

PENGARUH MINAT DAN MOTIVASI KONSUMEN REMAJA DALAM PEMILIHAN JENIS PERAWATAN WAJAH DI NANISA BEAUTY & DENTAL CLINIC SIDOARJO

Shofiana Mauliya

S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
Ch0pdyuu@gmail.com

Dewi Lutfiati

Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
dewilutfiati@unesa.ac.id

Abstrak

Ragam perawatan wajah semakin menarik minat remaja saat ini. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya remaja yang mengunjungi salon-salon maupun klinik kecantikan untuk melakukan perawatan wajah. Namun, pemilihan perawatan wajah tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan kulit mereka karena para remaja cenderung terpengaruh trend. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pengaruh minat remaja terhadap pemilihan jenis perawatan wajah, pengaruh motivasi remaja terhadap pemilihan jenis perawatan wajah, dan pengaruh minat dan motivasi remaja terhadap pemilihan perawatan wajah di Nanisa Beauty & Dental Clinic. Jenis penelitian ini termasuk asosiatif kausal (sebab akibat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah minat dan motivasi, sedangkan variabel terikat adalah pemilihan jenis perawatan wajah. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung remaja di Nanisa Beauty & Dental Clinic yang melakukan perawatan wajah, sampel penelitian sebanyak 134 responden diambil secara *simple random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pemilihan jenis perawatan wajah sebesar 4,232, motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pemilihan jenis perawatan wajah sebesar 4,791. Minat dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di Nanisa Beauty & Dental Clinic berdasarkan dari F-hitung yaitu 54,497 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 5%.

Kata kunci: minat, motivasi, pemilihan perawatan wajah, remaja

Abstract

The variety of facials was increasingly attracting teenagers these day. It can be seen from the number of teens who have visited salons and beauty clinics to perform facial treatments. However, the selection of facial treatments was not in accordance with the needs of their skin because teenagers tend to be affected by the trend. The purpose of this study was to know about the effect of teen interests on selecting of facials, teen motivational effect on selecting of facials, and effect of teens interest and motivation on selecting of facial treatments in Nanisa Beauty & Dental Clinic. This study was associative causal (causal). The independent variables in this study were interest and motivation, while the dependent variable was the selection of facials. The population in this study were young visitors in Nanisa Beauty & Dental Clinic who perform facial treatments, 134 samples of respondents were collected by simple random sampling. Data collection methods was using questionnaires and data analysis was using multiple linear regression. The results showed that interest was partially has significant effect on the selection of facials by 4.232, motivation partially has significant effect on the selection of facials by 4.791. Interest and motivation simultaneously have significant effect on the selection of facials on teen consumers in Nanisa Beauty & Dental Clinic showed from the F-test result by 54.497 with level of significance 0.000 less than 5%.

Keywords: interest, motivation, selection of facial treatments, teens

PENDAHULUAN

Remaja adalah suatu periode transisi dari anak-anak menuju dewasa. Sri Rumini dan Siti Sundari dalam Farida (2014:19), berpendapat bahwa masa remaja adalah peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa. Remaja pada masa ini cenderung mengalami perubahan kondisi kulit. Perubahan tersebut biasanya pada kondisi kulit yang normal menjadi kulit yang mengalami masalah karena perubahan hormon. Windiyati dan Tjahjono (2014:31), mengungkapkan bahwa kulit yang masih muda sering bermasalah seperti komedo dan *acne* sehingga perlu dilakukan perawatan.

