

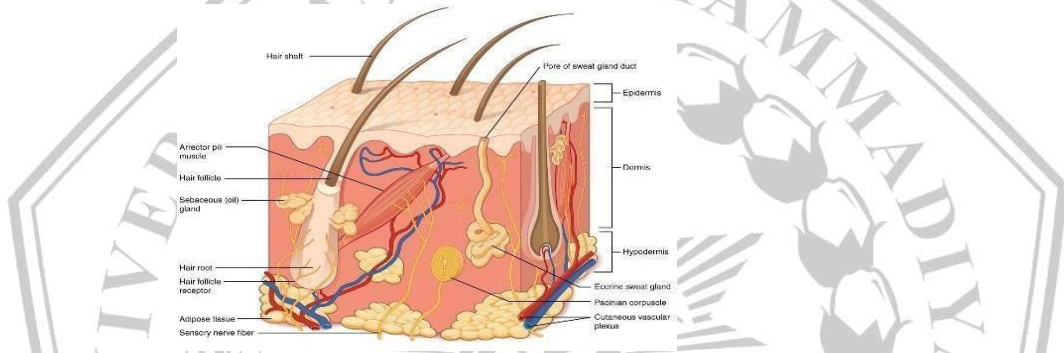
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kulit

2.1.1 Anatomi kulit

Kulit terdiri dari 2 lapis jaringan yaitu epidermis, sebagai lapisan terluar dan dermis, yang berada di bawah epidermis. Epidermis merupakan jaringan epitel berlapis gepeng dengan lapisan tanduk sedangkan dermis merupakan jaringan ikat. Kulit yang lebih tebal memberikan tameng yang lebih kuat terhadap ancaman dari luar, serta meminimalkan risiko infeksi dan cedera. Lapisan kulit terdiri dari (Rahayu, 2023):



a) Epidermis

Epidermis adalah lapisan terluar dari kulit manusia yang berfungsi sebagai pelindung terhadap lingkungan eksternal. Lapisan ini terdiri dari beberapa strata sel, termasuk stratum korneum, stratum lusidum, stratum granulosum, stratum spinosum, dan stratum basale. Sel-sel dalam epidermis berkembang melalui proses keratinisasi, di mana sel-sel epidermis mati dan mengeras untuk menciptakan penghalang fisik yang melindungi tubuh. Selain itu, epidermis mengandung melanosit yang menghasilkan pigmen melanin, yang melindungi kulit dari paparan sinar ultraviolet (Rahmadhani et al., 2023)

b) Dermis

Dermis terletak di bawah epidermis dan berfungsi untuk memberikan kekuatan, elastisitas, serta menyokong pembuluh darah dan saraf yang memberi nutrisi pada kulit (Wulandari, 2021).

c) Hipodermis

Hipodermis adalah lapisan kulit terdalam yang terdiri dari jaringan lemak dan jaringan ikat. Fungsinya mencakup penyimpanan energi, perlindungan organ, isolasi termal, dan menghubungkan kulit dengan struktur tubuh lebih dalam. Lapisan ini juga membantu melindungi tubuh dari cedera dan menjaga suhu tubuh tetap stabil (Rahayu, 2023)

2.1.2 Fisiologi kulit

Fisiologi kulit melibatkan berbagai fungsi utama, antara lain (Widaningsih, 2023):

1. Perlindungan: Kulit melindungi tubuh dari infeksi, bahan kimia berbahaya, dan kerusakan fisik melalui lapisan pelindung, seperti epidermis dan keratin.
2. Regulasi Suhu: Kulit membantu mengatur suhu tubuh melalui keringat dan perubahan aliran darah di pembuluh darah dermis.
3. Indra Peraba: Kulit berfungsi sebagai organ sensorik, mendeteksi sentuhan, suhu, nyeri, dan tekanan.
4. Ekskresi: Kulit mengeluarkan limbah melalui keringat, termasuk garam dan urea.
5. Sintesis Vitamin D: Kulit menghasilkan vitamin D ketika terkena sinar matahari, yang penting untuk kesehatan tulang. Kulit juga berfungsi sebagai cadangan energi dan memiliki peran dalam metabolisme tubuh.

2.1.3 Kulit Wajah

Kulit wajah adalah bagian utama tubuh, yang memperlihatkan kesehatan seseorang. Kulit wajah yang terlihat kusam dapat disebabkan karena berbagai macam faktor, salah satunya, yaitu adanya penumpukkan sel kulit mati (Sinaulan & Hantara, 2021).

