

## **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN PADA PELAYANAN JASA *facial* DENGAN BAHAN ALAMI DI *HOUSE OF ANNISA* KOTA TUBAN**

**Dian Karunia Ratri**

Program Studi S-1 Pendidikan Tata Rias Fakultas Teknik Universitas Negeri Surabaya  
[diankarunia92@gmail.com](mailto:diankarunia92@gmail.com)

**Dra. Maspiyah, M.Kes**

Dosen Program Studi Tata Rias Fakultas Teknik Universitas Negeri Surabaya  
[masfiahhh@yahoo.co.id](mailto:masfiahhh@yahoo.co.id)

**Abstrak:** Wajah merupakan salah satu bagian tubuh yang menjadi perhatian utama bagi setiap orang, salah satu cara untuk mencegah masalah kulit wajah adalah dengan melakukan *facial*. Kosmetik dengan bahan alami merupakan bahan utama untuk *facial*. Bahan alami tersebut dapat mempengaruhi minat konsumen. Minat konsumen ada 4 faktor yaitu (1) faktor budaya (2) faktor sosial (3) faktor pribadi (4) faktor psikologis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor minat konsumen terhadap *facial* dengan bahan alami. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dengan objek penelitian yang berjumlah 40 konsumen di *House of Annisa*. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dan dokumentasi kemudian hasil penelitian diuji dengan skala likert. Hasil penelitian ini berupa hasil respon dari konsumen dari 4 faktor minat konsumen terhadap *facial* dengan bahan alami menunjukkan nilai presentase sebagai berikut (1) faktor budaya 65% karena perawatan kulit wajah dengan menggunakan bahan alami lebih aman untuk digunakan semua jenis kulit (2) faktor sosial 50% karena rekomendasi dari teman kerja untuk merawat kulit wajah dengan menggunakan bahan alami (3) faktor pribadi 82% karena perawatan kulit wajah menggunakan bahan alami membuat lebih percaya diri (4) faktor psikologis 85% karena perawatan kulit wajah menggunakan bahan alami dapat merileksasi tingkat stres setelah bekerja. Bahwa bahan alami dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap *facial*.

**Kata kunci:** minat konsumen, *facial*, bahan alami

### ***The Factors Influencing Customer Interest On Facial Treatment Service By Using Natural Ingredients At House Of Annisa Tuban City***

**Abstract:** Face is a part of body which becomes main attention for every person. One way to prevent face skin problem is by conducting *facial*. Cosmetic with natural ingredient is main ingredient for *facial*. That natural ingredient is able to influencing customer interest. The customer interests are in four factors, they are (1)cultural factor, (2) social factor, (3) personal factor, (4) psychology factor. The aim of this research was to know factor influencing customer on *facial* with natural ingredient. Type of this research was descriptive quantitative research with research objects were 40 customer at *House of Annisa*. Data collecting method using questionnaire and documentation, then analyzed with Likert scale. Result of this research is in form of responses from customers of 4 factors of customer interest on *facial* with natural ingredient shows percentage as following: (1)cultural factor 65% because face skin treatment by using natural ingredient more safe to be used for all skin types, (2) social factor 50% because recommend from work colleague to treats face skin by using natural ingredient, (3) personal factor 82% because face skin treatment by using natural ingredient made more confident, (4) psychology factor 85% because face skin treatment by using natural ingredient could to relaxsing stress level after work. It could be concluded that natural ingredient able to influences customer interest on *facial*.

**Keyword:** customer interest, *facial* natural ingredient

## PENDAHULUAN

*Back to nature* adalah solusi untuk meningkatkan bahan baku ramah lingkungan, sebagai *green productivity* dan produk yang dihasilkan disebut produk hijau atau *green product*. Promosi produknya juga mempertimbangkan keramahan lingkungan, yang disebut *green promotion*, sedangkan konsumennya lebih cenderung mengonsumsi produk yang ramah lingkungan yang disebut *green consumer* (Herri dkk, 2006). Kosmetik produk kecantikan berbahan alami (herbal), dewasa ini telah mengalami perkembangan dan menjadi *trend* di masyarakat. Masyarakat mulai melirik perawatan kecantikan wajah dengan bahan yang alami karena telah terbukti bahan-bahan alami akan jauh lebih baik bagi perawatan kecantikan dan tidak menimbulkan efek berbahaya.

