

## MINAT KONSUMEN TERHADAP NAIL ART HALAL DI COUNTER HALAL NAIL GRESIK

**Amellia Donasagita**

Mahasiswa S-1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri  
Surabaya, [Amelliadonasagita@mhs.unesa.ac.id](mailto:Amelliadonasagita@mhs.unesa.ac.id)

**Dr. Maspiyah, M.Kes**

Dosen Pembimbing S-1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya, [maspiyah@unesa.co.id](mailto:maspiyah@unesa.co.id)

### Abstrak

Perkembangan dunia kecantikan semakin berkembang, terdapat berbagai macam produk yang muncul dalam kosmetik perawatan. Salah satunya dengan *nail art*, muslimah hanya menggunakan pada saat berhalangan atau sedang menstruasi. Perkembangan inovasi baru *nail art* halal atau *kuteks* "wudhu-friendly", pada kaum wanita yang beragama Islam dapat mengenakan cat kuku setiap hari, karena *nail art* halal terbuat dari bahan polimer istimewa yang dapat tembus udara dan mempunyai pori-pori yang dapat menembus air. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat konsumen terhadap *nail art* halal di *counter* halal *nail* Gresik. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, kuesioner/ angket, dan dokumentasi. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara di *Counter* halal *nail* terhadap 50 responden. Hasil penelitian adalah minat konsumen terhadap *nail art* halal dapat dilihat dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Semua faktor mempengaruhi minat konsumen terhadap *nail art* halal di *counter* halal *nail* Gresik dengan perolehan nilai presentase tertinggi adalah pada faktor budaya unsur melestarikan budaya.

**Kata Kunci** : Minat Konsumen, *Nail Art* Halal

### Abstract

The development of the world of beauty growing, there is a wide range of products that appeared in cosmetic treatments. One of them with nail art, using only a Muslim at the time or are unable to menstruate. Development of new innovation nail art kuteks halal or "wudu-friendly", at the House of a Muslim woman can mengenakan Nail Polish every day, because the nail art halal made from a special polymer that can be translucent and has pores that water can penetrate. This research aims to know the interests of consumers against nail art nail in the halal halal counter Gresik. Type of this research is a descriptive quantitative data collection techniques interviews, questionnaire/question form, and documentation. Data retrieval is done with the interview in kosher Counter nail against 50 respondents. The research results are of interest consumers against halal nail art can be viewed from the cultural factors, social, personal and psychological. All factors affecting consumer interest against halal in nail art nail Gresik kosher counter with the highest percentage of the value of the acquisition is on preserving cultural elements of cultural factors.

**Key words** : Consumer interest, Halal nail art

### PENDAHULUAN

Kecantikan merupakan hal yang sangat penting bagi semua wanita. Perkembangan dunia kecantikan semakin berkembang, terdapat berbagai macam produk yang hadir dalam kosmetik perawatan. Produk tersebut sangat beragam, mulai dari kosmetik rambut, kulit, hingga kosmetik untuk kuku, selain untuk merubah, diperlukan pula perawatan pada seluruh badan, seperti wajah, tangan, kaki, dan perawatan tangan. Perawatan tangan (*manicure*) merupakan proses perawatan untuk kuku dan tangan yang meliputi pembersihan, perawatan kutikula pada kuku, (Harjanti,dkk:2009). Mayoritas wanita menghias kukunya hanya

dengan menggunakan *kuteks* atau cat kuku biasa, namun beberapa tahun belakangan ini terdapat ragam baru dalam bidang *nail art*. Teknik *nail art* ada bermacam-macam, diantaranya: *stone*, *kuteks*, *stikers nail art* dan *nail art* halal. Variasi gaya kuku yang warna-warni dan kreativitas para *nailist* dalam mengkombinasikan berbagai warna pada kuku membuat *nail art* menjadi bidang kecantikan yang terus mendapatkan perhatian dunia untuk terus dikembangkan. Seni kuku ini mengalami perkembangan yang pesat, *nail art* halal dan *nail art* non halal sama-sama mengalami perkembangan karena mayoritas perempuan jaman sekarang mulai sadar akan *fashion* masing-masing, berbagai warna baru

yang ditawarkan semakin mendorong minat perempuan untuk melakukan *nail art*.

