e-jurnal. Volume 12 Nomer 3 (2023), Edisi Yudisium 3 Tahun 2023, hal 287-293

FAKTOR -FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA RIAS PENGANTIN DI KABUPATEN KARO

Kirey Permata Crysti Br Singarimbun
Mahasiswi Program Studi S-1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
kirey.19068@mhs.unesa.ac.id

Octaverina Kecvara Pritasari[1], Dindy Sinta Megasari i[2], Dewi Lutfiati[3]
Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universtas Negeri Surabaya
octaverinakecvara@unesa.ac.id

Abstrak

Jasa rias pengantin di Kabupaten Karo memiliki ciri khas dan kelebihan yang berbeda sehingga konsumen memilih jasa rias pengantin yang sesuai dengan preferensinya. Faktor yang mempengaruhi minat bagi seorang konsumen yaitu faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologis dan juga faktor sosial. Hal tersebut merupakan proses awal menegnai rangsangan atau stimulus dari jasa atau produk yang dilihatnya sehingga tertarik untuk membeli produk atau jasa yang di tawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor sosial yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih jasa rias pengantin di Kabupaten Karo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Instrument penelitian berupa kuisioner yang disebarkan melalui *google form* yang ditunjukkan kepada 40 responden. Teknik analisis data yang digunakan ialah deskriptif presentase. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa faktor budaya berpengaruh terhadap minat konsumen dalam memilih jasa rias pengantin dengan jawaban sangat setuju sebesar 87,5% pada sub variabel sub budaya. Faktor pribadi dengan jawaban setuju sebesar 67,5% pada sub variabel gaya hidup. Faktor psikologis mempengaruhi minat konsumen terhadap jasa rias pengantin dengan jawaban sangat setuju sebesar 67,5% pada sub variabel integritas, dan faktor sosial berpengaruh terhadap minat konsumen dengan jawaban sangat setuju dan setuju sebesar 72,5% pada sub variabel pengaruh lingkungan. Dilihat dari hasil dan pembahasan disimpulkan bahwa semua faktor tersebut mempengaruhi minat konsumen dalam memilih jasa rias pengantin di kabupaten karo.

Kata Kunci: Faktor, Jasa Rias, Karo, Minat, Pengantin

Abstract

Bridal make-up services in Karo Regency have different characteristics and advantages so consumers choose bridal make-up services according to their preferences. Factors that influence the interest of a consumer are cultural factors, personal factors, psychological factors, and also social factors. This is the initial process of being stimulated or stimulated by the services or products he sees so that he is interested in buying the products or services offered. This study aims to determine whether cultural factors, personal factors, psychological factors, and social factors influence consumer interest in choosing bridal makeup services in Karo Regency. The method used in this research is descriptive quantitative. The research instrument was a questionnaire that was distributed via Google Forms shown to 40 respondents. The data analysis technique used is a descriptive percentage. Based on the results of data processing, it can be concluded that cultural factors influence consumer interest in choosing bridal make-up services with answers that strongly agree by 87.5% in the sub-variable sub-culture. Personal factors with agreed answers of 67.5% in the lifestyle sub-variable. Psychological factors influence consumer interest in bridal makeup services with answers that strongly agree by 67.5% on the integrity sub-variable, and social factors influence consumer interest with answers that strongly agree and agree by 72.5% on the environmental influence sub-variable. Judging from the results and discussion it is concluded that all of these factors influence consumer interest in choosing bridal makeup services in the Karo district.