Produk kosmetik untuk perawatan tubuh atau kulit, baik yang bersifat tradisional maupun modern telah banyak di hasilkan karena kemajuan dibidang kosmetik. Kosmetik yang bersifat tradisional merupakan kosmetik yang di gunakan untuk merawat kulit wajah menggunakan bahan alam atau herbal, seperti; *yogurt*, susu skim, gandum, madu, minyak zaitun, teh. Bahan-bahan alam tersebut di kombinasikan untuk merawat kulit wajah, sehingga tidak ada efek samping untuk kulit wajah dan aman di gunakan untuk semua jenis kulit. Kosmetik buatan pabrik atau modern merupakan kosmetik yang terbuat dari ekstrak bahan alam yang di campur dengan bahan dasar kosmetika seperti *solvent* (pelarut), *emulsier* (pencampur), *preservative* (pengawet), sehingga kosmetik tersebut dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama lebih kurang 1 tahun untuk jenis kosmetik krim dan cairan, 2 tahun untuk jenis kosmetik serbuk, 1 tahun untuk jenis kosmetik pensil dan 1 tahun untuk jenis kosmetik bibir, (Kustanti,2008).

Kecantikan merupakan hal yang sangat diinginkan oleh setiap kaum wanita, untuk mencapai hal itu mereka melakukan banyak cara dalam merawat kulit untuk mencapai setidak-tidaknya mendekati keadaan ideal yang diidam-idamkan yaitu kecantikan. Wanita modern tidak segan-segan mengeluarkan biaya tinggi untuk membeli kosmetika, maupun pergi ke tempat jasa perawatan tubuh dengan tujuan agar terlihat cantik. Masalah kecantikan memang banyak mendapat perhatian dan sering diperbincangkan di dalam berbagai kesempatan, bahkan menjadi ajang pertarungan melalui berbagai festival atau kontes, layaknya seperti bentuk-bentuk kesenian lainnya, misalnya ajang pemilihan puteri Indonesia, *miss universe* dan pemilihan puteri-puteri lainnya. Usaha di bidang jasa perawatan tubuh dan kecantikan menjadi tumbuh subur dan berkembang

dengan pesat seperti: salon, spa sauna, *fitness*, *body treatmen*, *body massage*, dan klinik kecantikan.

Bentuk jasa layanan yang disediakan di tempat salon-salon kecantikan adalah perawatan wajah (*facial*). Wajah atau muka adalah bagian depan dari kepala manusia, yang meliputi: wilayah dari dahi hingga dagu termasuk rambut, alis, mata, hidung, pipi, mulut, bibir, gigi, dan kulit. Wajah merupakan bagian tubuh yang pertama dilihat saat berhubungan dengan orang lain. Oleh karena itu perawatan wajah merupakan hal yang sangat penting dan menambah kepercayaan diri saat bertemu dengan seseorang.

Perawatan wajah dibedakan menjadi dua yaitu perawatan wajah secara tradisional dan perawatan wajah secara modern. Perawatan wajah secara tradisional merupakan perawatan wajah yang dilakukan dengan cara manual menggunakan tangan tanpa alat bantu listrik. Pengolesan kosmetik sampai kepemijatan semua menggunakan tangan tanpa ada bantuan alat listrik, sedangkan perawatan wajah secara modern yaitu perawatan wajah menggunakan alat bantu seperti alat listrik khusus untuk perawatan wajah seperti *mikrodermabrasi*, *facial electric* dan lain sebagainya. Perawatan wajah (*facial*) dapat menyehatkan dan meremajakan kulit, melatih otot wajah, menjaga kelenturan wajah, melancarkan peredaran darah, serta memberikan efek relaksasi pada wajah sehingga dapat mengurangi efek penuaan dini pada kulit.

