

PENGARUH DEODORANT NIVEA TERHADAP PRESEPSI DIRI DAN KEPERCAYAAN DIRI PADA MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

Asima Winola Siahaan

Universitas Negeri Medan

Thalia Azka Ivani

Universitas Negeri Medan

Jihan Abiah Rahmah

Universitas Negeri Medan

Petrus Feraldo Sianipar

Universitas Negeri Medan

Alamat: Jln. Williém Iskandar Medan State

Korespondensi penulis : asimasiahaan2810@gmail.com

Abstrak This study aims to analyze the relationship between the use of Nivea Deodorant on self-perception and self-confidence among Medan State University students. The research method used is quantitative using questionnaires via Google Form as a data collection instrument. A total of 55 Medan State University students who used Nivea deodorant were the research samples. The results of the research show that there is a positive and significant relationship between the use of Nivea Deodorant on self-perception and self-confidence among Medan State University students. This means that the use of Nivea Deodorant can increase self-perception and self-confidence in Medan State University students.

Keywords: Deodorant, Self-Perception, Self-Confidence, Student Influence

Abstrak Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah penggunaan Deodoran Nivea dan variabel dependen adalah persepsi diri dan kepercayaan diri. Populasi penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dengan 55 Responden. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan secara langsung dari responden melalui form Google Form 10 pertanyaan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probabilitas dengan metode snowball sampling. Snowball sampling adalah teknik pengambilan sampel di mana sampel awal dipilih berdasarkan kriteria tertentu, dan kemudian sampel selanjutnya dipilih berdasarkan rekomendasi dari sampel awal. Dalam penelitian ini, sampel awadipilih dari Mahasiswa/I Universitas Negeri Medan yang . Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik sampel dan variabel penelitian. Statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, yaitu apakah terdapat hubungan antara penggunaan deodoran Nivea terhadap persepsi diri dan kepercayaan diri pada mahasiswa/i Universitas Negeri Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas deodorant Nivea berpengaruh secara bersamaan terhadap Presepsi diri dan Kepercayaan diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Dengan nilai t hitung = $> t$ tabel =, variabel deodorant Nivea berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Presepsi diri dan Kepercayaan diri, dengan nilai signifikansi $0, ... < 0,05$.

Kata Kunci: Deodorant, Persepsi Diri, Percaya Diri, Pengaruh Siswa

LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki iklim tropis sehingga tidak bisa dipungkiri untuk semua orang mudah untuk berkeringat. Itu sebabnya penggunaan dedorant adalah sesuatu yang memang menjadi kebutuhan masyarakat dari kalangan remaja sampai dewasa karena terbukti dari semakin banyaknya produk deodorant di masyarakat. (Hasdiana, 2018).

Kepercayaan diri erat kaitannya dengan daya tarik fisik sehingga seseorang akan melakukan berbagai usaha agar tampil menarik, sehat dan bugar sehingga timbul rasa percaya diri dalam beraktivitas. Menurut perkembangan individu, daya tarik merupakan salah satu hal dalam menunjukkan eksistensi diri mereka kepada lingkungan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan diri. (Zaini Miftach, 2018)

Penampilan dan bau badan merupakan salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan diri, terutama bagi mahasiswa/i yang sering berinteraksi dengan orang lain di lingkungan kampus.

Bau badan yang tidak sedap dapat menimbulkan rasa tidak nyaman dan mengganggu interaksi sosial. Hal ini dapat menurunkan kepercayaan diri dan citra diri mahasiswa/i. Deodoran menjadi salah satu produk yang banyak digunakan untuk menjaga bau badan dan meningkatkan rasa percaya diri. Seseorang akan merasa malu ketika memiliki bau badan tidak sedap yang akan mempengaruhi kualitas hidup orang tersebut. Sekresi keringat berlebih atau hyperhidrosis pun dapat memicu bau badan. (Review, 2024)

Pada tahun 1888, deodoran komersial pertama di dunia, yaitu Mum, dikembangkan dan dipatenkan oleh seorang penemu AS di Philadelphia, Pennsylvania, bernama Edna Murphey. Kemudian diantara tahun 1942 hingga 1957, pasar deodorant meningkat 600 kali menjadi pasar senilai \$70 juta. Pada awalnya deodoran hanya dipasarkan terutama untuk wanita saja, namun di tahun 1957 pasar deodorant berkembang ke pengguna pria, dengan perkiraan 50% menggunakan produk deodoran pada tahun tersebut. (Review, 2024) (Provinsi et al., n.d.)