Perawatan dalam dunia kecantikan, meliputi perawatan rambut, perawatan tubuh, dan perawatan wajah. Perawatan wajah bertujuan untuk menjaga elastisitas kulit dan menghambat penuaan kulit wajah. Dewasa ini ragam perawatan wajah muncul di salon-salon maupun klinik kecantikan. Nanisa *Beauty & Dental Clinic* merupakan klinik kecantikan yang berada di daerah Sidoarjo. Klinik ini melayani berbagai macam perawatan kecantikan dari berbagai macam kalangan konsumen khususnya pada konsumen remaja, meliputi perawatan wajah, perawatan rambut, perawatan badan, dan perawatan gigi. Namun dari berbagai macam perawatan tersebut yang paling diminati konsumen adalah perawatan wajah. Perawatan wajah yang disediakan meliputi tindakan dokter dan nondokter. Berdasarkan hasil observasi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung Nanisa *Beauty & Dental Clinic* adalah remaja, dibuktikan dengan hasil penelitian Nastiti (2014), yang menunjukkan besaran karakteristik responden Nanisa *Beauty & Dental Clinic* yang berusia remaja sebesar 49,3%.

Ragam jenis perawatan wajah semakin menarik minat remaja saat ini terlihat dari banyaknya remaja mengunjungi salon-salon maupun klinik kecantikan untuk melakukan perawatan wajah. Minat akan tumbuh karena adanya suatu motif atau alasan yang sangat penting untuk diketahui apa yang menjadi alasan seseorang berminat terhadap sesuatu. Namun ketertarikan remaja tersebut tidak diimbangi dengan pengetahuan yang cukup padahal ragam

jenis perawatan wajah tersebut belum tentu cocok untuk kulit remaja.

Dari hasil observasi peneliti sebelumnya, sebagian besar para remaja umumnya tidak melakukan konsultasi ke dokter sebelum memilih perawatan wajah padahal dengan melakukan konsultasi, dokter akan menyarankan perawatan wajah yang sesuai untuk kulit mereka. Windiyati dan Thahjono (2014:12), mengungkapkan bahwa konsultasi dilakukan dengan maksud mengetahui identitas dan keadaan klien, serta harapan atau tujuan klien melakukan perawatan. Konsultasi juga diperlukan untuk mencari penyebab permasalahan klien sehingga dapat memberikan saran terbaik dan rencana perawatan yang paling sesuai dengan kondisi klien.

Para remaja yang tidak melakukan konsultasi terlebih dulu disebabkan karena ramainya konsumen klinik dan panjangnya antrian, sebagian lagi bingung dan memutuskan untuk menyamakan pilihan perawatan wajah dengan temannya. Sifat remaja tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Johnson dalam Mangkunegara (2005:59) ciri-ciri remaja sebagai konsumen, yaitu remaja sangat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, mudah terbuju rayuan iklan terutama pada kemasan, tidak berpikir hemat, kurang realistis, romantis dan mudah terbuju (impulsif), dan lebih banyak tertarik pada "gejala mode". Dari observasi awal tersebut dan berdasarkan pendapat Mangkunegara dapat disimpulkan bahwa para remaja saat ini kurang memiliki pengetahuan dan ketertarikan yang cukup dalam memutuskan perawatan wajah mereka sendiri karena disini mereka hanya ikut-ikutan dan mengandalkan trend dalam pemilihan perawatan wajah.

Faktor lain yang dianggap memiliki peranan penting dalam pemilihan jenis perawatan kulit wajah pada remaja adalah motivasi. Motivasi berperan penting dalam pemilihan jenis perawatan wajah sesuai dengan pendapat Sumarwan dalam Sangadji dan Sopiah (2013:43) motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan konsumen. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan itu. Realitanya pada saat ini, trend yang ada di kalangan remaja hanya ikut-ikutan teman dalam memutuskan perawatan wajah tanpa

tahu kebutuhan yang sebenarnya benar-benar dibutuhkan wajahnya.

Sesuai latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut: menganalisis pengaruh minat terhadap pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo, menganalisis pengaruh motivasi terhadap pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo, dan menganalisis pengaruh minat dan motivasi terhadap pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di Nanisa Beauty & Dental Clinic Sidoarjo.