Minat adalah merupakan suatu keinginan yang cenderung menetap pada diri seseorang untuk mengarahkan pada suatu pilihan tertentu sebagai kebutuhannya, kemudian dilanjutkan untuk diwujudkan dalam tindakan yang nyata dengan adanya perhatian pada obyek yang diinginkannya itu untuk mencari informasi sebagai wawasan bagi dirinya. Kotler (2002:187) ada 4 (empat) faktor yang mempengaruhi minat perilaku konsumen, meliputi: 1) Faktor budaya adalah penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Meliputi nilai-nilai dasar, persepsi, preferensi, dan perilaku yang dipelajari seseorang dari keluarga institusi penting lainnya. 2) Faktor sosial merupakan kelompok referensi seseorang, keluarga, teman, organisasi sosial, mempengaruhi pilihan hidup dan status sosial konsumen. 3) Faktor pribadi merupakan karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidp pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri. 4) Faktor psikolog merupakan motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

*House of Annisa* di kota Tuban adalah salon kecantikan yang memberikan pelayanan jasa di bidang perawatan rambut, wajah dan badan khususnya untuk wanita muslimah. *House of Annisa* berlatar belakang salon muslimah, sehingga para wanita khususnya muslim

lebih nyaman untuk perawatan di *House of Annisa*, dikarenakan kota Tuban merupakan kota dengan mayoritas muslim yang masyarakatnya sudah banyak memakai jilbab sehingga menginginkan perawatan yang khusus untuk wanita. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan minat konsumen dalam memilih perawatan kulit wajah dengan bahan alami di salon *House of Annisa*.

**METODE**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif yang merupakan penelitian yang benar-benar hanya memaparkan apa yang terdapat atau terjadi dalam sebuah kancan, lapangan, atau wilayah tertentu. Data yang terkumpul di klasifikasikan atau dikelompok menurut jenis, sifat, atau kondisinya. (Arikunto,2006:182). Objek penelitian ini merupakan perawatan wajah dengan menggunakan *facial* dengan bahan alami. Sebagai sasaran penelitian adalah konsumen yang melakukan perawatan wajah dengan menggunakan bahan alami yang berjumlah 40 konsumen.

Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuisisioner dan dokumentasi. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Arikunto, 2006: 160). Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Angket yang diambil dari responden yaitu :

- a. Identitas  
Data responden meliputi nama, usia, alamat, pekerjaan, dan penghasilan.
- b. Petunjuk  
Berisi tentang petunjuk pengisian dan lembar angket serta ketentuannya. Adapun pilihan jawaban yang disediakan untuk responden sebagai berikut : 5 = Sangat Setuju, 4 = Setuju, 3 = Netral, 2 = Tidak Setuju, 1 = Sangat Tidak Setuju
- c. Pernyataan  
Pernyataan yang ada pada lembar angket tentang faktor-faktor minat konsumen terhadap jasa pelayanan *facial* dengan bahan alami *House of Annisa*. Berikut ini adalah kisi-kisi kuisisioner mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap jasa pelayanan *facial* di *House of Annisa*:

Tabel 1 Kisi-Kisi Kuisisioner atau Angket Minat Konsumen

Faktor minat	Metode	No. Item
1. Faktor Budaya	Angket Tertutup	1 - 15
2. Faktor Sosial	Angket Tertutup	16 - 30
3. Faktor Pribadi	Angket Tertutup	31 - 45
4. Faktor Psikologis	Angket Tertutup	46 - 60

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah interval rasio menggunakan skala likert, dengan skala responden yang diminta untuk memberi tanggapan terhadap setiap pernyataan dengan memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang tersedia.