2.1.4 Jenis-Jenis Kulit Wajah

Berikut adalah pengelompokan jenis-jenis kulit wajah (Wulandari, 2021):

a. Kulit normal

Kulit normal adalah jenis kulit yang seimbang, tidak terlalu kering atau berminyak, dan memiliki tekstur halus serta tampilan yang sehat.

b. Kulit Kering

Kulit kering adalah kondisi kulit yang kekurangan kelembapan, sehingga menyebabkan lapisan terluar kulit kehilangan cairan dan menjadi kasar, kusam, atau mengelupas. Kulit kering dapat disebabkan oleh berbagai faktor, baik internal (seperti genetik atau kondisi kesehatan) maupun eksternal (seperti cuaca, produk perawatan kulit, atau paparan bahan kimia).

c. Kulit *Acne*

Kulit acne (kulit berjerawat) adalah jenis kulit yang rentan atau mengalami jerawat, baik itu jerawat ringan (komedo) hingga jerawat yang lebih parah (bernanah, nodul, atau kista). Jerawat muncul ketika folikel rambut tersumbat oleh minyak (sebum), sel kulit mati, dan kadang-kadang kuman, yang menyebabkan peradangan pada kulit.

d. Kulit Kombinasi

Kulit kombinasi adalah jenis kulit yang memiliki karakteristik gabungan dari dua atau lebih jenis kulit yang berbeda di area wajah. Pada kulit kombinasi, beberapa bagian wajah cenderung lebih berminyak, sementara bagian lainnya lebih kering atau normal. Biasanya, kulit kombinasi ditandai dengan daerah T-zone (dahi, hidung, dan dagu) yang berminyak, sementara area pipi cenderung lebih kering atau normal.

e. Kulit *Oily*

Kulit *oily* (kulit berminyak) adalah jenis kulit yang menghasilkan minyak (sebum) dalam jumlah berlebih, sehingga wajah tampak mengkilap, terutama di area-area tertentu seperti dahi, hidung, dan dagu (dikenal sebagai T-zone).