Keyword: *Bride, Interest, Karo, Makeup Services*

PENDAHULUAN

Tujuan menikah adalah untuk menciptakan keluarga bahagia dan abadi dengan menggabungkan ikatan alami pria dan wanita sebagai suami dan istri. Hasilnya, (Purnomo, Danu 2020:5) menyatakan bahwa masing-masing pasangan memandang pernikahan sebagai sesuatu yang sakral, agung, dan signifikan. Menurut Pratama, Bayu (2018:20) pernikahan adalah peristiwa penting bagi masyarakat, dan karena ini adalah kejadian sekali seumur hidup, keinginan calon pengantin wanita untuk tampil menakjubkan dan cantik pada hari pernikahannya sangat dapat diterima, untuk mewudkan hal tersebut dibutuhkannya *make up. Make up* adalah seni yang dapat diterapkan pada orang dengan berbagai bentuk dan corak wajah, kulit menurut Dwiyanti, Sri, dkk (2016:11). Menurut kusantiati (2008:469) *make up* karakter, riasan geriatri, riasan harian (*beauty*), riasan panggung, riasan korektif, dan kategori Iainnya semuanya termasuk dalam *make up.*

Make up pengantin mencangkup kedalam jenis *make up* korektif. Sayoga (Rahayu dan Pamungkas 2014: 8) menjelaskan riasan sebagai praktik yang digunakan oleh pengantin wanita untuk meningkatkan kecantikan alami mereka dan menyembunyikan cacat mereka agar terlihat lebih berwarna dan berbeda.. Karena tidak ada tehnik yang ditetapkan untuk merias wajah, tujuan utamanya adalah untuk menekankan fitur wajah yang menarik sambil menyembunyikan yang kurang menarik. Akbatnya, ketika merias wajah, pengantin juga harus menunjukkan rasa hormat terhadap tradisi peradaban lain.

Di Indonesia, ada dua bentuk utama rias pengantin: rias pengantin internasional dan rias pengantin tradisional Indonesia. Sementara itu *make up* pengantin internasiona sering disebut sebagai *"make up* pengantin gaun putih," *make up* pengantin lndonesia didefinisikan sebagai *make up* pernikahan dengan paes dan tidak menggunakan paes.

Banyak suku membentuk keragaman budaya Indonesia yang luas, yang sangat berharga. Tradisi setiap suku diturunkan dari generasi ke generasi dan harus dilindungi. Di setiap suku di Indonesia memiliki perbedaan, salah satunya yaitu *make up* pengantin adat Karo yang berada di Kabupaten Karo.

Kabupaten Karo terletak di antara 2.500 dan 3.190 Lintang Utara dan 97.550 dan 98.380 Bujur Timur. Luas wilayahnya adalah 2.127,25 Km2, atau 2,97 persen dari Provinsi Sumatera Utara (KPJU 2018:1060). Meskipun Kabupaten Karo memiliki budaya yang khas dan tradisional, kegigihan modernitas telah menyebabkan praktik budaya, khususnya suku Karo, bergeser baik dari segi makna yang dimaksudkan maupun bagaimana pelaksanaannya. Kabupaten Karo telah memiliki perkembangan tradisi dan budaya seiring dengan kemajuan zaman. Penciptaan riasan pengantin juga dipengaruhi oleh hal ini.

Make up pengantin tradisiona mengalami perubhan karena kemajuan dan pertumbuhan zaman, yang mengakibatkan penambahan aksesoris, penyesuaian pakaian, dan modifikasi *make up* pengantin. Oleh karena itu, jasa rias pengantin menyediakan jasa rias pengantin dengan beragam sifat dan manfaat yang membuatnya menonjl. Evolusi pakaian tradisional dan tren kosmetik menunjukkan hal ini, dan tidak dapat dihindari bahwa layanan jasa rias pengantin akan mengikuti tren yang berkembang.

