid juga harus reliabel supaya memiliki nilai ketepatan saat diuji dalam periode yang berbeda. Pengujian reliabilitas menggunakan metode koefisien reliabilitas Alpha Cornbach's. Dengan ketentuan:

1. Jika nilai cronbach's alpha $\alpha > 0,60$ maka pertanyaan/pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan terpercaya atau reliabel.
2. Jika nilai cronbach's alpha $\alpha < 0,60$ maka pertanyaan/pernyataan yang di cantumkan di dalam kuesioner dinyatakan tidak terpercaya atau tidak reliabel.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas sebuah data dengan begitu peneliti akan mengetahui keabsahan data serta dapat menghindari dari perkiraan terjadinya bias. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji normalitas dimaksudkan untuk melihat sebaran data, apakah data mendekati distribusi normal, yang dimaksud dengan distribusi normal yakni sebuah data yang baik akan membentuk seperti sebuah lonceng (Bell shaped) artinya tidak berat ke kiri maupun kanan (Ghozali, 2018). Oleh sebab itu, dalam pengujian normalitas memerlukan teknik uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang digambarkan melalui Asymp.Sig

(2-tailed) dengan syarat:

- a. Jika hasil signifikansi ($p < 0,05$), maka distribusi data yang di uji dapat diartikan tidak normal.
- b. Jika hasil signifikansi ($p > 0,05$), maka distribusi data yang di uji dapat diartikan normal.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Setelah menerima data yang dibutuhkan, masuk ke proses pengolahan data sebagai berikut:

1. Penyuntingan (Editing)

Hasil observasi yang diperoleh atau dikumpulkan melalui lembar observasi harus diolah terlebih dahulu. Secara umum editing adalah suatu kegiatan dimana isi formulir atau lembar observasi diperiksa dan dikoreksi: apakah lengkap, dalam arti semua langkah-langkah sudah diisi. (Notoatmodjo, 2018).

2. Memberikan Kode (Coding)

Setelah semua lembar observasi disiapkan atau diedit, maka dilakukan pengkodean atau coding, yaitu pengubahan data yang berupa kalimat atau huruf menjadi data numerik atau angka. (Notatmodjo, 2018).

Pengkodean atau penetapan kode ini sangat membantu dalam pemasukan data (data entry). Pengelompokan data dan pemberian kode atau nilai pada langkah-langkah yang dilakukan untuk memudahkan entry data dan analisis data.

Semua data yang diisi oleh responden akan dikodekan oleh peneliti untuk memudahkan masuk ke dalam komputer dan untuk menghindari memasukkan data yang sebelumnya dimasukkan atau diulang dengan data yang sama.

3. Pemberian Skor (Scoring)

Langkah penentuan skor terhadap jawaban responden dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang sesuai tergantung pada opini responden. Penghitungan scoring dengan menggunakan skala Likert pengukurannya sebagai berikut:

- a. Skor 4 untuk jawaban sangat setuju
- b. Skor 3 untuk jawaban setuju
- c. Skor 2 untuk jawaban kurang setuju
- d. Skor 1 untuk jawaban tidak setuju
- e. Skor 0 untuk jawaban sangat tidak setuju (Sugiyono, 2006)

Penghitungan scoring dengan menggunakan skala Guttman pengukurannya sebagai berikut:

- a. Skor 1 untuk benar
- b. Skor 0 untuk salah (Hombing, 2015)

4. Tabulasi (Tabulating)

Tabulasi ialah tabel-tabel yang dibuat dengan berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan.

5. Penyajian data tersusun

Hasil penyusunan dan pengelompokan data-data tersebut di atas, maka data dapat disajikan dalam bentuk tabel, gambar, bagan ataupun peta.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan untuk mendeskripsikan, menghitung, dan menginterpretasi kan suatu data penelitian. (Notoatmodjo, 2018).

3.8.1 Analisis Univariat

Jenis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis univariat (analisis deskriptif), yang bertujuan untuk mengungkap atau mendeskripsikan sifat masing-masing variabel penelitian (Notoatmodjo, 2018).

Analisa data adalah dengan univariat menampilkan distribusi frekuensi masing-masing variabel dengan cara menghitung persentase, yakni dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{X}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase

X = Jumlah kejadian responden

n = Jumlah seluruh responden

Analisis ini akan menghasilkan distribusi serta persentase, dan setiap variabel akan disajikan dalam bentuk angka. (Notatmodjo, 2018).