Data yang diperoleh dari angket yang disebarkan pada responden dianalisis dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif dengan tujuan untuk menjawab rumusan masalah. Masing-masing tanggapan responden dalam angket akan dihitung dengan rumus.

$$P = f/N \times 100\%$$

Keterangan :

- P = Angka persentase
- f = Frekuensi jawaban
- N = Jumlah

Tabel 2 Klasifikasi Minat Konsumen

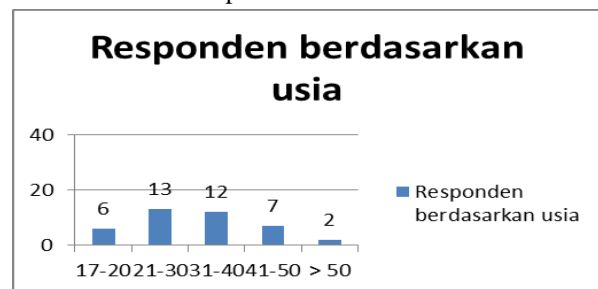
Interval Koefisien	Tingkat Minat
0,00 % – 19,9 %	Sangat Rendah
20 % - 39,9 %	Rendah
40 % - 59,9 %	Sedang
60 % - 79,9 %	Kuat
80 % - 100 %	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2011: 231)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Jumlah respondendalam penelitian ini adalah 40 orang konsumen yang melakukan jasa pelayanan perawatan wajah dengan bahan alami di *House of Annisa*. Deskripsi umum atas karakteristik responden dijelaskan sebagai berikut :

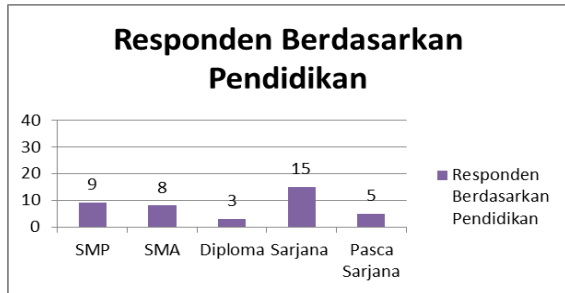
- a. Karakteristik responden berdasarkan usia



Grafik 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Grafik 1 Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dijelaskan bahwa banyaknya responden berdasarkan usia, menunjukkan bahwa responden yang berusia 17-20 tahun sebanyak 6 orang, usia 21-30 tahun sebanyak 13 orang, usia 31-40 tahun sebanyak 12 orang, usia 41-50 tahun sebanyak 7 orang, > 50 tahun sebanyak 2 orang.

b. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.



Grafik 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Grafik 2 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dijelaskan bahwa banyaknya responden berdasarkan pendidikan, yaitu berpendidikan SMP sebanyak 9 orang, SMU sebanyak 8 orang, Diploma sebanyak 3, Sarjana sebanyak 15 orang, Pasca Sarjana sebanyak 5 orang.

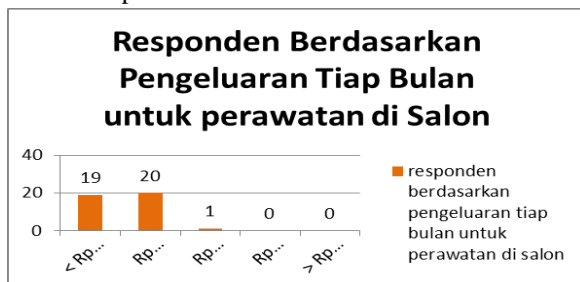
c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.



Grafik 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Grafik 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dijelaskan bahwa banyaknya responden berdasarkan pekerjaan, yaitu PNS sebanyak 10 orang, pegawai swasta sebanyak 8 orang, pelajar/mahasiswa sebanyak 9 orang, wiraswasta sebanyak 5 orang, dan ibu rumah tangga sebanyak 8 orang.

d. Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran tiap bulan untuk perawatan di salon.

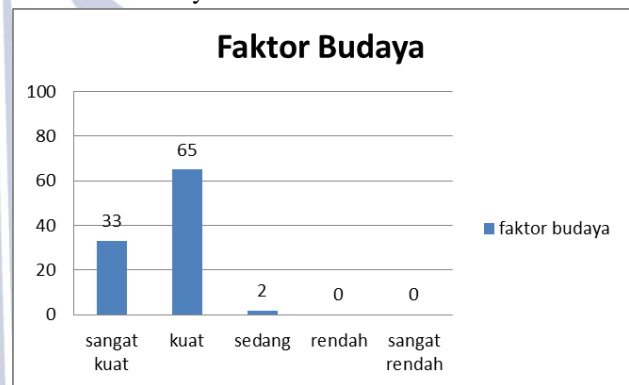


Grafik 4 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran tiap bulan untuk perawatan di salon