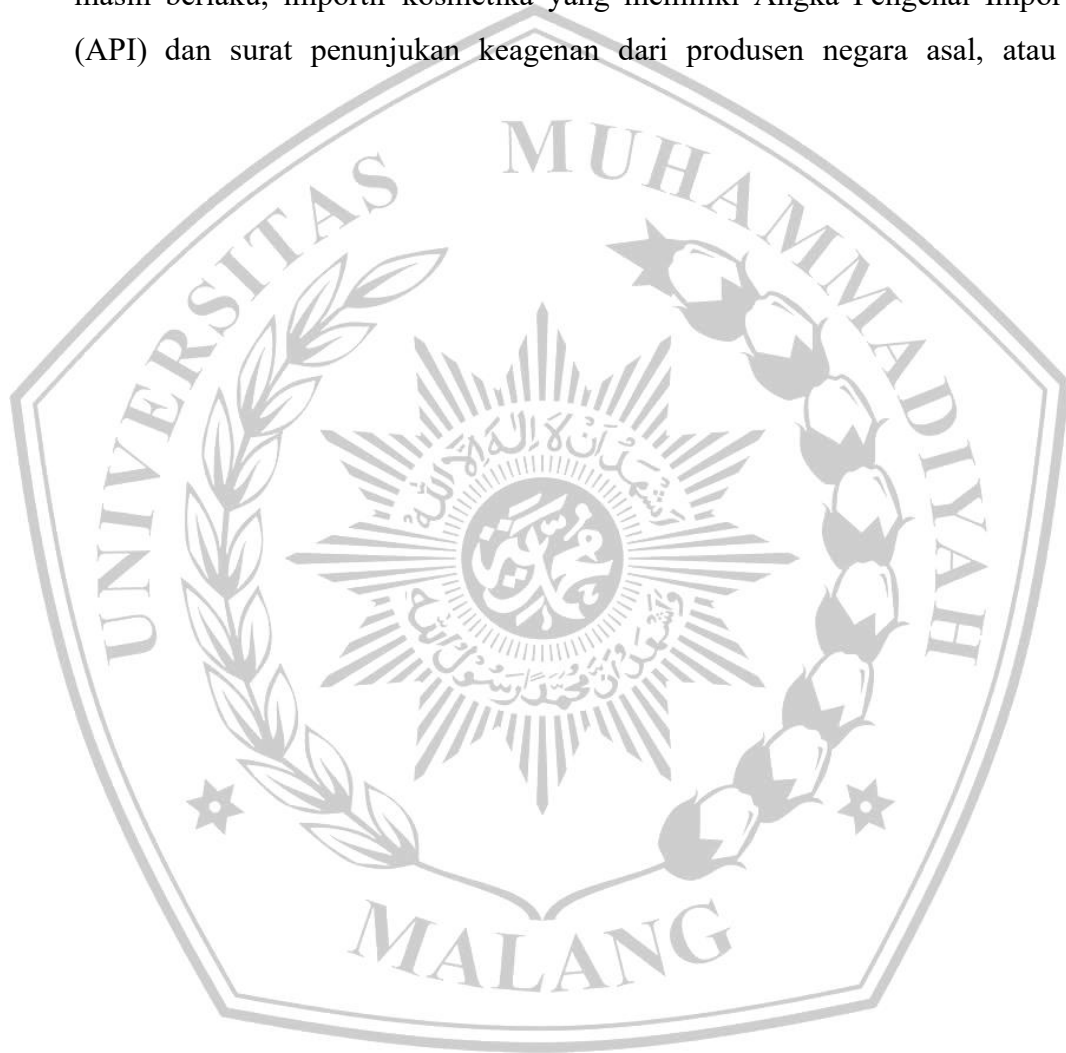
f. Kulit Sensitif

Kulit sensitif adalah jenis kulit yang mudah mengalami reaksi terhadap faktor eksternal seperti produk perawatan kulit, perubahan suhu, cuaca ekstrem, atau bahkan stres. Kulit sensitif cenderung lebih cepat iritasi, merah, kering, gatal, atau bahkan terasa perih setelah terpapar bahan-bahan tertentu.

2.2 Kosmetik

2.2.1 Notifikasi Kosmetik

produk kosmetik yang ditujukan untuk dijual di Indonesia harus memiliki izin edar atau notifikasi dari Menteri Kesehatan. Sebelum mengajukan permohonan notifikasi, pemohon diwajibkan untuk menyelesaikan proses registrasi kepada Kepala BPOM. Pemohon yang memenuhi syarat dapat berupa industri kosmetika di Indonesia yang memiliki izin produksi yang masih berlaku, importir kosmetika yang memiliki Angka Pengenal Impor (API) dan surat penunjukan keagenan dari produsen negara asal, atau



perorangan/badan usaha yang memiliki kontrak produksi dengan industri kosmetika yang telah memiliki izin produksi. Setelah permohonan notifikasi selesai, Ketika tidak ada surat penolakan yang diterima dalam jangka waktu 14 hari, maka produk kosmetik tersebut dianggap telah memiliki izin edar dan dapat didistribusikan di Indonesia (Gabriella and Bakhtiar, 2023).

Kosmetik harus dibuat dan dipasarkan tidak lebih cepat dari 6 bulan setelah persetujuan notifikasi. Notifikasi kosmetik tetap berlaku selama 3 tahun, dan pada saat berakhirnya masa berlaku ini, pemohon diwajibkan untuk memperbaharui notifikasi. Nomor notifikasi kosmetik memiliki dua huruf awal yang menunjukkan benua asal produk, diikuti oleh sebelas digit dengan konotasi tertentu. Sebagai contoh, kode "NA" menandakan bahwa produk tersebut berasal dari benua Asia, "NB" menandakan benua Australia, "NC" mewakili benua Eropa, "ND" menandakan benua Afrika, dan "NE" menandakan benua Amerika. Sebagai contoh, nomor notifikasi "NA18150900279" menandakan bahwa produk tersebut dibuat di Asia, khususnya di Indonesia dengan kode negara "18". Notifikasi tersebut diterima pada tahun 2015 dan nomor urutnya adalah "00279" (Hikmah, 2023).

2.2.2 Definisi kosmetik

Menurut Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (Perka BPOM), kosmetika dapat berupa bahan atau sediaan yang ditujukan untuk penggunaan bagian luar tubuh manusia. Bagian luar tubuh meliputi kulit bagian epidermis, rambut, bibir, kuku, dan organ genital bagian luar. Selain itu, membran mukosa mulut dan gigi masuk dalam ruang lingkup penggunaan kosmetik. Tujuan utama dari kosmetik ini adalah untuk membersihkan, mengubah penampilan (luar), memberikan aroma wangi, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh yang berada pada kondisi baik (Rachmawati, 2023).

2.2.3 Jenis-jenis Kosmetik

Kosmetik dapat dibedakan berdasarkan fungsinya, antara lain (Rachmawati 2023):

1. Kosmetik Perawatan *Skincare*, contoh : *Facial Wash*, Toner, Pelembap (*moisturizer*), Serum dan masker, *Sunscreen*.
2. Kosmetik Dekoratif atau Hias :
Foundation, *Concealer*, Bedak, *Blush On*, *mascara*, *Eyeliners*, *Eyeshadow*, *Lipstik*, *Lip Gloss*, Cat Kuku.

3. Kosmetik untuk Rambut, Contoh : *Shampoo, Conditioner, Pewarna Rambut, Gel Rambut, Hairspray.*
4. Kosmetik untuk Perawatan Tubuh, contoh : Deodoran, Sabun, Body Lotion dan *Body Butter.*
5. kosmetik untuk Gigi dan Mulut, contoh : pasta gigi, Obat kumur.