*Nail art* yang membungkus kuku lazimnya bersifat anti air sehingga tidak bisa digunakan untuk berwudhu. Muslimah hanya menggunakan *nail art* pada saat berhalangan atau sedang menstruasi, dengan adanya inovasi baru yaitu *nail art* halal atau *kuteks* “wudhu-friendly”, *nail art* kaum wanita yang beragama Islam dapat mengenakan cat kuku setiap harinya, dikarenakan *nail art* halal terbuat dari bahan polimer istimewa yang dapat tembus udara dan mempunyai pori-pori yang dapat menembus air, sehingga pada saat wudhu air masuk ke pori-pori cat kuku tersebut. Sehingga kaum wanita yang beragama Islam dapat tetap mengikuti model kuku pada jaman sekarang, ada yang belum mengetahui tentang hadirnya inovasi cat kuku (*nail art*) halal, karena belum begitu banyak cat kuku (*nail art*) halal dipasaran. Maka dari itu belum dapat diketahui berapa persen minat konsumen terhadap *nail art* halal, oleh sebab itu maka dalam penulis tertarik mengambil skripsi dengan judul “Minat Konsumen Terhadap *Nail Art* Halal Di *Counter* Halal *Nail* Gresik”.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah minat konsumen terhadap *nail art* halal di *counter* halal *nail* Gresik. Tujuan penelitian : Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengikuti minat konsumen terhadap pemilihan *nail art* halal di *counter* halal *nail* Gresik. Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut : (1) Bagi Peneliti : sebagai pengalaman dan menambah pengetahuan dalam bidang tata rias khususnya minat konsumen terhadap *nail art* halal. (2) Bagi industri : sebagai masukan kepada pihak industri, dan peneliti dapat menambah pengetahuan dalam layanan dalam bidang *nail art*. (3) Bagi masyarakat : sebagai tambahan pengetahuan, wawasan, dan untuk mengenal lebih dalam mengenai *nail art* halal.

## METODE

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif yang merupakan penelitian yang benar-benar hanya memaparkan apa yang terjadi dalam sebuah kancah, lapangan, atau wilayah tertentu. Data yang terkumpul klasifikasikan atau dikelompokkan menurut jenis, sifat, atau kondisinya. (Arikunto, 2006:182).

### Waktu dan tempat penelitian

Lokasi penelitian yang akan digunakan untuk pengambilan data tersebut bertempat di *counter* halal *nail*, yang beralamatkan di Jl.KH

Fakih Usman no.7, Gresik dan waktu penelitian dan pengambilan data dilakukan pada bulan Desember 2018 di *counter* halal *nail* Gresik.

### Objek penelitian

Objek penelitian ini ditujukan untuk mengetahui seberapa banyak minat konsumen menggunakan *nail art* halal. Sebagai sasaran penelitian adalah konsumen yang melakukan *treatment nail art*. Yang berjumlah 50 angket dengan menyebarkan angket sebanyak 50 di *counter* halal *nail* untuk dibagiakan ke konsumen yang sudah melakukan perawatan *nail art* halal, supaya tidak merepotkan konsumen saya akan membacakan pertanyaan demi pertanyaan konsumen tersebut tinggal menjawab dan saya yang akan mengisi angket. Pengisian angket dilakukan pada saat konsumen sedang menunggu kuku atau *nail art* nya kering.

### Metode Pengumpulan Data

#### 1. wawancara

Metode wawancara ini digunakan untuk mencari data tentang latar belakang pemilik *counter* halal *nail* dan sejarah berdirinya *counter* halal *nail*. Dalam metode wawancara ini yang akan digunakan adalah wawancara terstruktur. Telah wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila penelitian telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan di peroleh. Oleh karena peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan dan alternative jawaban (Sugiyono, 2011:138).

#### 2. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui terkait dengan faktor-faktor tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen. Kuesioner yang diberikan kepada konsumen dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup sehingga konsumen tinggal memilih dalam menilai pelanggan yang diberikan industri jasa, dimana responden langsung menjawab tanpa perantara dan sudah tersedia jawaban dengan maksud memudahkan dalam mengisi dan menganalisa. Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui minat konsumen pada *nail art* halal di *counter* Halal *Nail* Gresik (Arikunto 2003:128).

#### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini yang diambil adalah pada saat responden mengisi kuesioner atau angket yang diberikan kepada peneliti dan pada saat wawancara dengan pemilik salon halal *nail*.