Berbagai jasa rias pengantin yang ditawarkan di Kabupaten karo sangalah besar, dan masing-masing secara khusus disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Pemilihan jasa rias pengantin yang sering dilakukan oleh konsumen saat ini dilakukan dengan pencarian melalui sosial media, hal tersebut dilakukan karena saat ini jasa rias pengantin memposting hasil yang diberikan sebagai portofolio sehingga para konsumen dapat menyesuikan dengan hasil rias yang diinginkan. Banyak nya jumlah *followers* atau pengikut menambah keyakinan konsumen untuk memilih jasa rias pengantin, dapat dilihat dari jasa rias pengantin Awal Salon, Dita Nangin Salon, Reyna *Make Up*. Mereka memiliki jumlah pengikut terbanyak, sehinga para konsumen langsung menaruh perhatian dalam pemilihan jasa rias pengantin yang mereka miliki. Selain itu hasil yang diberikan oleh jasa rias pengantin Awal Salon, Dita Nangin Salon, Reyna *Make Up* sesuai dengan trend *make up* yang berjalan, Hal tersebut yang membuat minat konsumen untuk melakukan rias pengantin.

Minat seseorang sangat penting bagi mereka untuk melakukan tugas dengan baik, menurut Meity (2014: 9). Dari perspektif psikologis, perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh minat mereka, tetapi minat juga dapat menginspirasi mereka untuk bertindak, memperhatikan, dan berkorban untuk suatu tujuan. Minat konsumen adalah kekuatan pendorong di belakang orang mendapatkan barang yang mereka inginkan dan memiliki dampak signifikan pada pengumpulan kepastian. Konsumen mengevaluasi layanan *makeup* pengantin berdasarkan berbagai variable.

Pelanggan akan mempertimbangkan sejumlah kriteria saat memilih layanan rias pengantin. Sejalan dengan Philip kolter dan kevin lane keller (2017), Pada kenyataannya, faktor-faktor seperti psikologi, masyarakat, budaya, dan sifat-sifat pribadi semuanya mempengaruhi bagaimana konsumen melakukan pembelian.. Kotler dan Keller (2017) berpendapat bahwa pengaruh budaya meliputi kelas, subkultur, dan aspek sosial serta faktor pribadi, psikologis, dan ekonomi seperti usia, pekerjaan, situasi keuangan, dan cara hidup. faktor sosial meliputi

mengikuti teman, pengaruh lingkungan, mengikuti keluarga. Faktor-faktor ini dapat secara halus mempengaruhi keinginan pembeli dalam membeli barang atau jasa, dan mereka juga dapat digunakan sebagai sumber daya oleh pemilik bisnis atau manajemen untuk menemukan pelanggan untuk barang atau jasa yang ditawarkan.

Bukti mendukung teori ini oleh Mayasiska, T. D., & Soeyono, R. D. (2020), menunjukkan sub variable motivasi, apresiasi, dan sub variable pembelajaran menyumbang 70% dari temuan, menunjukkan bagaimana faktor psikologis secara signifikan mempengaruhi minat konsumen. Selain itu, Larasati, D. (2017) memasukkan ulasan lain. Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis semuanya berdampak pada keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan perawatan tubuh di Pesona *Reflexology*.

Mengikuti justifikasi yang diberikan, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MEMILlH JASA RIAS PENGANTIN Dl KABUPATEN KARO", identifikasi masalah pada penelitian ini adalah untuk mentukan apakah faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor budaya mempengaruhi minat konsumen dalam memiilih jasa rias pengantin di Kabupaten Karo.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana faktor budaya, individu, psikologis, dan sosial mempengaruhi keputusan masyarakat tentang jasa rias pengantin di Kabupaten Karo.

Manfaat dari penelitian ini di bagi menjadi 2 bagian yaitu secara teoritis 1. meningkatkan kesadaran dan pemahaman, khususnya di bidang minat pelanggan terhadap unsur-unsur yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih jasa rias pengantin Kabupaten Karo. Untuk manfaat secara praktis 1. memberikan kesempatan bagi peneliti mendapatkan pemahaman dan keahlian di bidang jasa rias pengantin, terutama dalam kaitannya dengan keinginan konsumen. 2. Memberikan kontribusi ide dan memperluas pemahaman tentang produk dan jasa terkait rias pengantin. 3. Untuk memberikan calon pengantin lebih banyak informasi, perspektif, saran, dan pemikiran saat mereka memilih layanan jasa rias pengantin yang memenuhi kebutuhan mereka.