2.2.4 Cara Memilih Kosmetik

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih kosmetik (Rosita 2021):

- 1) Periksa kemasan kosmetik dengan cermat untuk memastikan kondisinya dalam keadaan baik. Periksalah untuk mengetahui apakah ada kerusakan, seperti sobekan, kebocoran, atau segel yang terbuka.
- 2) Periksa bau, warna, bentuk dan konsistensi sediaan ketika akan digunakan. Pada sediaan tersebut bisa saja telah mengalami kerusakan dan seperti tercium bau tengik, perubahan warna, bentuk ataupun konsistensi sediaan sehingga jangan menggunakan kosmetika tersebut.
- 3) Membaca secara detail informasi yang terdapat pada label di kemasan.
- 4) Diusahakan tidak membeli produk yang melebihi tanggal kadaluarsa.
- 5) Konsumen atau pengguna produk kosmetik harus jeli ketika memilih kosmetik. Pilih kosmetik yang memiliki tingkat keamanan tinggi, berkualitas, dan memiliki kemanfaatan serta sesuai dengan persyaratan penandaan.

Periksa tanda setiap registrasi kosmetik yang tertera pada nomor notifikasi dari BPOM.

- 6) Pakai kosmetik yang sesuai dengan petunjuk yang tertera pada label.
- 7) Diperhatikan tata cara penggunaannya, disesuaikan dengan kebutuhan dan jenis kulit.
- 8) Dianjurkan melakukan tes sensitivitas pada kulit
- 9) Hindari percaya pada iklan produk kosmetik yang menggiurkan Sebelum membeli perlu menemukan kebenaran tentang manfaat produk kosmetika yang ditawarkan.
- 10) Amati label kosmetik pada kemasan apakah sudah lengkap sesuai dengan yang disyaratkan, misalnya : nama perusahaan dan Alamat Perusahaan yang memproduksi, manfaat dan tata cara menggunakan, komposisi bahan, tanggal memproduksi atau tanggal *expired*, dll.
- 11) Waspada dengan produk yang palsu atau produk tiruan.
- 12) Hindari menggunakan produk kosmetika yang dimiliki orang lain, karena produk tersebut tidak mesti sesuai dengan kondisi kulit kita.
- 13) Lakukan penyimpanan dengan benar. Saat melakukan penyimpanan kosmetik, sebaiknya terhindar dari sinar matahari langsung. Lebih baik kosmetik disimpan pada suhu kamar 25 derajat Celsius atau berdasarkan aturan penyimpanan yang benar sesuai aturan pada produk. Menghentikan pemakaian apabila produk menimbulkan efek yang negatif dan segera menghubungi dokter apabila merasa mengalami efek samping dari penggunaan kosmetik, seperti terasa panas terbakar, menimbulkan ruam, rasa gatal pada kulit. Jika konsumen atau pengguna mengalami efek samping, konsumen dapat secara langsung menghubungi dokter atau melapor pada perusahaan yang telah memproduksi atau yang mengimport produk tersebut atau dapat melapor langsung ke BPOM.

2.3 *Facial Wash*

2.3.1 Definisi *Facial Wash*

Facial Wash adalah produk pembersih wajah yang dirancang khusus untuk membersihkan kulit wajah dari kotoran, minyak berlebih, sisa makeup, dan sel-sel kulit mati. Biasanya, *Facial Wash* berbentuk gel, busa, atau krim yang digunakan dengan air untuk membersihkan kulit secara menyeluruh tanpa mengganggu kelembaban alami kulit. Penggunaan *Facial Wash* secara rutin penting untuk menjaga kebersihan kulit wajah dan mencegah masalah kulit seperti jerawat, komedo, dan iritasi. *Facial Wash* dapat memiliki berbagai kandungan yang disesuaikan dengan jenis kulit, seperti pelembap untuk kulit kering, bahan antioksidan untuk kulit sensitif, atau bahan pengontrol minyak untuk kulit berminyak (Arini *et al.*, 2022).

2.3.2 Bentuk Sediaan

Pilihan jenis sediaan *Facial Wash* yang tepat harus disesuaikan dengan jenis kulit dan kebutuhan masing-masing individu untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam perawatan kulit wajah (Lazulfa, 2021). Berikut adalah beberapa jenis sediaan *Facial Wash* yang umum digunakan:

1. Semisolid

Dalam produk *Facial Wash*, sediaan semisolid merujuk pada formulasi yang memiliki tekstur yang lebih kental atau berbentuk gel/pasta dan tidak sepenuhnya cair. Beberapa contoh sediaan semisolid yang umum digunakan dalam *Facial Wash* antara lain:

a. Gel: Sediaan ini memiliki konsistensi yang lebih kental dibandingkan dengan cairan biasa. Gel sering digunakan dalam *Facial Wash* karena mudah diaplikasikan dan memberikan sensasi dingin saat digunakan.

Contoh merek:

- *Emina Bright Stuff Face Wash (Gel)*
- *Wardah Nature Daily Aloe Hydramild Gel Cleanser*
- *Hada Labo Gokujyun Face Wash (Gel form)*

b. Pasta: *Facial Wash* berbentuk pasta memiliki tekstur yang lebih padat dan kental. Biasanya digunakan pada *Facial Scrub* yang mengandung butiran halus untuk eksfoliasi kulit.