### Teknik Analisis Data

Metode penelitian data merupakan cara yang digunakan untuk menganalisa atau mengolah data yang diperoleh dari hasil penelitian sehingga memperoleh suatu kesimpulan. Data yang diperoleh dari angket yang dibagikan pada responden dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik pendekatan kuantitatif, dimana statistik berarti cara-cara ilmiah yang dipersiapkan untuk mengumpulkan, menyusun, menyajikan dan menganalisis data yang berwujud pertanyaan (tanggapan). Untuk mengetahui besarnya minat konsumen terhadap *nail art* halal, masing-masing tanggapan responden akan dihitung menggunakan analisis data distribusi tunggal dengan rumus:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P= presentase yang dicapai

f= frekuensi jawaban tiap item pertanyaan

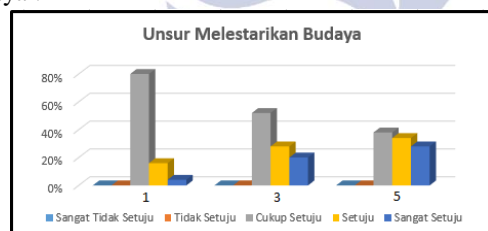
N= jumlah responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Faktor Budaya

#### a. Unsur melestarikan budaya

Hasil penelitian berdasarkan unsur Melestarikan budaya :

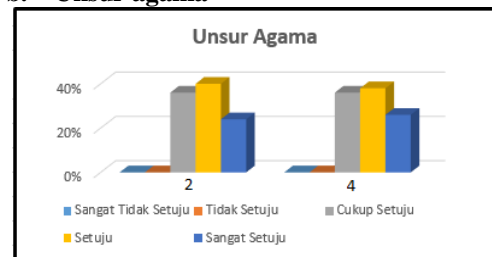


Grafik 1. Unsur melestarikan budaya

Dari unsur melestarikan budaya pada aspek faktor budaya terdapat pada soal nomor 1,3 dan 5. Pernyataan nomor 1 yaitu "Sering melakukan perawatan *nail art* karena sejak dahulu sudah ada." Pernyataan pada soal nomor 1 memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 4% oleh 2 responden, setuju sebesar 16% oleh 8 responden dan cukup setuju sebesar 80% oleh 40 responden. Pernyataan pada soal nomor 3 yaitu "Nail art sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat menjadi semakin banyak inovasi baru." memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 20% oleh 10 responden, setuju 28% oleh 14 responden, cukup setuju 52% oleh 26 responden, pernyataan pada soal nomor 5 yaitu "Sering melakukan perawatan di *counter* halal *nail* karena sudah menjadi kebiasaan memiliki respon jawaban sangat setuju 28% oleh 24

responden, setuju 34% oleh 17 responden, 38% oleh 19 responden.

#### b. Unsur agama



Grafik 2. Unsur agama

Dari unsur agama pada aspek faktor budaya terdapat pada soal nomor 2 dan 4. Pernyataan nomor 2 yaitu "Sering melakukan perawatan *nail art* halal karena diperbolehkan dalam agama memiliki respon jawaban sangat setuju 24% oleh 12 responden, setuju 40% oleh 20 responden, cukup setuju 36% oleh 18 responden dan pernyataan nomor 4 yaitu " Saya tertarik melakukan perawatan *nail art* karena yakin bahwa *nail art* halal" memiliki respon jawaban sangat setuju 26% oleh 13 responden, 38% oleh 19 responden, 36% oleh 18 responden.

## 2. Faktor Sosial

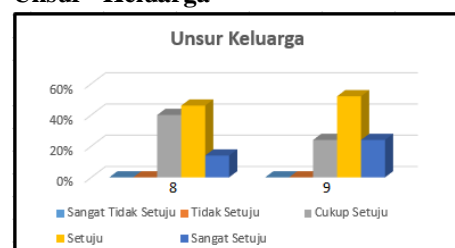
#### a. Unsur Pergaulan



Grafik 3. Unsur Pergaulan

Dari unsur pergaulan/kelas sosial aspek faktor sosial terdapat pada soal nomor 6 dan 7. Pernyataan nomor 6 yaitu "Saya melakukan perawatan *nail art* halal karena rekomendasi teman" memiliki respon jawaban sangat setuju 20% oleh 10 responden, setuju 40% oleh 20 responden, cukup setuju 40% oleh 20 responden dan Pernyataan pada nomor 7 yaitu " Saya sering melakukan perawatan *nail art* halal bersama teman" memiliki respon jawaban sangat setuju 28% oleh 14 responden, setuju 52% oleh 26 responden, 20% oleh 10 responden.