METODE PENELITIAN

Metodologi deskriptif kuantitatif digunakan dalam jenis penelitian ini. Menurut Sugiyono (2017:147) penelitian deskriptif adalah teknik yang digunakan untuk mengevaluasi atau mendeskripsikan suatu temuan penelitian tetapi tidak untuk mencapai kesimpulan yang lebih luas.

Januari 2023 hingga Maret 2023 digunakan untuk periode penelitian. Objek penelitian ini ialah faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor sosial yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih jasa rias pengantin di Kabupaten Karo. Pelanggan yang mendaftar di Awal Salon, Dita Nangin Salon, dan Reyna *Make Up* serta mendapatkan jasa *make up* pengantin di Kabupaten Karo, pada bulan Januari 2023- Maret 2023, berusia 20-35 Tahun dan berdomisili di Kabupaten Karo berjumlah 40 responden menjadi subjek penelitian ini.

Pengguna jasa rias pengantin di Kabupaten Karo menjadi target audiens survei yang didistribusikan melalui *Google Form*. Data yang di dapat dengan menggunakan metode angket ialah faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih jasa rias pengantin di Kabupaten Karo yang dilihat dari 4 unsur yaitu faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor sosial.

Tabel 1. Kisi-Kisi Kuesioner Minat Konsumen

Variable	Unsur	Indikator	Total
Faktor Yang Mempengaruhi Minat (X)	Faktor Budaya(X1)	1. Sub Budaya	10 soal
		2. Budaya	
		3. Sosial	
	Faktor Pribadi (X2)	1. Usia	10 Soal
		2. Pekerjaan	
		3. Keadaan Ekonomi	
		4. Gaya Hidup	
	Faktor Psikologis (X3)	1. Motivasi	10 soal
		2. Persepsi	
		3. Pembentukan Sikap	
		4. Integritas	
	Faktor Sosial(X4)	1. Mengikuti Teman	10 Soal
		2. Pengaruh Lingkungan	
		3. Mengikuti Keluarga	
Total			40 soal

Sumber: Kotler dan Keller (2016)

Untuk mengumpulkan data yang akurat dan dapat dipercaya, alat pengukuran berguna. Validitas dan reliabilitas adalah dua persyaratan untuk alat ukur yang efektif. Validitas suatu instrumen atau kuesioner ditentukan oleh apakah jawaban atas pertanyaannya dapat digunakan untuk mengukur subjek penilaian (ghozali, 2018: 51). Jika tanggapan subjek terhadap pertanyaan konstan atau stabil sepanjang waktu, kuesioner dianggap akurat atau dapat diandalkan. Menurut Ghozali (2018; 45). Ukuran untuk mengevaluasi kuesioner yang disebut reliabilitas berfungsi sebagai indikator faktor atau desain kuesioner.

Untuk mengatasi rumusan masalah, Informasi dikumpulkan dari kuesioner yang diberikan kepada responden kemudian dikaji dengan menggunakan teknik

analisis kuantitatif. Rumus di bawah ini akan digunakan untuk menghitung respons setiap responden dalam

$$\text{kuesioner: P} = \frac{f}{N} \text{x} 100\%$$

Sumber: Ridwan (2015:15)

Keterangan:

P : Angka Persentase

f : Frekuensi

N : Jumlah Responden

Tabel 2. Kriteria Analisis Deskriptif

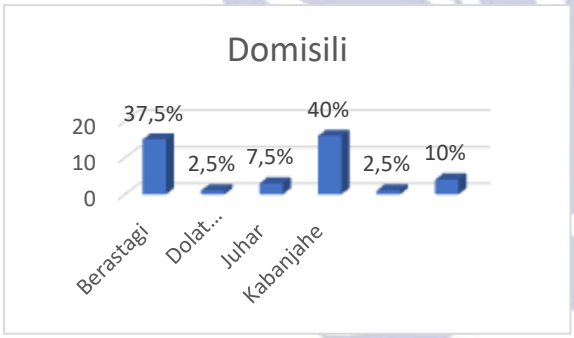
Interval Koefisien	Tingkat Minat
0,00%-20%	Sangat Lemah / Sangat Kurang Baik
21%-40%	Lemah/Kurang Baik
41%-60%	Cukup
61%-80%	Kuat/Baik
81%-100%	Sangat Kuat/Sangat Baik

Sumber: Ridwan (2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Responden

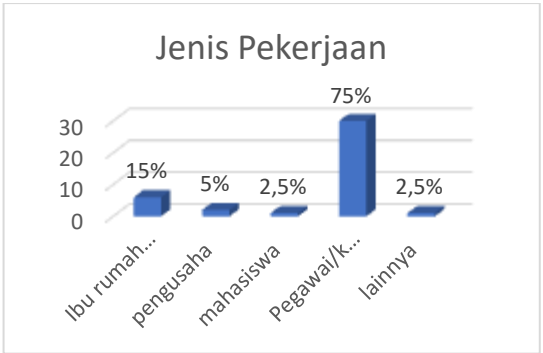
Berikut ini rangkuman katakteristik responden secara umum:



Grafik 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Sumber: Data Dioleh Peneliti 2023

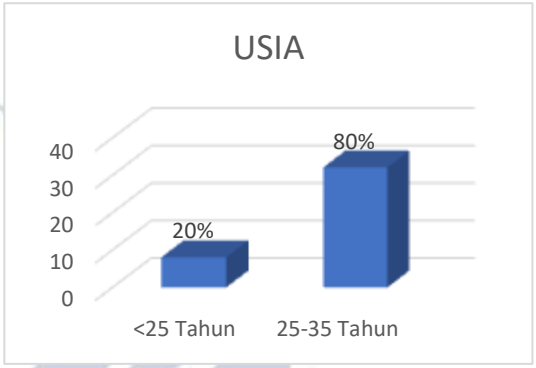
Grafik 1 memberikan berbagai informasi tentang grafik domisili responden. Menurut domisili responden, hingga 15 orang (37,5%) tinggal di Berastagi, 1 orang (2,5%), Dolat Rayat, hingga 3 orang (7,5%), Juhar, hingga 16 orang (40%) di Kabanjahe, 1 orang (2,5%), Mardinding, dan 4 orang terakhir (10%) tinggal di Tiganderket..



Grafik 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Sumber: Data Dioleh Peneliti 2023

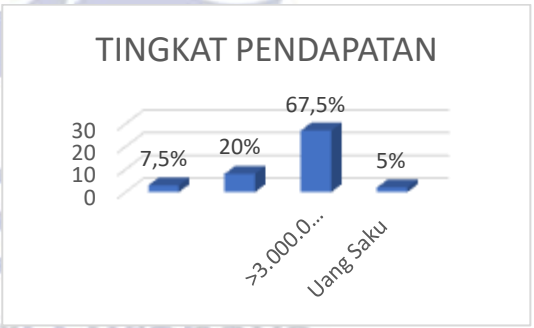
Grafik 2 menunjukkan grafik berbagai jenis pekerjaan responden. Mayoritas responden bekerja sebagai pekerja atau majikan (hingga 30 individu, atau 75%), diikuti oleh ibu rumah tangga (6 orang, atau 15%), pemilik bisnis (2 orang, atau 5%) dan pelajar (1 orang, atau 2,5%). 1 responden yang tersisa, atau 2,5%, bekerja lainnya.



Grafik 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data Dioleh Peneliti 2023

Grafik 3 Data ditampilkan dengan grafik yang menunjukkan usia responden. Menurut usia responden, hingga 30 responden (80%) berusia antara 23 dan 35 tahun, sementara 8 responden (20%) berusia di bawah 25 tahun..