Rangkuman kajian teoritik yang berkaitan dengan penelitian meliputi minat, motivasi, dan pemilihan jenis perawatan wajah. Chaplin (2008:255), berpendapat dalam kamus lengkap psikologi bahwa minat adalah perasaan yang menyatakan bahwa suatu aktivitas, pekerjaan atau obyek itu berharga atau berarti bagi individu. Satu keadaan motivasi, atau suatu motivasi yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. Kotler & Keller (2012), menjelaskan bahwa minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Kotler (2009:568), mengungkapkan bahwa terdapat empat langkah yang dialami konsumen yang berminat dalam proses keputusan pembelian yang disebut AIDA, terdiri dari *Attention, Interest, Desire, dan Action*.

Sangadji dan Sopiah (2013:155), motivasi diartikan sebagai suatu dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak ke arah pencapaian tujuan, yaitu memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan. Waluyo (2015:63), mengungkapkan bahwa motivasi merupakan suatu proses psikologis yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi, dan keputusan yang terjadi pada diri seseorang. Jeffrey et al dalam Sangadji dan Sopiah (2013:155), mengungkapkan bahwa proses motivasi terjadi yaitu karena adanya hasrat atau keinginan membeli produk, dorongan dan kebutuhan, dan adanya harapan. Selanjutnya Kokoi

(2011:41), mengungkapkan bahwa keputusan pemilihan didasarkan pada enam faktor, yaitu kualitas, jenis, produk baru, *naturally, recommended, dan affordability*. Oleh karena itu keenam faktor tersebut menjadi indikator pemilihan jenis perawatan wajah konsumen remaja.

Hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian Isa Kokoi (2011). "*Female Buying Behaviour Related to Facial Skin Care Products.*", penelitian Nizar Souiden dan Marian Diagne (2009). "*Canadian and French Men's Consumption of Cosmetics: A Comparison of Their Attitudes and Motivation.*", penelitian Ji Yi, Meng Fang dan Suresh Kumah (2013). "*The Attitude, Motivation Influence People's Buying Luxury Goods: A Survey of Chinese in China.*", penelitian Opricard Montjai, Bernhard Tewel dan Victor P.K. Lengkong (2014). "Motivasi, Sikap dan Minat Beli Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Manado." penelitian Prabowo (2007). "Pengaruh Minat Beli Konsumen dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas di Kota Semarang."

METODE

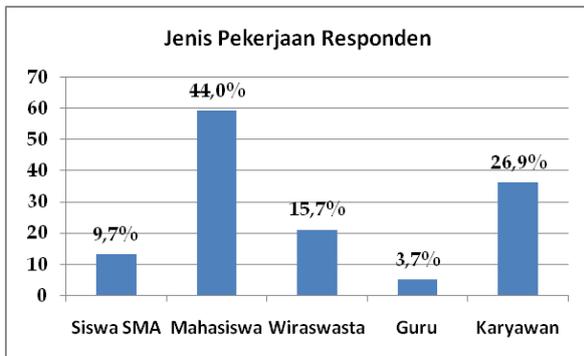
Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif. Variabel yang terdapat pada penelitian ini yaitu minat (X1) dengan indikator *attention, interest, desire* dan *action*, motivasi (X2) dengan indikator hasrat, kebutuhan, dan harapan, dan pemilihan jenis perawatan wajah (Y) dengan indikator kualitas, jenis perawatan, produk baru, *naturality, recommended, dan affordability*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nanisa Beauty and Dental Clinic sejumlah 201 orang. Jumlah sampel 134 konsumen ditentukan dengan menggunakan teknik *simple random sampling*.

Data dikumpulkan dengan menggunakan angket. Angket disusun berdasarkan variabel penelitian dengan skala pengukuran instrumen menggunakan skala likert. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Uji F digunakan untuk menguji signifikansi variabel minat dan motivasi terhadap pemilihan perawatan wajah secara simultan. Sedangkan uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel minat dan

motivasi terhadap pemilihan perawatan wajah secara parsial.

