

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri Kecantikan merupakan salah satu bidang yang mengalami perkembangan pesat, Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan. Dalam kehidupan sosial saat ini, Penampilan tidak hanya dianggap sebagai hal yang menarik secara estetika, Tetapi juga berperan dalam identitas diri dan meningkatkan rasa percaya diri seseorang (Nuraini & Evawati, 2025). Penampilan yang menarik sering kali dianggap mampu meningkatkan rasa percaya diri seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain serta menunjang aktivitas sosial yang dijalani. Perawatan diri, penggunaan kosmetik, serta berbagai layanan kecantikan semakin menjadi kebutuhan yang penting bagi sebagian masyarakat, Khususnya perempuan dan kalangan muda (Valensia, 2023) .

Perkembangan inovasi di bidang kecantikan memberikan informasi mengenai tren kecantikan dapat dengan mudah di akses melalui media sosial, internet, serta berbagai platform digital lainnya (Dewi dkk., 2025). Kehadiran media sosial mempercepat penyebaran tren kecantikan baru yang kemudian diikuti oleh masyarakat luas. Kondisi tersebut membuat industri kecantikan menjadi salah satu bagian yang terus berkembang dengan menawarkan berbagai produk dan layanan kecantikan yang inovatif dan beragam.

Salah satu inovasi di bidang kecantikan adalah adanya berbagai pelayanan yang mendukung penampilan, seperti perawatan kulit, pemakaian make up, hingga penggunaan *eyelash extension*. *Eyelash Extension* adalah proses pemasangan bulu mata buatan pada bulu mata asli untuk menciptakan efek bulu mata yang lebih lentik, tebal dan panjang secara semi-permanen (Valensia, 2023). Layanan ini semakin diminati karena dianggap mudah digunakan dan bisa memberikan tampilan mata yang lebih cantik tanpa perlu mengaplikasikan maskara setiap hari. Selain itu, penggunaan *eyelash extension* juga dapat memberikan kesan mata yang lebih besar dan ekspresif sehingga mampu menunjang keseluruhan penampilan seseorang. Penggunaan layanan kecantikan seperti *eyelash extension* menunjukkan bahwa masyarakat semakin mengutamakan perawatan penampilan sebagai bagian dari gaya hidup modern (Putri, 2025).

Penggunaan eyelash extension pada dasarnya tidak lepas dari pola gaya hidup yang berkembang di kalangan perempuan muda saat ini. Penelitian yang dilakukan di kalangan perempuan pengguna eyelash extension di Yogyakarta menunjukkan bahwa layanan ini telah menjadi tren yang terus berkembang, di mana penggunaannya banyak didorong oleh pengaruh media sosial serta keinginan untuk tampil praktis dan memiliki penampilan yang sempurna. Eyelash extension bahkan telah menjadi salah satu pilihan gaya hidup yang digunakan perempuan untuk membentuk citra diri di lingkungan sosialnya (Yana & Hendrastomo, 2021).

Meskipun penelitian tersebut berfokus pada perempuan secara umum, temuan ini turut mengindikasikan bahwa pola serupa berpotensi terjadi pula di kalangan mahasiswa, mengingat mahasiswa juga termasuk kelompok perempuan muda yang aktif menggunakan media sosial dan mengikuti tren kecantikan. Hal ini sejalan dengan temuan (Nuraini & Evawati, 2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan eyelash extension di kalangan mahasiswa didorong oleh faktor sosial dan kultural, bahkan menjadi pendorong utama dalam keputusan penggunaan eyelash extension dibandingkan faktor estetika semata. Dengan demikian, gaya hidup yang berkembang di kalangan perempuan muda, termasuk mahasiswa, turut membentuk kecenderungan mereka dalam menggunakan layanan eyelash extension sebagai bagian dari penunjang penampilan dan identitas diri.