Grafik 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Sumber: Data Dioleh Peneliti 2023

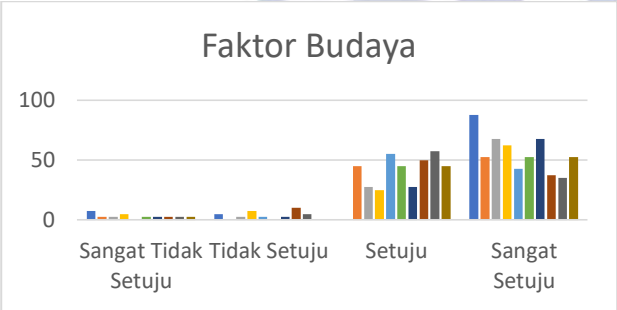
Grafik 4 Data tentang tingkat pendapatan responden ditunjukkan dalam grafik. Menurut tingkat pendapatan responden, 3 orang (7,5%) menghasilkan kurang dari 1.000.000, 8 orang (20%) menghasilkan antara 1.000.000 dan 3.000.000, 27 orang (67,5%) menghasilkan lebih dari 3.000.000, dan 2 orang sisanya (5,0%) menghasilkan uang dari pekerjaan mereka.

Grafik 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jasa Pengantin yang Di Pilih
Sumber: Data Dioleh Peneliti 2023

Grafik 5 Menampilkan informasi grafis tentang layanan kosmetik tertentu. Menurut jasa make up yang dipilih, 33 orang (82,5%) menggunakan jasa make up pengantin untuk acara pemberkatan dan pesta adat (Karo), sedangkan sisanya 4 orang (10%) menggunakan jasa make up pengantin untuk pesta adat.

2. Data Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen

Deskripsi faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih jasa rias pengantin di Kabupaten Karo dibagi menjadi 4 faktor, antara lain faktor budaya, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor sosial.

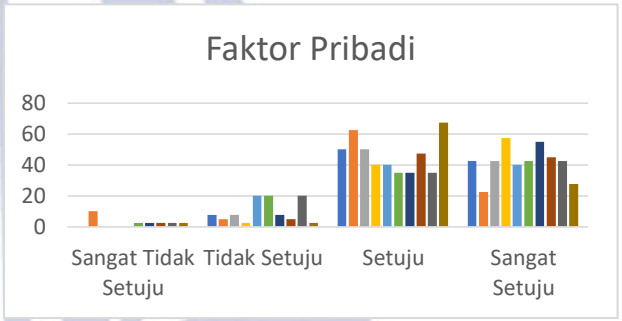


Grafik 6 Jawaban Responden Berdasarkan Faktor Budaya
Sumber: Data Dioleh Peneliti 2023

Berdasarkan Jawaban pertanyaan nomor 1-10 dari responden ditunjukkan pada grafik di atas. berdasarkan unsur sub budaya, budaya, kelas sosial. Sajian data untuk unsur sub budaya yang memilih jawaban sangat banyak yaitu pada pertanyaan nomor 1 dengan pilihan jawaban sangat setuju sebesar 87,5%, sajian data pilihan jawaban terbanyak pada unsur budaya yaitu pada pertanyaan nomor 7 sebesar 67,5% dengan keterangan jawaban sangat setuju dan untuk jawaban terbanyak pada unsur sosial yaitu pada pertanyaan nomor 9 dengan pilihan jawaban setuju sebanyak 57,5%. Untuk jawaban yang paling banyak dipilih pada unsur sub budaya sebesar 87,5% dimana responden yang sangat setuju jika pemilihan jasa rias pengantin yang sesuai dengan trend yang berkembang.