#### b. Unsur Keluarga

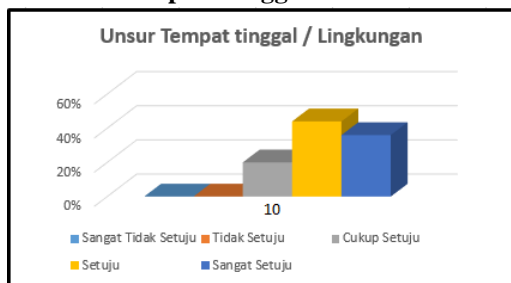


Grafik 4. Unsur keluarga



Dari unsur keluarga aspek faktor sosial terdapat soal nomor 8 dan 9. Pernyataan nomor 8 yaitu “Sering mendapat rekomendasi perawatan *nail art* halal dari keluarga” memiliki respon jawaban sangat setuju 14% oleh 7 responden, setuju 46% oleh 23 responden, cukup setuju 40% oleh 20 responden, dan pernyataan pada nomor 9 yaitu “sering melakukan pembicaraan tentang *nail art* halal dengan keluarga” memiliki respon jawaban sangat setuju 24% oleh 12 responden, setuju 52% oleh 26 responden, 24% oleh 12 responden.

### c. Unsur Tempat Tinggal

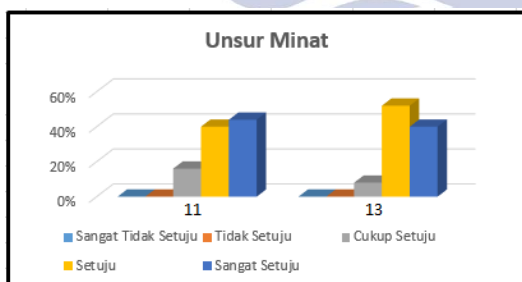


Grafik 5. Unsur tempat tinggal

Dari unsur tempat tinggal/ lingkungan aspek faktor sosial terdapat soal nomor 10 pernyataan yaitu “Saya berminat menggunakan jasa perawatan *nail art* di *counter halal nail* karena sedang menjadi gaya hidup di lingkungan sekitar” memiliki respon jawaban sangat setuju 36% oleh 18 responden, 44% oleh 22 responden, 20% oleh 10 responden.

## 3. Faktor Pribadi

### a. Unsur Minat

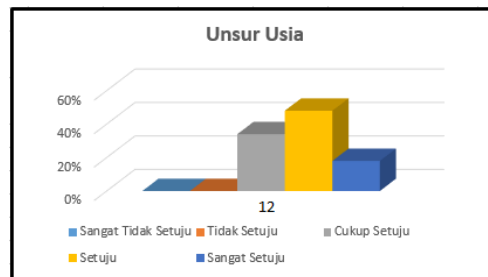


Grafik 6. Unsur minat

Dari unsur minat pada aspek faktor pribadi terdapat soal nomor 11 dan 13. Pernyataan nomor 11 yaitu “Saya melakukan perawatan *nail art* halal di *counter halal nail* karena tempatnya yang bersih dan nyaman” yang memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 44% oleh 22 responden, setuju sebesar 40% oleh 20 responden, cukup setuju sebesar 16% oleh 8 responden. Dan pertanyaan nomor 13 yaitu “Saya melakukan perawatan *nail art* halal karena menjadi kepuasan tersendiri” memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 40% oleh 20

responden, setuju sebesar 52% oleh 26 responden, cukup setuju 8% oleh 4 responden.

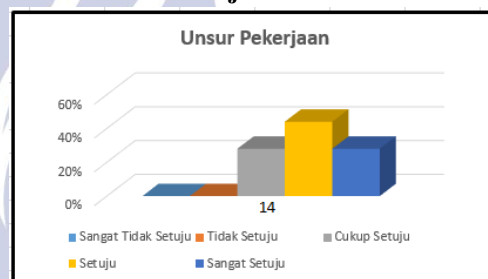
### b. Unsur Usia



Grafik 7. Unsur Usia

Dari unsur usia pada aspek pribadi terdapat pada soal no 12 yang berbunyi “ Saya melakukan perawatan *nail art* halal secara rutin karena di usia saya saat ini masih tergolong muda ” memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 18% oleh 9 responden, setuju sebesar 48% oleh 24 responden, cukup setuju sebesar 34% oleh 17 responden.