Dalam studi perilaku konsumen, keputusan seseorang untuk menggunakan suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal dapat berupa motivasi, persepsi, maupun gaya hidup, sedangkan faktor eksternal dapat berupa pengaruh lingkungan sosial, budaya, maupun tren yang berkembang. Kurniawan & Susanti (2019) di masyarakat (Maharani & Tazliqoh, 2024). Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan penggunaan *eyelash extension* pada mahasiswa adalah gaya hidup. Gaya hidup menunjukkan cara seseorang hidup yang tampak dari kegiatan, ketertarikan, dan pendapat yang di milikinya (Kurniawan & Susanti, 2019). Gaya hidup berkaitan erat dengan pilihan produk atau layanan yang dipilih oleh seseorang berdasarkan nilai, kebutuhan, serta cara hidup mereka. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan produk kecantikan (Listiana & Sudarusman, 2023).

Secara ideal, penggunaan *eyelash extension* diharapkan dapat membantu mahasiswa meningkatkan penampilan serta memberikan rasa percaya diri yang lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan temuan (Nuraini & Evawati, 2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan *eyelash extension* berpengaruh terhadap peningkatan kepercayaan diri mahasiswa, karena tampilan bulu mata yang lebih tebal dan lentik dapat membuat seseorang merasa lebih menarik dan percaya diri saat tampil di lingkungan sosial maupun akademik. Selain itu, penggunaan *eyelash extension* juga dinilai praktis karena dapat menghemat waktu berdandan, sebab mahasiswa tidak perlu lagi menggunakan maskara setiap hari untuk mendapatkan tampilan bulu mata yang lentik dan tebal (Annisa Qurratul'ain dkk., 2023). Dengan demikian, *eyelash extension* diharapkan menjadi solusi praktis bagi mahasiswa yang ingin tampil menarik tanpa harus melakukan riasan mata secara intensif setiap harinya.

Namun, pada kenyataannya, tidak semua mahasiswa secara konsisten melakukan penggunaan *eyelash extension*. Untuk memperkuat fenomena tersebut, Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan peneliti kepada 31 mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan angkatan 2022, diperoleh hasil bahwa sebanyak 28 mahasiswi atau 90,3% pernah melakukan penggunaan *eyelash extension*, sedangkan 3 mahasiswi atau 9,7% belum pernah melakukan penggunaan *eyelash extension*. Dari 28 mahasiswi yang pernah melakukan penggunaan, sebanyak 16 mahasiswi melakukan penggunaan sebanyak 1 kali, 5 mahasiswi melakukan penggunaan sebanyak 2–3 kali, dan 7 mahasiswi melakukan penggunaan lebih dari 3 kali.

Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 21 responden atau 75% menyatakan bahwa alasan utama melakukan pemasangan *eyelash extension* adalah untuk tampil lebih menarik. selain itu, sebanyak 13 responden atau 46,4% menyatakan bahwa penggunaan *eyelash extension* dapat meningkatkan rasa percaya diri, sedangkan 7 responden atau 25% menyatakan bahwa penggunaan *eyelash extension* dapat menghemat waktu saat menggunakan makeup. Sebanyak 6 responden atau 21,4% juga menyatakan bahwa media sosial dan tren kecantikan memengaruhi minat mereka dalam menggunakan *eyelash extension*. Hal tersebut menunjukkan bahwa

penggunaan *eyelash extension* tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan estetika, tetapi juga berkaitan dengan gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa

Data tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya ketertarikan mahasiswa terhadap *eyelash extension* sebagai penunjang penampilan dengan perilaku penggunaannya yang belum konsisten. Kesenjangan ini penting untuk dikaji karena penggunaan *eyelash extension* bukan sekadar soal pilihan personal semata, melainkan berkaitan dengan bagaimana gaya hidup seseorang membentuk perilaku konsumsi terhadap layanan kecantikan. Jika sebagian mahasiswa menjadikan *eyelash extension* sebagai kebutuhan rutin sementara sebagian lain hanya mencobanya sekali tanpa keberlanjutan, hal ini mengindikasikan adanya perbedaan pola gaya hidup yang memengaruhi keputusan tersebut. Dengan demikian, permasalahan dalam penelitian ini bukan terletak pada ada atau tidaknya penggunaan *eyelash extension*, melainkan pada faktor gaya hidup yang diduga menjadi penentu konsistensi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa. Penelitian oleh (Situmorang dkk., 2026) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan. Selain itu, penelitian (Listiana & Sudarusman, 2023) juga menemukan bahwa gaya hidup berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk kecantikan, terutama yang berkaitan dengan citra diri dan kebutuhan penampilan. Penelitian lain oleh (Aini & Andjarwati, 2020) menyatakan bahwa Gaya hidup konsumtif juga terbukti mempengaruhi keputusan pembelian, khususnya pada konsumen muda yang cenderung mengikuti tren kecantikan. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada produk kecantikan secara umum, dan belum secara spesifik mengkaji penggunaan *eyelash extension*. Hal ini merupakan *state of the art* dari penelitian ini