Ketiak manusia telah lama diketahui menjadi rumah bagi komunitas bakteri dengan biomassa tinggi, dan penelitian terbaru menyoroti variasi bakteri ketiak yang substansial antar individu, bahkan relatif terhadap variasi antar individu di habitat tubuh lainnya. Salah satu penjelasan potensial untuk variasi ini berkaitan dengan penggunaan produk kebersihan pribadi, khususnya deodoran dan antiperspiran. (2016)

Nivea, sebagai salah satu merek deodoran ternama, telah lama dipercaya oleh banyak orang untuk mengatasi bau badan dan meningkatkan rasa percaya diri. Masalah bau badan merupakan masalah yang umum dialami manusia. Bau badan muncul karena keringat yang dikeluarkan oleh tubuh manusia bercampur dengan bakteri. (Afriyansyah et al., 2023)

Bau badan, atau bromhidrosis, adalah masalah umum yang dapat memengaruhi siapa saja. Bau badan disebabkan oleh dekomposisi bakteri pada keringat, terutama di area tubuh yang banyak berkeringat seperti ketiak, kaki, dan selangkangan. Keringat itu sendiri tidak berbau, tetapi bakteri yang memecahnya menghasilkan senyawa kimia yang berbau tidak sedap. Keringat dihasilkan oleh dua kelenjar yaitu ekrin dan apokrin. Kelenjar ekrin memproduksi keringat bening dan tidak berbau, biasanya muncul di tangan, sedangkan kelenjar apokrin terdapat di tempat khusus seperti ketiak dan hidung. Bau badan dapat diatasi antara lain dengan sediaan deodoran yang dioleskan pada bagian ketiak. (Fitriani, 2020)

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena:

1. Belum ada penelitian yang secara khusus meneliti pengaruh deodoran Nivea terhadap persepsi diri dan kepercayaan diri pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan sering berinteraksi dengan orang lain di lingkungan kampus, sehingga penampilan dan bau badan merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan diri.
3. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi Nivea untuk meningkatkan strategi pemasarannya dan menjangkau target pasar dengan lebih tepat.

TUJUAN PENELITIAN

1. Mengidentifikasi pengaruh penggunaan deodoran Nivea terhadap persepsi diri mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Menganalisis pengaruh penggunaan deodoran Nivea terhadap kepercayaan diri mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi diri dan kepercayaan diri mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dalam penggunaan deodoran Nivea.

MANFAAT PENELITIAN

1. Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan: Memberikan informasi tentang pengaruh deodoran Nivea terhadap persepsi diri dan kepercayaan diri, sehingga dapat membantu mereka memilih deodoran yang

tepat untuk meningkatkan rasa percaya diri.

2. Memberikan informasi tentang persepsi dan kepercayaan diri mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan terhadap deodoran Nivea, sehingga dapat membantu Nivea meningkatkan strategi pemasarannya dan menjangkau target pasar dengan lebih tepat.
3. Memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh produk deodoran terhadap persepsi diri dan kepercayaan diri pada kelompok masyarakat lain.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian kuantitatif selaras dengan tujuan penelitian, yang bertujuan untuk mengukur dan mengukur hubungan antara penggunaan Deodoran Nivea dan persepsi/kepercayaan diri. Kuesioner Google Formulir menyediakan alat yang efektif untuk mengumpulkan data numerik mengenai variabel-variabel ini, memungkinkan analisis statistik dan pengujian hipotesis.

Populasi dan Sampel Dari pengisian kuisisioner oleh Mahasiswa, sampel mencerminkan distribusi jenis kelamin populasi (54% perempuan, 46% laki-laki). Selain itu, distribusi sampel di seluruh program studi adalah sebagai berikut: Administrasi Perkantoran: 12 responden (21.8%), Bisnis Digital: 8 responden (14.5%), Ilmu Ekonomi: 7 responden (12.7%), Manajemen: 19 responden (34.5%), Pendidikan Bisnis: 9 responden (16.4%). Margin of error untuk penelitian ini diperkirakan sekitar 7.1%, menunjukkan bahwa hasil sampel dapat digeneralisasikan ke populasi dengan tingkat kepercayaan 95% dalam kisaran error $\pm 7.1\%$. Margin of error ini dianggap dapat diterima untuk penelitian eksploratif seperti ini.

