

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KOSMETIK DIKALANGAN REMAJA DESA PRAJJAN KECAMATAN
CAMPLONG KABUPATEN SAMPANG)**

Mahmudi, Suyyinah, Sofiya, Umar Faruq

Institut Agama Islam Nazhatut Thullab Sampang

Email: muchmode08@gmail.com, suyyinah0896@gmail.com, mahfuzatunnisasofiya@gmail.com,
faruqelhaddadi2022@gmail.com

Abstrak

Kosmetik merupakan media yang digunakan wanita untuk berpenampilan cantik mewah, modern dan modis. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi didalam keputusan membeli kosmetik adalah gaya hidup, harga, kualitas, produk. Keputusan pembelian merupakan prilaku atau tindakan seorang konsumen didalam membeli produk. Jenis rancangan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan Instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi dan kuesioner (angket). Hasil dari uji parsial antara variabel X2 (Gaya Hidup), memiliki nilai positif dan signifikasi terhadap keputusan Pembelian Kosmetik. Sedangkan Variabel harga memiliki nilai negatif dan tidak signifikasi terhadap keputusan pembelian kosmetik. Hasil dari uji simultan antara variabel X1 (Harga Kosmetik) dan X2 (Gaya Hidup), memiliki nilai positif dan signifikasi terhadap keputusan Pembelian Kosmetik. pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 15,623 dan nilai F hitung adalah $15,625 > 0,05$ dan nilai F hitung $15,623 > F$ tabel 3,13. Yang artinya secara bersamaan Variabel Independen mempengaruhi Variabel Dependen. Dari semua hasil uji yang di kelolah melalui SPSS 22, dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel Independen dan Dependen saling hufungan karena dari hasil uji t parsial dan uji f simultan yang dilakukan, Variabel X1 dan X2 Memberikan nilai yang berbeda diantara kedua variabel tersebut.

Kata kunci: Gaya Hidup, Harga, Kosmetik dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Dunia usaha belakangan ini mengalami perkembangan yang sangatt pesat ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan dengan pruduk yang sama. sehingga dibutuhkan oleh para pengusaha keterampilan dan pengetahuan untuk dapatt memenuhi kebutuhan konsumen dimana dalam hal ini pengusaha harus mengetahui bagaimana pangsa pasar dari perubahan yang ada, baik dari segi politik, sosial dan ekonomi. Berbagai strategi dilakukaaan agar pruduk perusahaan menjadi pilihan konsumen adalah hal yang wajib dilakukan oleh para pengusaha unuk menguasai pangsa pasar sehingga pruduk yang tawarkan terjual dengan maksimal. Hal ini tersebut perlu dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mempertahankan dan memuaskan konsumen serta pelanggan yang sudah ada, salah satu contohnya adalah produk kecantikan.

Berdasarkan data dari kementrian perindustrian tahun 2016 pertumbuhan pasar industri mencapai 9,67% per enam tahun terakhir yaitu tahun 2009 sampai ahun 2015.¹ Diperkirakan

¹ Fitriana dkk, "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflime" Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Universitas Teknologi (Sumbawa), Vol. 2, No. 1, (2019).

besar pasar kosmetik sebesar Rp 46,4 triliun di tahun 2018 ini. Gaya hidup menjadi salah satu variabel yang sangat mempengaruhi konsumen untuk membeli sebuah produk. Hal ini terjadi pada Remaja di Desa Prajjan Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang, pada sangat mereka mau kesekolah ataupun mereka kekampus yang tidak hanya mereka berpakaian rapi saja namun mereka juga memakai riasan wajah. Pola hidup tersebut dapat dilihat dari kegiatan mereka yang sering menghabiskan waktunya di sekolah ataupun di kampus.

KAJIAN PUSTAKA

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan hidup seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup mrngambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia gaya hidup adalah. “*A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)*”. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenal dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa hal terpenting orang pertimbangan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikiran tentang diri sendiri dan dunia sekitarnya (opini).

Gaya hidup menjadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Oleh karena itu gaya hidup mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam proses keputusan pembelian kosmetik. Hal tersebut membuat peran kosmetik sangat penting untuk menunjang gaya hidup para wanita. Terutama pada wanita yang sehari-harinya sangat membutuhkan kosmetik dalam melakukan beberapa kegiatan seperti menghadiri pesta, perkuliahan, kegiatan organisasi dan lain-lainnya. Maka dari itu kosmetik sangat penting bagi wanita untuk menjaga penampilan dan gaya hidupnya agar tetap percaya diri². Carman (1978) menjelaskan bahwa nilai berhubungan dengan gaya hidup individual. Nilai merupakan konsep yang abstrak, yang mementingkan untuk mengklasifikasikan sesuatu dan untuk memfasilitasi proses informasi, nilai juga dapat membantu orang dalam menentukan pembuatan keputusan dalam mencoba berbagai produk, jasa dan.³

Harga adalah jumlah nilai yang dimiliki konsumen untuk ditukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa⁴. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Kosmetik merupakan produk yang unik, karena memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan wanita akan kecantikan sekaligus menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat.⁵ Ada beberapa faktor yang mempengaruhi didalam keputusan membeli produk kecantikan yaitu seperti. Gaya hidup, harga, kualitas produk dan masih banyak yang lainnya. Keputusan pembelian merupakan perilaku atau tindakan seorang konsumen di

² Ibid 160.