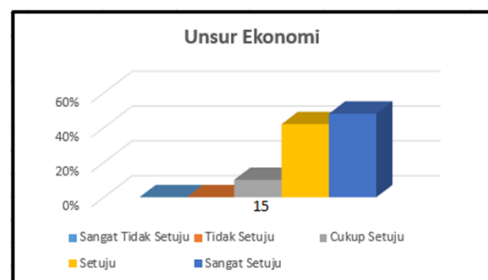
### c. Unsur Pekerjaan



Grafik 8. Unsur pekerjaan

Dari unsur pekerjaan pada aspek pribadi terdapat pada soal nomor 14 yang berbunyi “Perawatan *nail art* perlu karena untuk menunjang penampilan agar tetap dapat mengikuti perkembangan jaman tanpa harus menunggu pada saat menstruasi saja” memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 28% oleh 14 responden, setuju sebesar 44% oleh 22 responden, cukup setuju sebesar 28% oleh 14 responden.

### d. Unsur Ekonomi

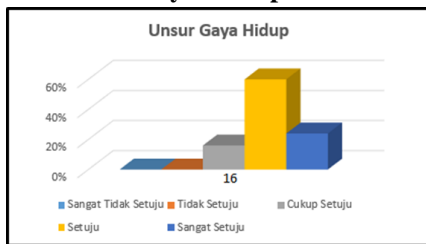


Grafik 9. Unsur Ekonomi

Dari unsur ekonomi pada aspek pribadi terdapat pada soal nomor 15 yang berbunyi “Saya memilih perawatan *nail art* halal

discounter halal nail dikarenakan harganya yang terjangkau” yang memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 48% oleh 24 responden, setuju sebesar 42% oleh 19 responden, cukup setuju sebesar 10% oleh 5 responden.

#### e. Unsur Gaya Hidup

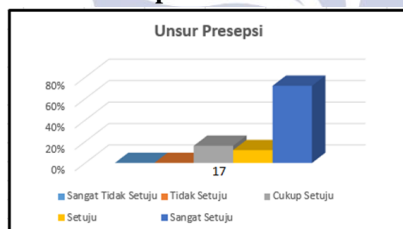


Grafik 10. Unsur Gaya Hidup

Dari unsur gaya hidup pada aspek pribadi terdapat pada soal nomor 16 yang berbunyi “Saya menggunakan jasa perawatan *nail art* karena faktor dari lingkungan sekitar” yang memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 24% oleh 12 responden, setuju 60% oleh 30 responden, cukup setuju sebesar 16% oleh 8 responden.

### 4. Faktor Psikologi

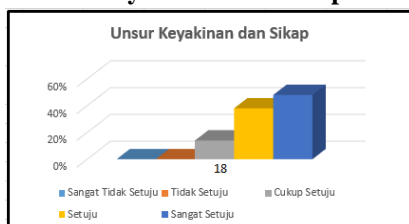
#### a. Unsur Presepsi



Grafik 11. Unsur presepsi

Dari unsur presepsi pada aspek psikologi terdapat pada soal nomor 17 yang berbunyi “ Saya memilih counter halal nail Gresik karena sudah terbukti baik dalam pelayanan dan juga profesional” yang memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 72% oleh 36 responden, setuju sebesar 12% oleh 6 responden, cukup setuju sebesar 16% oleh 8 responden.

#### b. Unsur keyakinan dan sikap

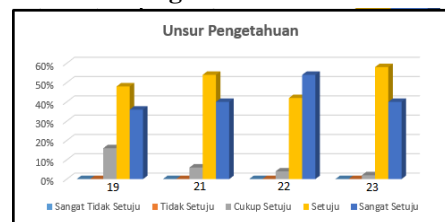


Grafik 12. Unsur keyakinan dan sikap

Dari unsur keyakinan dan sikap pada aspek psikologi terdapat pada soal nomor 18

“Saya tertarik melakukan perawatan nail art halal karena yakin bahwa nail art discounter halal *nail* itu benar-benar halal” yang memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 48% oleh 24 responden, setuju sebesar 38% oleh 19 responden, cukup setuju sebesar 14% oleh 7 responden.