Grafik 4 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran tiap bulan untuk perawatan disalon dijelaskan bahwa banyaknya responden berdasarkan pengeluaran tiap bulan untuk perawatan di salon, yaitu < Rp 500.000 sebanyak 19 orang, Rp 500.000-Rp 1000.000 sebanyak 20 orang, Rp 1000.000-Rp 1.500.000 sebanyak 1 orang, Rp 1.500.000-Rp 2.000.000 sebanyak 0 orang, Rp 2.000.000 lebih sebanyak 0 orang.

Deskripsi faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen pada pelayanan jasa perawatan wajah dengan menggunakan bahan alami di *House of Annisa* berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan dengan pernyataan yang di ajukan yaitu sebagai berikut;

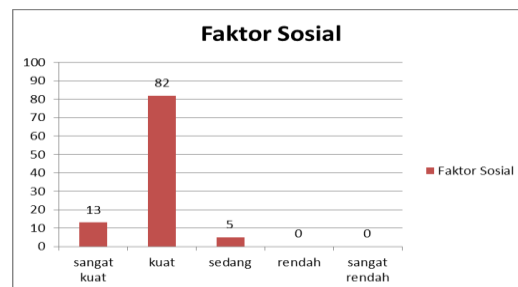
1. faktor budaya



Grafik 5 Faktor Budaya Yang Mempengaruhi Minat Konsumen pada Jasa Pelayanan Facial dengan Bahan Alami.

Grafik 5 Faktor budaya yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami atas menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh terhadap minat konsumen. Minat konsumen terhadap perawatan wajah dengan bahan alami sangat terlihat sekali yaitu kategori sangat kuat sebanyak 33%, kategori kuat sebanyak 65% dan kategori sedang sebanyak 2%. Dengan demikian faktor budaya yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami, yang meliputi kebiasaan melakukan perawatan kulit wajah dengan bahan alami, merasa lebih aman tanpa efek samping dan mencegah penuaan dini.

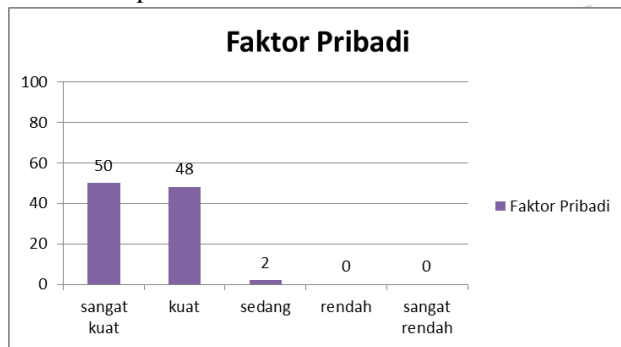
2. faktor sosial



Grafik 6 Faktor Sosial Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Pada Jasa Pelayanan Facial Dengan Bahan Alami

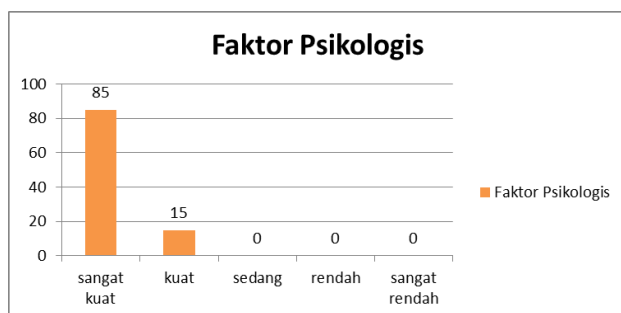
Grafik 6 Faktor sosial yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami di atas menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap minat konsumen. Minat konsumen terhadap perawatan wajah dengan bahan alami sangat terlihat sekali yaitu kategori sangat kuat sebanyak 13%, kategori kuat sebanyak 82% dan kategori sedang sebanyak 5%. Dengan demikian faktor sosial yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami, yang meliputi melakukan perawatan wajah karena rekomendasi teman, tetangga, anak, pengaruh lingkungan kerja, bahan alami merupakan trend masa kini, dan gaya hidup masyarakat.