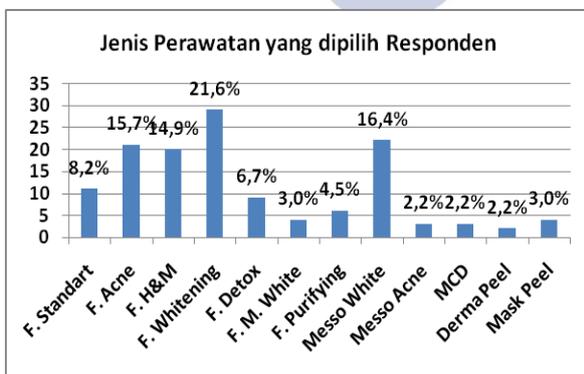
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang jenis pekerjaan responden yang menunjukkan bahwa sebanyak 44% adalah mahasiswa, 26,9% karyawan, 15,7% wiraswasta, 9,7% siswa SMA, dan 3,7% adalah guru.



Gambar 1. Jenis Pekerjaan Responden

Selanjutnya diperoleh data tentang pemilihan jenis perawatan wajah yang menunjukkan sebanyak 21,6% responden memilih *facial whitening*, 16,4% *messo white*, 15,7% *facial acne*, 14,9% *facial H&M*, 8,2% *facial standart*, 6,7% *facial detox*, 4,5% *facial purifying*, 3,0% *facial milky white* dan *mask peel*, dan sisanya 2,2% *messo acne*, *microdermabrasi*, dan *derma peel*.



Gambar 2. Jenis Perawatan yang dipilih Responden

Model regresi yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dapat dituliskan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = -12,115 + 0,911 X_1 + 0,898 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, kedua variabel bebas memiliki koefisien regresi ke arah positif. Hal ini berarti semakin tinggi minat dan motivasi konsumen remaja, maka semakin tinggi pula pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja Hasil uji F menunjukkan nilai sebesar 54,497 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 5%, hal ini berarti bahwa minat dan motivasi konsumen remaja berpengaruh secara bersama-sama terhadap pemilihan jenis perawatan wajah.

Koefisien determinasi (*R-square*) yang dihasilkan dalam penelitian ini sebesar 0,454 menunjukkan bahwa minat (*X1*) dan motivasi (*X2*) berpengaruh signifikan terhadap pemilihan jenis perawatan wajah (*Y*) sebesar 45,4% sedangkan sisanya 54,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan semua variabel mempunyai pengaruh yang signifikan. Nilai t hitung pada variabel minat sebesar 4,232 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan t hitung pada variabel motivasi (*X2*) adalah sebesar 4,791 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Tingkat signifikansi kedua variabel tersebut kurang dari 5% yang menunjukkan bahwa minat dan motivasi konsumen remaja berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pemilihan jenis perawatan wajah.

1. Pengaruh Minat terhadap Pemilihan Jenis Perawatan Wajah

Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa minat konsumen remaja secara parsial berpengaruh terhadap pemilihan jenis perawatan wajah di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*. Hal ini didasarkan pada hasil t-hitung pada variabel minat sebesar 4,232 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut memiliki makna bahwa semakin tinggi minat, semakin tinggi pula keputusan pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*.

Hasil penelitian ini mendukung teori dan hasil penelitian sebelumnya, diantaranya dari Chaplin (2008:255), yang mengungkapkan bahwa minat merupakan perasaan yang menyatakan bahwa suatu aktivitas, pekerjaan atau obyek itu berharga atau berarti bagi individu. Prabowo (2007), mengatakan bahwa minat adalah sikap yang membuat orang-orang senang akan obyek

situasi atau ide-ide tertentu, hal tersebut juga diikuti oleh perasaan senang atau kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi itu.