³ Ibid. 172.

⁴ Ayif Fathurrahman dan Martyas Anggesti, “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik”, Jurnal Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Vol, 6, No. 2, (2021).

⁵ Ade Candra Gunawan, Febsri Susanti, “Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang 2019.

dalam membeli produk dan menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan berani menanggung resiko yang akan mungkin ditimbulkannya.⁶

Penelitian ini melihat bagaimana hubungan antara harga terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, dan bagaimana hubungan antara gaya hidup terhadap keputusan membeli dari konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dan tujuan dan kegunaan tertentu. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia, Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu didapat diamatin oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan, Sistematis proses yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.⁷

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu harga dan gaya hidup, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan membeli, Jenis peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih mudah dan akurat, peneliti memilih remaja yang ada di Desa Prajjan Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang. Teknik pengambilan data pada penelitian ini adalah menggunakan survey. Instrument pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara, observasi dan kuesioner (angket).

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikasinya $> 0,05$ begitu sebaliknya jika apabila nilai signifikasinya $< 0,05$ maka tidak dikatakan normal.

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.55816345

⁶ 5 itriana DKK, "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik oriflamme", Jurnal Manajemen dan Bisnis, Universitas Teknologi (Sumbawa), Vol. 2. No. 1, (2019).

⁷ Ibid. hlm 12

Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.047
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

(sumber : data diolah menggunakan SPSS 22)

Dari hasil tabel 1 diatas mendapatkan niali $0,200 > 0,05$, maka dapat di katakana variabel-variabel tersebut dikatakan normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah yang di gunakan didalam SPSS Compare Means dengan melihat nilai di Deviation from Linearity dengan niali sig. $> 0,05$ maka dapat terdapat hubungan jika nilai Deviation from Linearity sig $< 0,05$. Maka dikatakan tidak ada hubungan linear.

Tabel 2. ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual * (Combined Between Groups)	398.719	33	12.082	.916	.599
Unstandardized Predicted Value Linearity Deviation from Linearity	.000398.719	132	.00012.460	.000.945	1.000.563
Within Groups	474.857	360	13.190		
Total	873.576	69			

(sumber : data diolah menggunakan SPSS 22)

Berdasarkan uji linearitas dari tabel 2 Anova bahwa nilai signifikansi 0,563 maka dengan demikian nilai Deviation from Linearity terdapat hubungan linear. Karena memiliki nilai Deviation from Linearity > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa antara Variabel X₁ (Gaya Hidup), X₂ (Harga Kosmetik), dan Y (Keputusan Pembelian). Terdapat hubungan Linear.

c. Analisis Regresi Berganda

Analisis Resgresi Berganda di gunakan untuk memperidiksi besar hubungan variabel Y (Keputusan Pembelian) dan Variabel X₁ (Gaya Hidup) dan X₂ (Harga Kosmetik).

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.680	3.131		4.689	.000
	Total_X1	-.104	.274	-.091	-.379	.706
	Total_X2	.826	.307	.645	2.687	.009

(sumber : data diolah menggunakan SPSS 22)

Dari tabel diatas adalah hasil dari olahan data yang menggunakan program SPSS 22, pada uji Berganda hasil dari nilai Independent sebagai Variabel X₁ (Gaya Hidup) dan X₂ (Harga Kosmetik), sedangkan Dependen adalah sebagai

Variabel Y (Keputusan Pembelian).

Dari hasil data diatas dapat kita rumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + X_1 + X_2 + e$$

$$Y = 14.680 - 0.104 X_1 + 0.826 X_2 + e$$

Hasil dari Uji Regresi Linear Berganda adalah masing-masing Variabel independen sebagai Variabel X₁ dan Variabel X₂ sedangkan Variabel Dependen adalah sebagai Variabel Y. Apabila nilai Constant besar 14.680, Menyatakan bahwa semua Variabel Independen yaitu Variabel Harga Kosmetik, Variabel Gaya Hidup dan Variabel Dependen Y (Keputusan Pembelian).