### 3. faktor pribadi



Grafik 7 Faktor pribadi yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami di atas menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh terhadap minat konsumen. Minat konsumen terhadap perawatan wajah dengan bahan alami sangat terlihat sekali yaitu kategori sangat kuat sebanyak 50%, kategori kuat sebanyak 48% dan kategori sedang sebanyak 2%. Dengan demikian faktor pribadi yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami, yang meliputi melakukan perawatan wajah karena faktor usia, kondisi kulit yang berjerawat, kondisi kulit yang sensitive, tuntutan pekerjaan/profesi, untuk menunjang penampilan, agar kulit wajah tetap sehat dan menimbulkan rasa percaya diri.

### 4. faktor psikologis



Grafik 8 Faktor psikologis yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami

Grafik 8 Faktor psikologis yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami di atas menunjukkan bahwa faktor psikologis berpengaruh terhadap minat konsumen. Faktor psikologis dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap, (Kotler:172). Minat konsumen terhadap perawatan wajah dengan bahan alami sangat terlihat sekali yaitu kategori sangat kuat sebanyak 85% dan kategori kuat sebanyak 15%. Dengan demikian faktor psikologi yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami yang meliputi melakukan perawatan wajah karena bahan alami lebih segar dari pada bahan instan, dapat membuat rileksasi pada kulit wajah dengan aroma bahan alami, dan memberi banyak manfaat untuk semua jenis kulit. Demikian faktor psikologis yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa pelayanan facial dengan bahan alami sangat berpengaruh terhadap pemilihan perawatan wajah dengan bahan alami di *House of Annisa*. Jadi faktor yang sangat mempengaruhi minat konsumen pada pelayanan jasa perawatan wajah (*facial*) dengan bahan alami yaitu faktor psikologis dengan total presentase sangat kuat 85% dan yang kuat 15%.

## PENUTUP

### Simpulan

Faktor yang mempengaruhi minat konsumen meliputi: Faktor budaya 65% mengungkapkan bahwa senang *facial* menggunakan bahan alami. Faktor sosial 82% mengungkapkan bahwa *facial* alami lebih diminati oleh para konsumen. Faktor pribadi 50% mengungkapkan bahwa *facial* dengan bahan alami lebih terjangkau. Faktor psikologis 85% mengungkapkan bahwa *facial* dengan bahan alami itu sangat bermanfaat untuk kulit wajah.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada lebih dari 50% konsumen salon di *House of Annisa* berminat menggunakan perawatan wajah dengan bahan alami karena sangat bermanfaat untuk kesehatan kulit wajah. Jadi faktor yang sangat mempengaruhi minat konsumen pada pelayanan jasa perawatan wajah (*facial*) dengan bahan alami yaitu faktor psikologis dengan total presentase sangat kuat 85%.

### Saran

Terkait dengan hasil penelitian minat konsumen di tinjau dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis, maka saran yang dapat di berikan kepada *House of Annisa* adalah :

1. Perawatan wajah dengan bahan alami dapat menjadi alternatif untuk perawatan kulit wajah yang lebih aman digunakan.

2. Diharapkan *House of Annisa* meningkatkan kualitas sumber daya dengan mengajak karyawan salon untuk mengikuti pelatihan guna meningkatkan *skill* agar konsumen lebih percaya terhadap keahlian karyawan salon.
3. Penyusunan angket untuk konsumen lebih di ringkas, sehingga konsumen yang mengisi angket tidak jenuh.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta Bogor: P3gk.
- Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kustanti, Herni. 2008. *Prosedur Perawatan Wajah. Tata Kecantikan Kulit (Online) Jilid 2*, ([Http.Www//Perawatan Wajah/Pdf](http://www.perawatanwajah.pdf), Diakses 3 Juni 2013)
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