Minat berpengaruh signifikan terhadap pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*, didukung oleh temuan pada variabel minat yang lebih dominan yaitu pada indikator *action*. Hal ini ditunjukkan dari temuan bahwa hampir semua konsumen remaja memiliki keyakinan untuk melakukan *facial* di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* karena sesuai dengan kebutuhan. Akan tetapi pada temuan selanjutnya, indikator *attention* adalah indikator yang paling rendah di antara indikator lainnya. Hal ini ditunjukkan dari temuan bahwa sebagian besar konsumen remaja mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan dengan mencari tahu hanya dari media elektronik tentang jenis *facial* yang ada di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*. Hal tersebut sama dengan pendapat yang diungkapkan Febiana dkk (2014), bahwa minat konsumen terhadap suatu produk secara tidak langsung dipengaruhi oleh pengetahuannya akan informasi suatu produk.

Dari hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa minat terbukti dapat memberikan sumbangan positif pada pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Montjai, dkk (2014). Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen remaja dalam memilih perawatan kulit wajah di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*.

2. Pengaruh Motivasi terhadap Pemilihan Jenis Perawatan Wajah

Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa motivasi konsumen remaja secara parsial berpengaruh terhadap pemilihan jenis perawatan wajah di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*. Ini didasarkan pada hasil nilai t-hitung sebesar 4,791 dengan tingkat signifikansi kurang dari 5% yaitu 0,000. Hasil tersebut memiliki makna bahwa semakin tinggi motivasi, maka semakin tinggi pula keputusan pemilihan jenis perawatan wajah

pada konsumen remaja di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*.

Hasil penelitian ini mendukung teori dan hasil penelitian sebelumnya, diantaranya Schiffman dan Kanuk (2008), yang menyatakan bahwa motivasi digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Pendapat tersebut seperti yang diungkapkan oleh Sunarto dalam Sangadji dan Sopiah (2013:155), keadaan yang diaktivasi atau digerakkan dimana seseorang mengarahkan perilaku berdasarkan tujuan. Hasil tersebut menggambarkan bahwa motivasi erat kaitannya dengan keinginan dan kebutuhan.

Motivasi berpengaruh signifikan terhadap pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*, didukung oleh temuan pada variabel motivasi yang lebih dominan yaitu pada indikator harapan. Hal ini ditunjukkan dari temuan bahwa hampir semua konsumen remaja memiliki harapan yang besar dengan melakukan perawatan kulit wajah di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*. Pada temuan selanjutnya, meskipun sebagian besar konsumen remaja memberikan respon terhadap obyek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan perawatan kulit wajah di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*, akan tetapi indikator hasrat dan keinginan adalah indikator yang paling rendah di antara indikator lainnya. Hal ini dapat dilihat dari temuan yang menunjukkan bahwa konsumen remaja cenderung memiliki keinginan melakukan perawatan kulit wajah di *Nanisa Beauty & Dental Clinic* karena kondisi kulit mereka yang bermasalah. Seperti pendapat yang diungkapkan Wahyuni (2008), bahwa motivasi merupakan kekuatan penggerak dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak.

Dari hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa motivasi terbukti dapat memberikan sumbangan positif dalam pemilihan perawatan kulit wajah di *Nanisa Beauty & Dental Clinic*. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Souiden and Diagne (2009) dan Montjai dkk (2014). Sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen

remaja dalam memilih perawatan kulit wajah di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*.

3. Pengaruh Minat dan Motivasi Konsumen Remaja Terhadap Pemilihan Jenis Perawatan Wajah

Berdasarkan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa minat dan motivasi konsumen remaja secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pemilihan jenis perawatan wajah di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian yang dapat dilihat dari hasil F-hitung sebesar 54,497 dengan tingkat signifikansi kurang dari 5% yaitu 0,000.

Secara garis besar, variabel minat yang lebih dominan yaitu pada indikator *action*. Hal ini ditunjukkan dari temuan bahwa hampir semua konsumen remaja memiliki keyakinan untuk melakukan *facial* di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* karena sesuai dengan kebutuhan. Temuan selanjutnya, indikator *attention* adalah indikator yang paling rendah di antara indikator lainnya. Hal ini ditunjukkan dari temuan bahwa sebagian besar konsumen remaja mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan dengan mencari tahu dari media elektronik tentang jenis *facial* yang ada di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*.