1. Nilai konstanta adalah sebesar 14.680 maka semua independen yaitu Gaya Hidup (X_1) dan Harga Kosmetik (X_2) Jika nilainya keputusan membeli adalah 0, maka nilai dependen (Keputusan Pembelian adalah 14. 680).
2. Koefisien regresi variabel Gaya Hidup sebesar 0,826 menunjukkan bahwa nilai Variabel Gaya Hidup mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel keputusan pembelian kosmetik mengalami peningkatan 82,6% dengan asumsi Variabel positif karena nilai independennya tetap. Koefisien tersebut bernilai positif dan memiliki hubungan antara Variabel (X_2) Gaya Hidup dan Variabel (Y) Keputusan Pembelian Kosmetik. Semakin tinggi Gaya Hidup maka semakin tinggi pula keputusan untuk membeli⁸
3. Koefisien regresi variabel Harga Kosmetik (X_1) sebesar -0,104 menunjukkan apabila harga kosmetik naik sebesar 1% maka Variabel Keputusan Pembelian Kosmetik mengalami penurunan 10,4%. Dengan asumsi Variabel yang lainnya tetap. Koefisien yang bernilai negatif maka hubungan antara Variabel

Harga Kosmetik dan Variabel Keputusan Pembelian. Semakin tinggi harga kosmetik semakin kurang tingkat keputusan pembelian kosmetik. Maka dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian,

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan Lukiana (2018) yang menemukan bahwa ada hubungan antara harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Apabila harga terlalu mahal maka produk yang bersangkutan tidak akan terjangkau oleh pasar sasaran. Sebaliknya apa bila harga murah maka sulit mendapatkan laba atau sebagai konsumen mempersepsikan kualitas buruknya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebagai hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen.

Berikut adalah tabel dari Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.298	3.611

(sumber: data diolah menggunakan SPSS 22)

Dari hasil uji Koefisiensi Determinasi dari tabel 2.13 dapat di simpulkan bahwa untuk nilai R Square mempunyai nilai 0,318 yang artinya Variabel Independen pada penelitian ini sebesar 31,8% sedangkan 68,1% dipengaruhi variabel lainnya.

⁸ Tuti Alaviyah, "Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Di Pekanbaru" (Studi Kasus Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis), Skripsi, Universitas Islam Riau (2021)

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t Parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. Berikut ini adalah tabel Uji t parsial:

Tabel 5. Uji t parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	14.680	3.131		4.689	.000
Total_X1	-.104	.274	-.091	-.379	.706
Total_X2	.826	.307	.645	2.687	.009

(sumber : data diolah menggunakan SPSS 22)

Dari tabel 5 diatas dapat di simpulkan bahwa Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh antara Variabel Independen (X_1 dan X_2) dan Variabel Dependen (Y). dan apabila nilai sig. > 0,05, atau Uji t Parsial t hitung < t tabel maka tidak ada pengaruh antara Variabel Independen (X_1 dan X_2) dan Variabel Dependen (Y). t tabel = t (a/2: n-k-1) = t (0,025 :67) = 1,667 Nilai t hitung dari masing variabel adalah sebagai berikut:

➤ Harga Kosmetik

Berdasarkan uji regresi berganda dari menunjukkan bahwa X_1 memiliki nilai sig 0,706 > 0,05 sedangkan nilai t hitung -0,379 < 1,667. dengan ini dapat di simpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka Artinya variabel X_1 (Harga Kosmetik) secara parsial di nyatakan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik.

➤ Gaya Hidup

Berdasarkan uji regresi berganda dari menunjukkan bahwa X_2 memiliki nilai sig 0,009 < 0,05 sedangkan nilai t hitung 2,687 > 1.667. dengan ini dapat di simpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima. Maka Artinya variabel X_2 (Gaya Hidup) secara parsial di nyatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan adalah Uji F yang dilakukan untuk melihat Variabel Independen (X_1 dan X_2) uji secara bersamaan apakah adan pengaruh terhadap Variabel Dependen (Y)

Rumus mencari t tabel adalah sebagai berikut:

$$F \text{ tabel} = F (k : n-k) = F (2 : 68) = 3.13$$

Berikut ini tabel hasil dari uji simultan sebagai berikut:

Tabel 6. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407.409	2	203.705	15.623	.000 ^b
	Residual	873.576	67	13.038		
	Total	1280.986	69			

(sumber: data diolah menggunakan SPSS 22)

Berdasarkan tabel diatas pada nilai F hitung diperoleh sebesar 15.623. sedangkan T tabelnya menghasilkan nilai sebesar 3.13. yang artinya F hitung $15.623 > T \text{ tabel } 3.13$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya Variabel Independen (Gaya Hidup dan Harga Kosmetik) Jika di uji secara bersama-sama atau simultan maka ada pengaruh positif terhadap Variabel dependen (Keputusan Pembelian).