3.8.2 Teknik Bivariat

Analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara dua variabel, yaitu variabel independen (kesadaran) dan variabel dependen (pengetahuan) (Notoatmodjo, 2018). Dalam konteks penelitian ini, pengaruh tersebut dianalisis berdasarkan data kategorik yang diperoleh dari kuesioner kesadaran.

Uji statistik yang digunakan adalah Chi-Square, yaitu metode non-parametrik yang digunakan untuk menguji pengaruh atau asosiasi antara dua variabel kategorik. Uji ini dipilih karena kedua variabel yang dianalisis telah diklasifikasikan ke dalam kategori (seperti baik, cukup, kurang), sehingga sesuai untuk pendekatan Chi-Square. Hasil uji dianggap signifikan apabila nilai $p\text{-value} < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh yang bermakna secara statistik antara kesadaran terhadap pengetahuan (Setiawan, 2019).

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, nilai p-value yaitu 0,000 ($<0,005$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kesadaran terhadap pengetahuan mahasiswi Akademi Farmasi Yarsi Pontianak dalam memilih kosmetik yang aman. Semakin tinggi tingkat kesadaran, semakin baik pula tingkat pengetahuan mereka terhadap keamanan kosmetik.

5.2 Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel perilaku pemilihan kosmetik guna mengetahui sejauh mana pengetahuan dan kesadaran mahasiswa benar-benar diterapkan dalam praktik. Selain itu, perbandingan antar jurusan, seperti mahasiswa farmasi dan non-kesehatan, juga dapat dilakukan untuk melihat pengaruh latar belakang pendidikan terhadap pemahaman keamanan kosmetik. Variabel lain yang dapat dianalisis mencakup pengaruh iklan, media sosial, dan akses informasi sebagai faktor yang turut membentuk pengetahuan mahasiswa. Penelitian juga dapat difokuskan pada evaluasi pemahaman terhadap label kosmetik, seperti kemampuan membaca komposisi, mengenali kandungan berbahaya, dan memahami legalitas produk (izin BPOM, logo halal, dan sebagainya) sebagai bentuk literasi kosmetik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 1121–1133.
- Aisyah, R., Permatasari, D., & Yuliana, N. (2023). *Pengaruh media edukatif terhadap peningkatan pengetahuan kesehatan reproduksi mahasiswa*. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Digital*, 4(1), 14–22.
- Al-Saleh, I., & Al-Enazi, S. (2011). Assessment of lead and mercury in cosmetic products. *Regulatory Toxicology and Pharmacology*, 60(2), 232–240.
- Amalia, R., & Kartini, A. (2020). Pengaruh Kesadaran terhadap Pengetahuan Masyarakat dalam Memilih Kosmetik yang Aman di Kota Bandung. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas*, 14(2), 89–96.
- Amanu, A. A. (2019). Analisis Perilaku Pembelian Kosmetik Halal Berdasarkan Theory of Planned Behavior (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta Yogyakarta). UII.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Azizah, F., Saroh, S., & Zunaida, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pembelian Keripik Buah Di Umkm Olivia Di Desa Kambingan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang). *JIAGABI*, 13(1), 73–79.
- Azizah, T. N. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap

Keputusan Pembelian Bedak Wardah Di Mall Pekanbaru. 1–23.

Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslims' Purchase Intention. Proceedings of the 3rd International Conference on Management (3rd ICM 2013), Penang, Malaysia.

Badarul, A., Haq, A., Syah, F., Farmasi, A., & Pontianak, Y. (2021). PENGARUH MEDIA KALENDER PINTAR OBAT BEBAS CERDAS MENGGUNAKAN OBAT (STUDI KASUS PADA SISWA SMAN 1 KENDAWANGAN).

Barr, R. D., Galbraith, P. R., & Mai, M. (2010). Mercury and its health effects. *Pediatric Hematology and Oncology*, 27(6), 469–477.

BPOM RI., 2011. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.03.1.23.08.11.07331 Tentang Metode Analisis Kosmetika. Jakarta: BPOM.

BPOM RI (2015). Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2015. Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. diakses tanggal 22 Desember 2015.

BPOM RI. (2016). Surat Edaran BPOM No.HK.07.4.42.01.16.84 Tentang Pengujian Cemarkan Mikroba dan Logam Berat pada Sertifikat Analisis untuk Pengajuan Permohonan Surat Keterangan Impor (SKI) Kosmetika. Jakarta: BPOM RI.

BPOM RI (2019) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. Jakarta:

BPOM RI.

BPOM RI. (2020), A-Z Notifikasi Kosmetika di Indonesia, Direktorat Registrasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik.