Contoh merek :

- *Beauty of Angel Pasta Facial Wash*
- *DERMA-E Vitamin C Gentle Daily Cleansing Paste*
- *Rosette Face Wash Pasta Red Clay*

c. **Cream (Krim):** Krim *Facial Wash* biasanya lebih lembut dan lebih berminyak, memberikan kelembapan pada kulit setelah penggunaan.

Contoh merek :

- *Nivea Creme Care Facial Cleanser*
- *L'Oréal Paris Hydrafresh Creamy Foam*
- *Wardah Perfect Bright Creamy Foam*

2. Cair/Liquid

Facial Wash dalam bentuk sediaan cair atau *Liquid* adalah produk pembersih wajah yang umumnya berbentuk cairan yang digunakan dengan cara diaplikasikan ke wajah yang basah, kemudian digosokkan dengan lembut sebelum dibilas dengan air.

Contoh merek:

- *Cetaphil Gentle Skin Cleanser*
- *Simple Kind to Skin Refreshing Facial Wash*
- *Avoskin Natural Sublime Facial Cleanser*

3. Foam (Busa)

Sediaan *Facial Wash* foam adalah jenis pembersih wajah yang berbentuk busa (foam) yang digunakan untuk membersihkan kulit wajah. Produk ini biasanya hadir dalam bentuk cairan yang kemudian menghasilkan busa lembut saat dipompa atau dituangkan ke tangan. Busa tersebut berfungsi untuk membersihkan kotoran, minyak, dan sisa makeup tanpa membuat kulit terasa kering atau ketat.

Contoh merek :

- *Azarine Acne Gentle Cleansing Foam*
- *Sebamed Clear Face Antibacterial Foam*
- *Focalskin Porefying Bubble Cleanser Facial Wash*

4. Padat

Sediaan *Facial Wash* padat adalah jenis pembersih wajah yang hadir dalam bentuk padat atau seperti sabun. Berbeda dengan gel, foam, atau krim, *Facial Wash* padat biasanya berbentuk batang, balok, atau padatan yang solid, dan digunakan untuk membersihkan wajah dengan cara digosokkan dengan air pada telapak tangan hingga berbusa kemudian busanya di gosokkan ke permukaan wajah dan di bilas menggunakan air.

Contoh merek :

- *Acnes Foaming Wash Bar*
- *Erha Acneact Cleansing Bar*
- *The Body Shop Tea Tree Cleansing Bar*

2.3.3 Kandungan Bahan Aktif

Berikut bahan aktif yang umumnya terdapat dalam *Facial Wash* :

a. *Glycolic acid*

Glycolic acid adalah asam alfa-hidroksi (AHA) yang bekerja dengan cara melonggarkan ikatan antar sel-sel kulit mati di lapisan atas epidermis (*stratum corneum*). Ini memungkinkan pengelupasan (eksfoliasi) sel-sel kulit mati, sehingga mempercepat regenerasi kulit. *Glycolic acid* juga meningkatkan produksi kolagen dan elastin di lapisan dermis, yang memperbaiki tekstur kulit dan membuat kulit tampak lebih halus dan cerah.

b. *Niacinamide* (Vitamin B3)

Niacinamide atau vitamin B3 bekerja dengan cara meningkatkan fungsi penghalang kulit, mengurangi kehilangan air *Trans-Epidermal* (TEWL) dan menjaga kelembapan kulit. Selain itu, *niacinamide* mengatur produksi sebum, yang membantu mencegah kulit berminyak berlebihan. *Niacinamide* juga memiliki efek antiinflamasi yang membantu menenangkan kulit yang meradang, seperti pada kulit berjerawat atau kulit sensitif. *Niacinamide* juga dapat memperbaiki hiperpigmentasi (noda hitam) dan meratakan warna kulit, dengan mengurangi transfer melanin ke lapisan kulit terluar.

c. *Salicyl Acid* (BHA)

Salicylic Acid adalah asam beta-hidroksi (BHA) yang larut dalam minyak. *Salicylic acid* dapat menembus ke dalam pori-pori yang tersumbat oleh sebum (minyak berlebih), kotoran, dan sel kulit mati. Begitu berada di dalam pori-pori, *Salicylic Acid* bekerja dengan cara mengangkat sel kulit mati dan membersihkan pori-pori, sehingga mengurangi risiko pembentukan jerawat dan komedo. *Salicylic Acid* juga memiliki sifat antiinflamasi yang dapat membantu mengurangi kemerahan dan pembengkakan pada jerawat yang meradang.

d. Vitamin C

Vitamin C (asam askorbat) adalah salah satu bahan aktif yang sangat populer dalam produk perawatan kulit, termasuk *Facial Wash*. Dengan bertindak sebagai antioksidan, vitamin C membantu mengurangi kerusakan kulit akibat radikal bebas dan memperlambat proses penuaan kulit. Vitamin C bekerja dengan menghambat produksi melanin, pigmen yang bertanggung jawab atas warna kulit. Dengan mengurangi produksi melanin, vitamin C membantu mencerahkan kulit dan meratakan warna kulit, serta mengurangi noda hitam (*hyperpigmentation*) akibat jerawat, bekas luka, atau paparan sinar matahari.