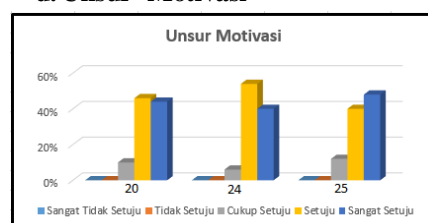
#### c. Unsur Pengetahuan



Grafik 13. Unsur pengetahuan

Dari unsur pengetahuan pada aspek psikologi terdapat pada soal nomor 19,21,22,23. Pernyataan pada nomor 19 yaitu “ Saya sering mengetahui bahwa kosmetika *nail art* halal yang digunakan sudah memiliki sertifikat” memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 36% oleh 18 responden, setuju sebesar 48% oleh 24 responden, cukup setuju sebesar 16% oleh 8 responden. Pernyataan pada nomor 21 yaitu “ Saya sering melakukan perawatan *nail art* halal di counter halal *nail* karena kosmetik yang digunakan menembus pori-pori sehingga dapat digunakan seorang muslimah setiap hari” memiliki respon jawaban sangat setuju sebanyak 40% oleh 20 responden, setuju sebesar 54% oleh 27 responden, cukup setuju sebanyak 6% oleh 3 responden. Pernyataan nomor 22 yaitu “Saya sering memakai *nail art* bahwa *nail art* halal terasa ringan” memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 54% oleh 21 responden, setuju sebesar 42% oleh 21 responden, cukup setuju sebesar 4% oleh 2 responden. Pernyataan nomor 23 yaitu “Saya sering memakai *nail art* bahwa *nail art* tidak berbau” memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 40% oleh 20 responden, setuju sebesar 58% oleh 29 responden, cukup setuju sebesar 2% oleh 1 responden.

#### d. Unsur Motivasi



Grafik 13. Unsur Motivasi

Dari unsur motivasi pada aspek psikologi terdapat pada soal nomor 20,24 dan 25. Pernyataan pada nomor 20 yaitu "Saya tertarik dengan desain yang menarik yang ditawarkan oleh *nail artist* di counter halal *nail*" memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 44% oleh 22 responden, setuju sebesar 46% oleh 23 responden, cukup setuju sebesar 10% oleh 5 responden. Pernyataan pada nomor 24 yaitu "Saya sering melakukan perawatan *nail art* di counter halal *nail* dapat menambah rasa percaya diri" memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 40% oleh 20 responden, setuju sebesar 54% oleh 27 responden, cukup setuju sebesar 6% oleh 3 responden. Pernyataan pada nomor 25 yaitu "Saya sering melakukan perawatan *nail art* halal di counter halal *nail* karena dorongan dari dalam diri" memiliki respon jawaban sangat setuju sebesar 48% oleh 24 responden, setuju sebesar 40% oleh 20 responden dan cukup setuju sebesar 12% oleh 6 responden.

Hasil penelitian berdasarkan data yang diperoleh setelah melakukan sebaran angket yang didukung dengan metode wawancara tentang minat konsumen dalam *nail art* halal di counter halal *nail* Gresik dengan sebaran angket kepada 50 responden.

#### 1. Faktor Budaya

Para konsumen sering melakukan perawatan *nail art* karena sudah menjadi kebiasaan. Dari hasil penelitian menunjukkan faktor budaya berpengaruh terhadap minat konsumen. Budaya adalah penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar (Kotler:158,2000). Faktor budaya yang mempengaruhi minat konsumen terhadap *nail art* dengan bahan yang sudah mempunyai sertifikat halal dan melakukan perawatan *nail art* pada counter halal *nail* karena diperbolehkan agama, jawaban tertinggi pada faktor budaya adalah cukup setuju.

#### 2. Faktor Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial cukup berpengaruh terhadap minat konsumen, pada aspek ini dipengaruhi oleh kelompok sosial, keluarga, teman dan lingkungan. Kelompok mempunyai pengaruh langsung terhadap minat konsumen, keluarga juga merupakan organisasi yang berpengaruh secara langsung, biasanya pemasar tertarik pada peran dan pengaruh suami, istri dan anak-anak. Peran dan status sangat berpengaruh terhadap pemilihan seseorang terhadap produk yang sesuai dengan status dan peran mereka

(Kotler,2000:163). Faktor sosial dapat mempengaruhi di Counter Halal Nail untuk mengambil keputusan perawatan *nail art* halal.