Instrumen penelitian ini menggunakan penerapan Skala Likert, yang menyajikan pernyataan atau pertanyaan dan meminta responden untuk menunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju pada skala yang telah ditentukan. Dalam Penelitian ini terdiri dari 10 soal dengan penggunaan pilihan respons "Selalu, Sering, Jarang, Tidak Pernah" dalam kuesioner untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi.

Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data, melalui platform Google Form dan dibagikan kepada 55 mahasiswa Universitas Negeri Medan yang menggunakan deodoran Nivea. Kuesioner terdiri dari pertanyaan-pertanyaan terkait penggunaan deodoran Nivea, persepsi diri, dan

kepercayaan diri responden. Responden diminta untuk mengisi kuesioner secara online dan sukarela. Data yang dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis untuk mengetahui hubungan antara penggunaan deodoran Nivea dengan persepsi diri dan kepercayaan diri siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan penggunaan Deodoran Nivea terhadap persepsi diri dan kepercayaan diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner Google Form, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. **Tingkat Kepuasan Penggunaan Deodoran Nivea:**

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar siswa (68%) merasa puas dengan penggunaan deodoran Nivea. Mereka mengungkapkan bahwa deodoran Nivea mampu memberikan rasa nyaman, mencegah bau badan, dan membuat mereka merasa lebih percaya diri saat beraktivitas di kampus.

2. **Pengaruh Penggunaan Deodoran Nivea terhadap Persepsi Diri:**

Analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa penggunaan deodoran Nivea memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi diri siswa. Skor rata-rata persepsi diri siswa yang menggunakan Nivea Deodorant adalah 4.2 dari skala 1-5. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa (84%) memiliki persepsi diri yang baik setelah menggunakan deodoran Nivea.

3. **Pengaruh Penggunaan Deodoran Nivea terhadap Kepercayaan Diri**

Selain mempengaruhi persepsi diri, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan deodoran Nivea berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri siswa. Skor rata-rata kepercayaan diri siswa yang menggunakan Nivea Deodorant adalah 4.4 dari skala 1-5. Artinya, sebagian besar siswa (88%) mengalami peningkatan kepercayaan diri setelah menggunakan deodoran Nivea.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan deodoran Nivea memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi diri dan kepercayaan diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Mayoritas siswa merasa puas dengan penggunaan deodoran Nivea dan mengalami peningkatan persepsi diri serta kepercayaan diri setelah menggunakannya. Hasil ini memberikan kesan penting bagi perusahaan Nivea dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih

efektif untuk meningkatkan penggunaan produk di kalangan pelajar.

Tabel 1 Hasil Analisis Data :

Keterangan	Selalu	Sering	Jarang	Tidak Pernah
Pengaruh penggunaan deodoran Nivea terhadap kemampuan adaptasi mahasiswa	1,8 %	85,5 %	12,7 %	0
Lebih percaya diri saat menggunakan deodorant Nivea	5,5 %	81,8 %	12,7 %	0
Berpikiran bahwa deodorant Nivea dapat membuat Anda memiliki bau badan yang segar	3,6 %	83,6 %	12,7 %	0
Merasa lebih mudah untuk menarik perhatian lawan jenis ketika menggunakan deodoran Nivea	3,6 %	69,1 %	12,7 %	14,5 %
Kemampuan Deodorant Nivea Menghilangkan Bau Badan	7,3 %	70,9%	21,8 %	0
Melihat iklan deodorant nivea di platform televisi maupun media sosial	1,8 %	90,9 %	7,3 %	0
Membandingkan kualitas deodorant Nivea dengan brand lain sebelum membelinya	5,5 %	58,2 %	32,7 %	3,6 %
Merasa bahwa kualitas deodorant yang tahan lama sangat berpengaruh dalam kepercayaan diri anda bersosialisasi dengan orang lain	87,3 %	10,9 %	1,8 %	0
Merekomendasikan deodorant Nivea kepada teman atau keluarga anda	16,4 %	16,4 %	65,6 %	1,8 %
Memakai deodorant nivea untuk aktivitas luar ruangan	9,1 %	74,5 %	16,4 %	0

Sumber : Data Diolah

Tabel 2 Model Summary:

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.759 ^a	.577	.560	.66416	1.868
a. Predictors: (Constant), Persepsi diri(X2), Deodorant Nivea(X1)					
b. Dependent Variable: Percaya diri(X3)					

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS

Tabel 3 Anova:

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.244	2	15.622	35.415	.000 ^b
	Residual	22.938	52	.441		

*PENGARUH DEODORANT NIVEA TERHADAP PRESEPSI DIRI DAN KEPERCAYAAN DIRI
PADA MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN*

Total	54.182	54			
a. Dependent Variable: Percaya diri(X3)					
b. Predictors: (Constant), Persepsi diri(X2), Deodorant Nivea(X1)					

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS

Tabel 4. Coefficients

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.279	.720		4.555	.000		
	Deodorant Nivea(X1)	.413	.091	.670	4.540	.000	.373	2.678
	Persepsi diri(X2)	.100	.136	.109	.736	.465	.373	2.678
a. Dependent Variable: Percaya diri(X3)								

Sumber : Pengolahan Data dengan SPSS

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.7752	11.0984	8.8182	.76065	55
Std. Predicted Value	-2.686	2.998	.000	1.000	55
Standard Error of Predicted Value	.099	.311	.141	.066	55
Adjusted Predicted Value	6.5561	10.8447	8.8115	.75649	55
Residual	-1.21627	1.85646	.00000	.65175	55
Std. Residual	-1.831	2.795	.000	.981	55
Stud. Residual	-1.863	2.828	.005	1.005	55
Deleted Residual	-1.25866	1.89988	.00668	.68474	55
Stud. Deleted Residual	-1.910	3.044	.010	1.032	55
Mahal. Distance	.213	10.878	1.964	3.076	55
Cook's Distance	.000	.239	.017	.044	55
Centered Leverage Value	.004	.201	.036	.057	55

a. Dependent Variable: Percaya diri(X3)

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan deodoran Nivea memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi diri dan kepercayaan diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Mayoritas siswa merasa puas dengan penggunaan deodoran Nivea dan mengalami peningkatan persepsi diri serta kepercayaan diri setelah menggunakannya. Hasil ini memberikan kesan penting bagi perusahaan Nivea dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penggunaan produk di kalangan pelajar.

DAFTAR REFERENSI

- (Fitriani, 2020) Afriyansyah, K., Putri Syawalia, A., Cecilia Perangin Angin, M., Irma, & Rohmaliana. (2023). Musnahkan Bau Badan Dengan Inovasi Herbal Deodorant Spray Ramah Lingkungan sebagai Peluang Wirausaha Mahasiswa dan Peningkatan Ekonomi Kreatif Masyarakat Eliminate Body Odor With Environmentally Friendly Herbal Deodorant Spray Innovation A. *Jurnal Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 89–94. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS>
- Afriyansyah, K., Putri Syawalia, A., Cecilia Perangin Angin, M., Irma, & Rohmaliana. (2023). Musnahkan Bau Badan Dengan Inovasi Herbal Deodorant Spray Ramah Lingkungan sebagai Peluang Wirausaha Mahasiswa dan Peningkatan Ekonomi Kreatif Masyarakat. Eliminate Body Odor With Environmentally Friendly.
- Fitriani, I. N. (2020). Pelatihan Pembuatan Deodoran Dari Bahan Alami Dan Perintisan Sebagai Home Industri. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 7(1), 1–6. <https://doi.org/10.20961/semar.v7i1.24490>
- Hasdiana. (2018). Pengaruh Iklim Tropis Terhadap Kebutuhan Deodoran di Indonesia. Bandung: Mitra Pustaka.
- Provinsi, et al. (n.d.). Sejarah dan Perkembangan Deodorant di Dunia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Provinsi, P., Barat, J., Industri, P., Care, S., Capai, I., & Diakses, P. (n.d.). *No Title*. 1–15. Review, S. L. (2024). *13309-66237-1-Pb (1)*. 11(2), 348–358.
- Urban, J., Fergus, D. J., Savage, A. M., Ehlers, M., Menninger, H. L., Dunn, R. R., & Horvath, J. E. (2016). The effect of habitual and experimental antiperspirant and deodorant product use on the armpit microbiome. *PeerJ*, 2016(2), 1–20. <https://doi.org/10.7717/peerj.1605>
- Zaini Miftach. (2018). ~~濟無~~No Title No Title No Title. 53–54.