e. *Aloe Vera*

Aloe vera mengandung senyawa seperti aloin dan acemannans, yang memberikan efek menenangkan dan hidrasi. *Aloe vera* bekerja dengan cara menyerap kelembapan ke dalam kulit dan membantu menjaga hidrasi kulit lebih lama. *Aloe vera* juga mengandung fitokimia yang memiliki efek antiinflamasi, yang dapat mengurangi peradangan dan meredakan iritasi pada kulit yang teriritasi atau terbakar sinar matahari.

f. *Tea Tree Oil*

Tea tree oil mengandung senyawa aktif seperti terpinen-4-ol, yang memiliki sifat antibakteri, antifungal, dan antivirus. Bahan ini bekerja dengan cara membunuh bakteri penyebab jerawat di permukaan kulit tanpa mengiritasi kulit. *Tea tree oil* juga memiliki efek antiinflamasi, sehingga membantu mengurangi kemerahan dan pembengkakan pada jerawat atau kulit yang meradang

g. *Charcoal*

Charcoal atau arang aktif memiliki kemampuan untuk menyerap kotoran, minyak berlebih, dan bahkan racun di permukaan kulit. Arang aktif bekerja seperti spons yang menarik partikel-partikel kotoran dan toksin ke dalam dirinya sendiri. Sebagai pembersih, *Charcoal* membantu membuka pori-pori yang tersumbat dan menyerap kotoran dari kulit, memberikan efek detoksifikasi.

h. *Ceramide*

Ceramide adalah lipid atau lemak yang secara alami terdapat dalam lapisan kulit kita, khususnya pada lapisan stratum korneum (lapisan terluar kulit). *Ceramide* memainkan peran penting dalam menjaga fungsi penghalang kulit (*skin barrier*). *Ceramide* membantu menjaga hidrasi kulit dengan cara mengikat air dalam lapisan epidermis. Ini mencegah kulit menjadi kering setelah pencucian wajah, yang sering terjadi setelah menggunakan pembersih dengan bahan aktif yang kuat seperti SLS atau asam. Dalam *Facial Wash*, *Ceramide* bertindak untuk menjaga keseimbangan hidrasi, menghindari efek pengeringan yang biasanya terjadi pada kulit setelah pencucian wajah, terutama untuk kulit kering atau sensitif.

Kandungan atau bahan dalam *Facial Wash* yang sebaiknya dihindari :

- a. Pewangi dan Paraben: Dapat menyebabkan iritasi dan reaksi alergi, terutama pada kulit sensitif.
- b. Alkohol: Menghilangkan minyak alami pada kulit, sehingga bisa menyebabkan kulit kering dan iritasi.
- c. Minyak Mineral dan Minyak Kelapa: Bersifat komedogenik, yang dapat menyumbat pori-pori (Hilmi 2022).

2.4 Pengetahuan

2.4.1 Definisi Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari proses pengolahan, pemahaman, dan penerimaan informasi yang diperoleh melalui pengalaman, pembelajaran, atau pengamatan. Pengetahuan mencakup pemahaman tentang fakta, konsep, teori, prinsip, serta keterampilan yang diperoleh atau dikembangkan oleh seseorang sepanjang waktu. Pengetahuan tidak hanya terbatas pada apa yang diketahui, tetapi juga pada bagaimana cara seseorang menggunakan informasi tersebut untuk memecahkan masalah, membuat keputusan, atau mencapai

tujuan tertentu (Maharani and Silvia, 2019).

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi terkait produk. Pengetahuan produk ini meliputi kategori produk, terminologi produk, fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbedabeda, sehingga pengetahuan dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Budiarti, 2020).

2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan

Menurut Notoatmodjo dalam (So'o *et al.*, 2022) faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan sebagai berikut:

1. Faktor Pendidikan
Semakin tinggi tingkat pengetahuan, semakin mudah memperoleh informasi tentang objek atau informasi yang berkaitan dengannya.
2. Faktor pekerjaan
Pekerjaan memiliki pengaruh besar pada proses Pengukuran pada Pengetahuan.
3. Faktor pengalaman
Pengalaman sangat mempengaruhi pengetahuan, makin banyak mengalami sesuatu, semakin meningkatkan pengetahuan Anda tentang hal itu.
4. Keyakinan
Sebagai aturan, keyakinan yang didapat seseorang dapat ditransmisikan dari generasi ke generasi dan tidak dapat dibuktikan sebelumnya, keyakinan positif dan keyakinan negatif dapat mempengaruhi pengetahuan.
5. Sosial budaya
Budaya dan adat istiadat keluarga dapat mempengaruhi pengetahuan, persepsi dan sikap terhadap sesuatu.