Berdasarkan penelitian terdahulu, belum banyak penelitian yang secara khusus membahas pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *eyelash extension* pada Mahasiswa Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, penelitian ini juga memiliki *research gap* pada penggunaan data lapangan melalui survei awal yang menunjukkan bahwa adanya perbedaan antara

ketertarikan mahasiswa dalam mencoba *eyelash extension* sebagai penunjang penampilan dengan perilaku penggunaan yang belum dilakukan secara konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai perilaku mahasiswa dalam penggunaan *eyelash extension*.

Pemilihan mahasiswa Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta sebagai subjek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, mahasiswa program studi ini secara langsung berkecimpung dalam bidang kosmetik dan perawatan kecantikan, sehingga memiliki tingkat kesadaran (*awareness*) yang tinggi terhadap penampilan serta perkembangan produk maupun layanan kecantikan, termasuk *eyelash extension*, dibandingkan mahasiswa dari program studi lain. Kedekatan bidang keilmuan ini menjadikan mahasiswa Kosmetik dan Perawatan Kecantikan sebagai subjek yang relevan untuk mengkaji fenomena penggunaan *eyelash extension* yang berkaitan dengan gaya hidup.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta yang terdiri dari angkatan 2020 hingga 2024. Namun, angkatan 2020 dan 2021 tidak disertakan sebagai subjek penelitian karena jumlah populasinya sangat terbatas, yaitu masing-masing hanya berjumlah 6 dan 5 orang, sehingga dinilai kurang representatif untuk dijadikan subjek penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada mahasiswa angkatan 2022, 2023, dan 2024 dengan jumlah populasi masing-masing sebanyak 62 orang, 57 orang, dan 69 orang, sehingga total populasi penelitian ini berjumlah 188 orang. Jumlah populasi tersebut dinilai lebih memadai untuk memperoleh data yang representatif dibandingkan apabila penelitian hanya melibatkan angkatan 2020 dan 2021.

Namun demikian, belum diketahui secara pasti sejauh mana gaya hidup memengaruhi keputusan penggunaan *eyelash extension* pada mahasiswa. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *Eyelash Extension* pada Mahasiswa Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Terdapat kesenjangan antara tingginya ketertarikan mahasiswa terhadap *eyelash extension* dengan perilaku penggunaannya yang belum konsisten.
2. Belum diketahui secara pasti sejauh mana gaya hidup memengaruhi keputusan penggunaan *eyelash extension* pada mahasiswa.
3. Penggunaan *eyelash extension* pada mahasiswa diduga berkaitan dengan upaya meningkatkan penampilan dan kepercayaan diri, namun belum diketahui secara pasti keterkaitannya dengan gaya hidup mahasiswa.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, serta terbatasnya waktu penelitian, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah gaya hidup sebagai variabel independen dan keputusan penggunaan sebagai variabel dependen.
2. Penelitian ini difokuskan pada penggunaan *eyelash extension* sebagai objek penelitian.
3. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022, 2023 dan 2024 yang pernah menggunakan *eyelash extension*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *eyelash extension* pada Mahasiswa Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta ?”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *eyelash extension* pada mahasiswa Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku dan gaya hidup mahasiswa, terutama yang berkaitan dengan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *eyelash extension* pada mahasiswa.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *eyelash extension* pada mahasiswa Kosmetik dan Perawatan Kecantikan UNJ.

2. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha di bidang jasa *eyelash extension* dalam memahami perilaku konsumen, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan dan strategi pemasaran yang sesuai dengan gaya hidup konsumen, jikalau target pasarnya adalah mahasiswa.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman bagi mahasiswa mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan *eyelash extension*.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian di bidang yang sama.