Sedangkan variabel motivasi yang lebih dominan yaitu pada indikator harapan. Hal ini ditunjukkan dari temuan bahwa hampir semua konsumen remaja memiliki harapan yang besar dengan melakukan perawatan kulit wajah di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*. Temuan selanjutnya, meskipun sebagian besar konsumen remaja memberikan respon terhadap obyek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan perawatan kulit wajah di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*, akan tetapi indikator hasrat dan keinginan adalah indikator yang paling rendah di antara indikator lainnya. Hal ini dapat dilihat dari temuan yang menunjukkan bahwa konsumen remaja cenderung memiliki keinginan melakukan perawatan kulit wajah di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* karena kondisi kulit mereka yang bermasalah.

Hasil penelitian ini mendukung teori dan hasil penelitian sebelumnya, diantaranya Nuralamy

dan Jasfar (2015), bahwa minat dan motivasi merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Montjai dkk (2014). Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*. Berdasarkan hasil uji secara parsial, di antara variabel-variabel tersebut yang lebih dominan berpengaruh terhadap pemilihan jenis perawatan wajah pada konsumen remaja di Nanisa *Beauty & Dental Clinic* adalah variabel motivasi.

PENUTUP

Simpulan

1. Minat konsumen remaja berpengaruh terhadap pemilihan jenis perawatan wajah di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*.
2. Motivasi konsumen remaja berpengaruh terhadap pemilihan jenis perawatan wajah di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*.
3. Minat dan motivasi konsumen remaja berpengaruh secara bersama-sama terhadap pemilihan jenis perawatan wajah di Nanisa *Beauty & Dental Clinic*.

Saran

1. Konsumen remaja diharapkan untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya dari berbagai sumber terpercaya tentang jenis perawatan wajah yang ada sehingga perawatan wajah yang dipilih sesuai dengan kondisi dan kebutuhan kulit.
2. Konsumen remaja diharapkan lebih cermat dalam memilih perawatan kulit wajah sehingga tujuan dan manfaat dari perawatan kulit wajah yang dilakukan dapat optimal.
3. Diharapkan bagi konsumen remaja untuk lebih meningkatkan minat dan motivasi yang dimiliki agar pemilihan maupun jenis perawatan kulit wajah yang dilakukan bisa tepat dan sesuai dengan kebutuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaplin, JP. 2008. *Kamus Psikologi*. Alih Bahasa: DR. Kartini Kartono. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Farida, Anna. 2014. *Pilar-pilar Pembangunan Karakter Remaja*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Kokoi, Isa. 2011. *Female Buying Behaviour Related to Facial Skin Care Products*. Thesis (Online), (<http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/26464/Thesis.pdf> diakses tanggal 20 November 2015)
- Kotler, P & Keller, K.L 2012. *Marketing Management*. Fourteenth Global Edition. Pearson Education.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Montjai, dkk. 2014. *Motivasi, Sikap dan Minat Beli Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha PT. Hasrat Abadi Sentral Yamaha Manado*. Jurnal (Online), (<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/6215> diakses tanggal 19 November 2015).
- Prabowo, Setyo. 2007. Pengaruh Minat Konsumen dan Harga Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Mobil Bekas di Kota Semarang. Ringkasan Skripsi (Online), (diakses November 2015).
- Sangaji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Souiden, Nizar and Diagne, Mariam. 2009. *Canadian and French Men's Consumption of Cosmetics: A Comparison of Their Attitudes and Motivation*. *Journal of Consumer Marketing*, (Online), Vol. 26, No. 2, PP 97-109, ISSN 0736-3761, (www.emeraldinsight.com/0736-3761.htm, diakses Oktober 2015).
- Waluyo, Dr. Ir. Minto. 2015. *Manajemen Psikologi Industri*. Jakarta: Indeks.
- Windiyati dan Tjahjono. 2014. *Perawatan Kecantikan dan Kulit*. PT Pacific International Kecantikan.