Dengan demikian, manfaat pengetahuan terhadap produk dalam kaitannya dengan keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan Kepercayaan Diri Konsumen.
Konsumen yang memiliki pengetahuan mendalam tentang suatu produk cenderung merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan pembelian

karena mereka memahami karakteristik, keunggulan, dan kelemahan produk tersebut.

2) Mempermudah Perbandingan Produk.

Dengan pengetahuan yang cukup, konsumen dapat dengan mudah membandingkan berbagai merek atau jenis produk berdasarkan fitur, kualitas, harga, atau manfaat yang ditawarkan, sehingga dapat memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya.

3) Mengurangi Risiko Pembelian yang Salah.

Pengetahuan tentang produk membantu konsumen menghindari keputusan pembelian yang tidak sesuai dengan harapan atau kebutuhan, sehingga mengurangi risiko kekecewaan setelah membeli.

4) Meningkatkan Loyalitas Konsumen.

Konsumen yang memahami manfaat dan kualitas suatu produk cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap merek atau produk tersebut, terutama jika produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan harapannya.

5) Mendorong Keputusan Pembelian yang Rasional.

Dengan pengetahuan yang memadai, konsumen dapat membuat keputusan pembelian berdasarkan pertimbangan rasional, seperti fungsi produk, kualitas, dan harga, daripada sekadar dipengaruhi oleh emosi atau promosi.

6) Memaksimalkan Nilai Manfaat dari Produk.

Konsumen yang memahami cara kerja atau penggunaan produk secara optimal dapat memaksimalkan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut, sehingga merasa puas dengan pembeliannya.

7) Menghindari Pengaruh Negatif dari Informasi yang Salah.

Pengetahuan yang baik tentang produk dapat melindungi konsumen dari klaim atau informasi yang menyesatkan, seperti iklan yang berlebihan atau ulasan yang tidak objektif.

2.4.3 Tingkatan Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2007), pengetahuan dapat dikategorikan memerlukan kemampuan menafsirkan dan menjelaskan informasi secara tepat. "Aplikasi" merupakan tingkat ketiga dan memerlukan kapasitas untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh ke dalam skenario dunia nyata. "Analisis" merupakan tingkat keempat dan memerlukan kemampuan untuk

mendekonstruksi informasi menjadi bagian-bagian penyusunnya dan memahami keterkaitan di antara bagian-bagian tersebut. "Sintesis" sebagai tingkat kelima memerlukan kapasitas untuk menggabungkan komponen-komponen yang sudah ada sebelumnya untuk menghasilkan entitas yang sepenuhnya baru. Kesimpulannya, "Evaluasi" merupakan tingkat keenam dan memerlukan kapasitas untuk mengevaluasi sesuatu menggunakan kriteria yang ditentukan sendiri atau yang sudah ada sebelumnya. Tingkatan ini membantu dalam menilai kedalaman dan kerumitan pengetahuan seseorang.

2.4.4 Pengukuran Pengetahuan

Pengukuran pada Pengetahuan dapat dilakukan dengan berbagai metode. Salah satu metode yang digunakan dengan melakukan wawancara atau menggunakan kuesioner yang menyangkut subjek penelitian atau responden tentang informasi yang mereka yakini akan membantu kita memahami atau mengukur pengetahuan yang kita cari (Amalia Yunia Rahmawati, 2020).

Sebagaimana dikemukakan Arikunto dalam (Nursanti & Dinaryanti, 2022), penilaian pengetahuan dapat menggunakan dua kategori penyelidikan yang berbeda yakni: penyelidikan objektif dan penyelidikan subjektif.

- d) Penyelidikan objektif terdiri dari jawaban benar atau salah dan jawaban pilihan ganda yang dapat dievaluasi dengan kepastian mutlak oleh penilai.
- e) Penyelidikan subjektif biasanya diketikkan dalam bentuk esai, meminta partisipan mengartikulasikan sudut pandang pribadi mereka sehingga memasukan elemen subjektif dari penilai.

Formula yang dipergunakan dalam mengukur presentasi dari jawaban yang benar hasil dari kuesioner Tingkat pengetahuan, yaitu (Arikunto, 2012):
Skala untuk pengukuran Tingkat pengetahuan terdiri tiga kategori yaitu:

- a) Pengetahuan yang dimiliki dalam kategori baik apabila nilainya $\geq 75\%$.
- b) Pengetahuan yang dimiliki dalam kategori cukup apabila nilainya antara 56 hingga 74 %.
- c) Pengetahuan yang dimiliki dalam kategori kurang jika nilainya $\leq 55\%$.

2.5 Keputusan Pemilihan

Pengambilan Keputusan Konsumen adalah proses yang dilakukan oleh konsumen untuk memilih dan membeli produk atau jasa setelah melalui serangkaian pertimbangan dan evaluasi. Proses ini melibatkan identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif produk atau jasa, serta akhirnya memilih produk atau jasa yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan anggaran mereka (Tarigan *et al.*, 2021).