#### 3. Faktor Pribadi

Konsumen memilih *nail art* halal karena minat dari dalam diri apabila melakukan perawatan *nail art* halal mempunyai kepuasan tersendiri. Unsur usia juga mempengaruhi minat konsumen dengan presentase 48% yang memilih setuju, usia yang tergolong muda maka para konsumen melakukan perawatan *nail art* halal secara rutin untuk menunjang penampilan agar tetap mengikuti perkembangan jaman tanpa harus menunggu pada saat menstruasi.

Pada 6 soal faktor pribadi presentase yang paling tinggi memilih sangat setuju adalah unsur ekonomi yaitu 48%, para konsumen mengatakan bahwa harga perawatan *nail art* halal di counter halal *nail* yang terjangkau sehingga dapat dinikmati oleh siapa saja dari semua kalangan. Selain harga yang terjangkau para konsumen memilih *nail art* halal karena faktor dari lingkungan sekitar dengan presentase setuju sebesar 60%.

#### 4. Faktor Psikologi

Para responden memilih counter halal *nail* karena tertarik dengan desain yang menarik dapat menyesuaikan dengan usia konsumen dan dapat membuat desain sesuai permintaan konsumen dengan rata-rata presentase setuju sebesar 46% oleh 23 responden. Selain itu juga menambah rasa percaya diri responden dalam kehidupan sehari-hari dengan rata-rata presentase tertinggi adalah setuju sebesar 54% oleh 27 responden dan melakukan perawatan *nail art* halal karena dorongan dari dalam diri yang rata-rata presentase sangat setuju sebesar 48% oleh 24 responden. Seperti yang dikutip oleh (shiffman dan Kanuk, 2003) Motivasi adalah kekuatan dorongan dari dalam individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan.

#### PENUTUP Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan tentang "Minat Konsumen Terhadap Nail Art Halal di Counter Halal Nail Gresik" maka pemilihan *nail art* di counter halal *nail* Gresik ditinjau dari 4 faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.



Faktor budaya meliputi 2 unsur yaitu unsur melestarikan budaya dan agama dengan nilai tertinggi cukup setuju yaitu pada unsur melestarikan budaya sebesar 80%. Faktor sosial mempengaruhi minat konsumen dalam pemilihan *nail art* karena rekomendasi teman, keluarga dan tempat tinggal dengan perolehan nilai tertinggi setuju sebesar 52% pada unsur pergaulan. Sedangkan faktor pribadi yang terdiri dari 5 unsur yaitu unsur minat, usia, pekerjaan, ekonomi dan gaya hidup yang mempengaruhi minat konsumen dari presentase yang tertinggi adalah unsur gaya hidup yaitu setuju presentase 60% dan yang terakhir yaitu faktor psikologi sangat mempengaruhi minat konsumen terhadap *nail art* halal adalah di *counter* halal *nail* terbukti baik dalam pelayanan dan profesional dengan perolehan nilai tertinggi sangat setuju yaitu sebesar 72% unsur persepsi. Semua faktor mempengaruhi minat konsumen terhadap *nail art* halal di *counter* halal *nail* Gresik dengan perolehan nilai presentase tertinggi adalah pada faktor budaya unsur melestarikan budaya.

#### A. Saran

Terkait dengan hasil penelitian minat konsumen di tinjau dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis, maka saran yang dapat diberikan kepada *Counter Halal Nail* Gresik adalah : (1) Perlu melakukan sosialisasi tentang *nail art* halal kepada konsumen yang melakukan *nail art* halal. (2) Perlu melakukan sosialisasi untuk kecantikan tentang *nail art* halal kepada masyarakat karena belum banyak yang tahu dengan adanya *nail art* halal sehingga Islam itu sangat setuju dengan keberadaan itu. (3) Perlu dilakukan penelitian lanjutan tentang kepuasan konsumen terhadap Halal *Nail* di Gresik.

#### DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta Bogor: P3gk.

Harjanti, Novita, dkk. 2009. *Kosmetika Kuku Antara Keindahan dan Keamanan*. Yogyakarta: Universitas Gajahmada.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Schiffman & Kanuk, 2003. *Consumer Behavior*. New Jersey. Prentice Hall.

Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.