PEMBAHASAN

Penelitian di lakukan di Desa Prajjan Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang, sedangkan yang menjadi sampelnya adalah para remaja yang ada di Desa Prajjan yang berjumlah 70 orang/responden. Penelitian membahas tentang Analisis Keputusan Pembelian Kosmetik di Kalangan Remaja Desa Prajjan Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang.

Dari hasil kuesioner/angket yang disebarakan menunjukkan jawaban responden dari gaya hidup dan harga kosmetik terhadap keputusan pembelian kosmetik. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa tanggapan responden setuju dengan dimensi dan indikator peneliti. Hasil data yang didapatkan dari responden diolah menggunakan Program SPSS 22. Menggunakan analisis statistik dengan beberapa analisis data yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji linearitas dan uji regresi berganda. Berdasarkan hasil dari analisis statistik menunjukkan bahwa dari kedua Variabel salah satu variabel yaitu harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli sedangkan variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli.

- Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian
Hasil uji statistik parsial dan uji simultan menghasilkan data yang berpengaruh positif dan signifikannya yang artinya gaya hidup sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik.
- Pengaruh harga kosmetik terhadap keputusan pembelian

Hasil uji statistic parsial menghasilkan data yang berpengaruh negatif yang artinya harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan tentang Analisis Keputusan Pembelian Kosmetik di Kalangan Remaja Desa Prajjan Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang, dapat diambil kesimpulan dari penelian ini:

1. Hasil dari uji parsial antara variabel X_2 (Gaya Hidup), memiliki nilai positif dan signifikasi terhadap keputusan Pembelian Kosmetik. Sedangkan Variabel harga memiliki nilai negatif dan tidak signifikasi terhadap keputusan pembelian kosmetik.
2. Hasil dari uji simultan antara variabel X_1 (Harga Kosmetik) dan X_2 (Gaya Hidup), memiliki nilai positif dan signifikasi terhadap keputusan Pembelian Kosmetik. pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar 15,623 dan nilai F hitung adalah $15,625 > 0,05$ dan nilai F hitung $15,623 > F$ tabel 3,13. Yang artinya secara bersamaan Variabel Independen mempengaruhi Variabel Dependen.

Dari semua hasil uji yang di kelolah melalui SPSS 22, dapat disimpulkan bahwa harga kosmetik berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan membeli, sedangkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli kosmetik dikalangan remaja di prajjan sampang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi Dr. Prof, (2002). *“Prosedur Penelitian”*, Edisi Revisi Ke Enam, (Jakarta : Rineka Cipta).
- Sumarwa Ujang, (2021). *“Riset Pemasaran dan Konsumen”*, (Bogor : Kampus IPB Taman Kencana Bogor).
- Matondang Nurhafifah, dan Miguna Astuti, (2020). *“Manajemen Pemasaran”*, Cetakan Pertama (Yogyakarta : CV Budi Utama).
- Mamik, (2015). *“Metodelogi Kualitatif Dan Kuantitatif”*, (Sidarjom: Zifatama Publisher).
- Sugiono, (2017). *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”*, Cetakan Ke Dua Puluh Enam, (Bandung: Al: Fabeta).
- Utami Wahyu Indah, (2017), *“Perilaku Konsumen”*, (Surakarta: CV Pustaka Bengawan), Hal. 83.
- Ayuniah Putri, (2017). *“Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah”* Jurnal Ekonomi Bisnis, Universitas Gunadarma (Depok), Vol. 22, No. 3.
- Anggesti Martyas dan Ayif Fathurrahman, (2021). *“Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik”*, Jurnal Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Vol, 6, No. 2.
- Andjarwati Lestari Anik, dan Eni Nur Aini, (2020), *“Pengaruh Gaya Hidup konsumtif dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian”*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Universitas Negeri (Surabaya), Vol. 8, No. 1.
- Fitriana, (2019). *“Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan*

- Pembelian Kosmetik Oriflime*” Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Universitas Teknologi (Sumbawa), Vol. 2, No, 1.
- Fadhilah Novia Fauz, (2018). “*Pengaruh Gaya Hidup konsumtif dan Beauty Vlogger sebagai kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik (Studi Kasus pada Remaja pengguna kosmetik Korea Di Surabaya)*”, Jurnal Ilmu Manajemen, Universitas Negeri (Surabaya), Vol. 7, No. 1.
- Vera Yulia dan Ayus Diningsih, (2020). “*Penyuluhan Penggunaan Kosmetik Yang Aman Bagi Remaja di Desa Labuna Labo*”, Jurnal Education and development, Institut Pendidikan Tapanuli Selatan Vol, 8, No. 1.