2.5.1 Proses Keputusan Pemilihan

Proses Keputusan Pemilihan adalah rangkaian langkah yang diambil oleh konsumen mulai dari mengenali kebutuhan hingga akhirnya melakukan pembelian produk atau jasa. Proses ini dapat bervariasi antar individu, tetapi umumnya mengikuti tahapan yang cukup serupa. Berikut adalah tahapan-tahapan dalam proses keputusan pembelian (Budiarti, 2020):

1. Pengenalan Masalah atau Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika konsumen menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan ini bisa timbul dari berbagai faktor seperti:

- Kebutuhan Fisik: Misalnya lapar, haus, atau keinginan untuk memiliki barang tertentu.
- Kebutuhan Sosial: Untuk meningkatkan status sosial atau mengikuti tren.
- Kebutuhan Psikologis: Misalnya untuk kenyamanan atau kepuasan emosional.

2. Pencarian Informasi

Setelah kebutuhan teridentifikasi, konsumen akan mencari informasi untuk mengetahui solusi yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Pencarian informasi ini bisa dilakukan melalui berbagai sumber, antara lain:

- Sumber Internal: Mengingat pengalaman pribadi atau pengalaman orang lain.
- Sumber Eksternal: Mencari informasi dari media, internet, ulasan produk, atau rekomendasi dari teman dan keluarga.

3. Penilaian Alternatif

Setelah mendapatkan informasi yang cukup, konsumen akan menilai berbagai alternatif produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dalam tahap ini, konsumen akan membandingkan beberapa faktor, seperti:

- Harga: Apakah produk atau jasa tersebut terjangkau sesuai anggaran.

- Kualitas: Seberapa baik kualitas produk atau jasa tersebut.
- Fitur dan Manfaat: Sejauh mana produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan spesifik konsumen.
- Brand dan Reputasi: Faktor kepercayaan terhadap merek atau perusahaan yang menawarkan produk atau jasa.

4. Keputusan Pembelian

Setelah menilai alternatif yang ada, konsumen akan membuat keputusan untuk membeli produk atau jasa tertentu. Keputusan ini bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti:

- Harga vs. Kualitas: Apakah konsumen merasa bahwa produk atau jasa yang dipilih memberikan nilai yang baik untuk uang yang dibayarkan.
- Rekomendasi Orang Lain: Keputusan juga bisa dipengaruhi oleh orang lain, misalnya teman atau keluarga yang memberikan saran.
- Pengalaman Sebelumnya: Jika konsumen pernah membeli produk atau jasa dari merek atau toko tertentu, pengalaman sebelumnya bisa menjadi faktor penentu.

5. Tindakan Pembelian

Ini adalah tahap di mana konsumen benar-benar melakukan pembelian. Tindakan ini bisa dilakukan secara langsung di toko fisik atau secara online, tergantung pada preferensi konsumen dan ketersediaan produk. Beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada tahap ini adalah:

- Kemudahan Proses Pembelian: Semakin mudah proses pembelian, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melanjutkan ke pembelian.
- Diskon atau Penawaran Khusus: Promo, potongan harga, atau hadiah bisa menjadi pemicu untuk melakukan pembelian.

6. Perilaku Setelah Pembelian (*Post-Purchase Behavior*)

Setelah pembelian dilakukan, konsumen akan menilai keputusan pembelian mereka. Ada dua jenis reaksi yang bisa muncul:

- Kepuasan: Jika produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen, mereka akan merasa puas dan cenderung untuk membeli lagi atau merekomendasikannya kepada orang lain.
- Ketidakpuasan: Jika produk atau jasa tidak memenuhi harapan, konsumen mungkin merasa kecewa dan bisa melakukan pengembalian produk atau

menghindari merek tersebut di masa depan. Kepuasan atau ketidakpuasan setelah pembelian sangat penting karena dapat memengaruhi loyalitas pelanggan dan keputusan pembelian di masa depan.

2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan

Berikut adalah beberapa faktor utama yang memengaruhi keputusan pemilihan konsumen:

1. Faktor Psikologis

Faktor psikologis berhubungan dengan motivasi, persepsi, dan pengalaman pribadi yang memengaruhi bagaimana konsumen membuat keputusan.

2. Faktor Sosial

mencakup pengaruh dari kelompok sosial atau individu lain dalam kehidupan konsumen.

3. Faktor Budaya

Budaya merupakan elemen yang sangat kuat dalam membentuk keputusan pembelian karena ia mengatur nilai, norma, dan perilaku yang dihargai oleh kelompok masyarakat tertentu

4. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi berhubungan dengan kondisi finansial dan daya beli konsumen.

5. Faktor Pribadi

Setiap konsumen memiliki karakteristik pribadi yang unik, yang dapat memengaruhi pilihan mereka.

6. Faktor Situasional

Faktor situasional mengacu pada keadaan atau kondisi tertentu yang memengaruhi keputusan pembelian pada waktu tertentu. Beberapa faktor situasional yang dapat memengaruhi