Bonne, K., & Verbeke, W. (2008). Muslim consumer trust in halal meat status and control in Belgium. *Meat Science*, 79(1), 113–123.

Briliani, R. A., & Dkk. (2016). Analisis Kecenderungan Pemilihan Kosmetik Wanita di Kalangan Mahasiswi Jurusan Statistika Universitas Diponegoro Menggunakan Biplot Komponen Utama. *Jurnal Gaussian*, 5(3), 545.

Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). *The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model*. *Decision Support Systems*, 54(1), 461–470.

Darmawan, P. (2019). Aplikasi dual-process theory: karakteristik proses mental siswa dalam memecahkan masalah segi banyak. *Prosiding: Konferensi Nasional Matematika Dan IPA Universitas PGRI Banyuwangi*, 204–214.

Dwi Wahyuni Ambali, D., Banne Allo, L., & Karim Bin Abdul Latif, A. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan Dan Kesadaran Masyarakat Dengan Kebersihan Lingkungan Di Kelurahan Nanggala Sangpiak Salu Kecamatan Nanggala Kabupaten Toraja Utara Tahun 2019. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Promotif*, 6(1), 74–88.

Elva Fazirah & Ari Susanti. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Wardah di Kota Surakarta. 5(3), 246–254.

Faza, M. A. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli

melalui Citra Merek. Skripsi, 53(9), 1689–1699.

Fatmawati, Fenti. 2019. “Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Dalam Sosialisasi Bahaya Cemarkan Logam Berat Pada Kosmetik.” *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan* 19(1):73–84.

Febriani, C. A., Januartha, H., Oktavia, m., & Veronica, E. (2024). Edukasi Pencegahan Perundungan Pada Siswa Sekolah Dasar Negeri 2 Rajabasa Bandar Lampung. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(6), 24862497.

Fitriani, A., Handayani, S., & Puspitasari, D. (2020). Hubungan antara tingkat kesadaran konsumen terhadap kosmetik halal dengan pengetahuan pemilihan produk kosmetik. *Jurnal Farmasi dan Ilmu Kefarmasian Indonesia*, 7(2), 123–129.

Geller, E. S. (2016). *The Psychology of Safety Handbook*. In *The Psychology of Safety Handbook*.

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro.

Golnaz, R., Zainalabidin, M., Mad Nasir, S., & Eddie Chiew, F. C. (2010). Non-Muslims’ awareness of halal principles and related food products in Malaysia. *International Food Research Journal*, 17(3), 667–674.

Hamid, S. N. A., Hassali, M. A., & Shafie, A. A. (2020). Knowledge, Perception and Practice of Cosmetic Safety among Pharmacy Students in Malaysia.

Research Journal of Pharmacy and Technology, 13(2), 655–660.

Handriana, T., Yulianti, P., Kurniawati, M., Arina, N. A., Aisyah, R. A., Ayu Aryani, M. G., & Wandira, R. K. (2020). *Purchase behavior of millennial female generation on Halal cosmetic products. Journal of Islamic Marketing.*

Howell, W. S. (1982). *The Empathic Communicator. Wadsworth Publishing Company.*

Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Ladaria, Y. H., Lumintang, J., & Paat, C. J. (2020). Kajian Sosiologi tentang Tingkat Kesadaran Pendidikan pada Masyarakat Desa Labuan Kapelak Kecamatan Banggai Selatan Kabupaten Banggai Laut. *HOLISTIK : Jurnal of Social and Culture*, 13(2), 1–15.

Lubis, V. H., Sugiyono, S., & ... (2023). Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Remaja Dengan Penggunaan Kosmetik Pencerah Wajah Yang Legal.

Luh, N., Arma Ningsih, G., Nyoman, N., & Suasih, R. (2024). Pengaruh K-Culture terhadap Perilaku Konsumsi Produk Impor Kosmetik Korea Selatan Jenis Serum. 2(4), 136–153.

Lestari, D., & Nugroho, R. A. (2020). *Pengaruh media digital terhadap peningkatan kesadaran mahasiswa dalam perilaku hidup sehat. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 112–123.

Mauliddiyah, N. L. (2021). Pengaruh Pengetahuan Konsumendan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi Di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. *Jurnal Deskripsi UIN SUSKA RIAU*.

Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to choose halal products: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 108–120.

Nattassha, R., & Viviana, R. (2024). Pengaruh Kesadaran Dan Pengetahuan Terkait Keamanan Produk Terhadap Niat Pembelian Produk Kecantikan Dan Perawatan Kulit Di Masyarakat Jabodetabek. 17(2), 687–699.

Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Nugroho, A., & Lestari, D. (2020). *Analisis tingkat pengetahuan mahasiswa terhadap gizi seimbang pada masa pandemi*. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 12(3), 110–117.

Nurmansyah, (2018), *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Unilak Press, Jakarta.

Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta: Jakarta

Pakpahan, A. F., dkk. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

PEMBELIAN KOSMETIK REVLON (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101.

Pokhrel, S. (2024). *TINGKAT PENGETAHUAN PESERTA DIDIK KELAS*

ATAS TENTANG PERMAINAN TRADISIONAL SD NEGERI
DERESAN YOGYAKARTA *Αγαν*, 15(1), 37-48.

Pratiwi, R. I., Sary, B. P., & Nurviyanti, N. T. (2021). Peningkatan Pengetahuan Dalam Pemilihan Dan Penggunaan Kosmetik Yang Aman Bagi Remaja Di Desa Setu. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2021(2013), 173–180.

Pratiwi, N. A., Hartoyo. (2014). “*Analysis Life Insurance Purchase Intention of College Students: The Application of the Theory of Planned Behavior*”. *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, Januari 2014, p : 58-66 Vol. 7, No. 1. ISSN : 1907 – 6037

Priyatno, D. (2016). *Mandiri Belajar SPSS: Analisis Statistik Parametrik dan Non Parametrik*. Yogyakarta: Mediakom.

Putra, R. A., & Ningsih, D. (2023). *Analisis hubungan pengetahuan dengan perilaku kesehatan mahasiswa di era digital*. *Jurnal Pendidikan Kesehatan*, 5(2), 122–130.

Putri, F. R., & Kurniawan, H. (2021). *Hubungan pengetahuan dan sikap mahasiswa dengan perilaku hidup bersih dan sehat*. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 16(2), 98–104.

Rachmawati, P. (2022). Permintaan kosmetik halal terus meningkat. Kosmetik halal makin populer: bagaimana cara deteksi unsur haram dan seberapa besar pasarnya? *The Conversation*.

Rachmawati, P. (2023). *Edukasi Terkait Keamanan Kosmetik Kepada Masyarakat*. *MitraMas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan*

- Masyarakat, 1(2), 101–113.
- Rahman, A. A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers and Halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163.
- Rahmawati, N., & Prasetya, H. (2019). *Efektivitas edukasi terhadap peningkatan kesadaran kesehatan remaja*. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 14(1), 25–32.
- Ramdhani, Neila. 2011. Penyusunan Alat Pengukur Berbasis theory of Planned Behavior. *Jurnal*. akses 01 juli 2020.
- Ramadhani, R., & Suryani, E. (2021). Hubungan kesadaran dengan pengetahuan penggunaan obat rasional di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 12(1), 45–52.
- Safitri, M., Zaky, M., & Erawati, E. (2016). Pengembangan formulasi dan evaluasi fisik sediaan krim ekstrak etanol 70% daun labu siam (*Sechium edule* (Jacq.)swatz). *Farmagazine*, 3(2), 7–15.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis* Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, E. (2020). *Penelitian Kuantitatif: Metode dan Alat Analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sari, M., & Anggraini, R. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan mahasiswa terhadap edukasi kesehatan*. *Jurnal Ilmu*

Pendidikan dan Kesehatan, 4(1), 45–52.

Sarwono, S.W. (2012). Psikologi Remaja. Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Suhendri, Ardiyansyah Kahuripan, Fadjar Aju Tofiana, Dinny Anggraini, and Yulinar. 2021. Modul Pembelajaran Cerdas Memilih Dan Menggunakan Kosmetik Yang Aman. Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik, Badan Pengawas Obat dan Makanan,.

Tranggono, R.I.: Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2007, 6 – 10.

Tranggono, R.I.S. 1996. Kiat Apik Menjadi Sehat dan Cantik: Petunjuk Praktis Perawatan Kulit dan Penggunaan Kosmetik bagi Remaja. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Urnika, A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada

Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–11.

Wahyuni, A., Rahmadani, D., & Yusuf, M. (2022). *Efektivitas metode partisipatif dalam peningkatan pengetahuan mahasiswa*. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, 10(3), 98–105.

Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., & Ariffin, F. (2014). Muslim's Purchase Intention towards Non-Halal Products. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–151.

Zaky, M., & Safitri, M. (2023). Sosialisasi Dalam Upaya Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Penggunaan Bahan-Bahan Alami Yang Bermanfaat Dalam Produk Kosmetik Dan Cara...*Jurnal Pengabdian Kefarmasian*, 4(1), 1–6.