Berdasarkan kriteria analisi deskriptif Ridwan (2015:15) dapat dilihat bahwa jawaban unsur sub budaya termasuk kedalam kriteria sangat baik, budaya termasuk kedalam kriteri baik, dan kelas sosial termasuk kedalam kriteria cukup.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan faktor budaya berpengaruh sangat baik terhadap minat konsumen dalam memilih jasa rias pengantin di Kabupaten karo. Prediktor paling mendasar dari keinginan dan perilaku adalah faktor budaya (Kotler, 2017).) Hal tersebut sesuai dengan penadapat Philip kolter dan kevin lane keller (2017), Perilaku pembelian konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh kelas sosial, sub budaya, dan budaya. Alasan yang mendasari keinginan dan tindakan seseorang adalah budaya mereka.



Grafik 7 Jawaban Responden Berdasarkan Faktor Pribadi
Sumber: Data Dioleh Peneliti 2023

Jawaban atas pertanyaan 11-20 dari responden ditunjukkan pada grafik di atas. berdasarkan unsur usia, gaya hidup. pekerjaan, dan keadaan ekonomi. Dapat dilihat pada sub unsur usia pilihan jawaban terbanyak yaitu pada pertanyaan nomor 12 dengan pilihan jawaban setuju sebesar 62,5%, yang menjawab terbanyak pada unsur pekerjaan yaitu pada pertanyaan nomor 14 dengan pilihan jawaban sangat setuju sebesar 57,5%. Yang menjawab terbanyak pada unsur keadaan ekonomi yaitu pada pertanyaan nomor 17 dengan pilihan jawaban sangat setuju sebesar 55%. Menjawab terbanyak pada unsur gaya hidup yaitu pada pertanyaan nomor 20 dengan pilihan jawaban setuju sebesar 67,5%. Untuk jawaban yang paling banyak dipilih pada faktor pribadi unsur gaya hidup sebesar 67,5% yang setuju jika memilih jasa rias pengantin berdasarkan kelengkapan alat, kosmetika yang digunakan ialah brand terbaik.

Berdasarkan kriteria analisis deskriptif Ridwan (2015:15) dapat dilihat bahwa unsur usia masuk kedalam kriteria baik, pekerjaan termasuk kedalam kriteria cukup, keadaan ekonomi masuk kedalam kriteria cukup, dan juga gaya hidup termasuk kedalam kriteria baik.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan minat konsumen terhadap jasa rias pengantin berpengaruh baik oleh faktor pribadi di Kabupaten Karo. Hal tersebut sesuai

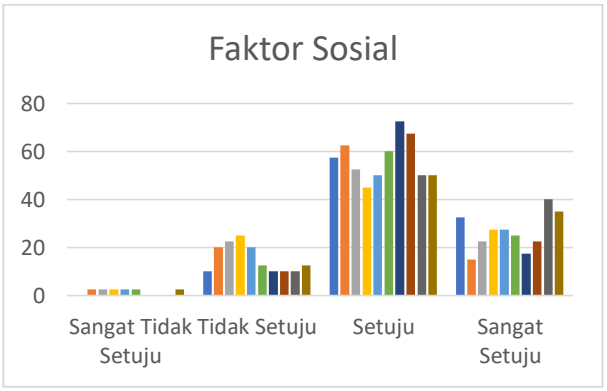
dengan penadapat Philip kolter dan kevin lane keller (2017) karakteristik pribadi juga berdampak pada keputusan pembelian. ffaktor pribadi meliputi usia dan tahap pembeli dalam siklus hidup, pekerjaan dan kondisi keuangan, konsep diri dan kepribadian, cara hidup, dan keyakinan.

Grafik 8 Jawaban Responden Berdasarkan Faktor Psikologis
Sumber: Data Dioleh Peneliti 2023

Jawaban atas pertanyaan 21-30 dari responden ditunjukkan pada grafik di atas. berdasarkan unsur motivasi, persepsi, pembentukan sikap, integritas. Sajian data untuk unsur motivasi yang memilih jawaban terbanyak pada pertanyaan nomor 21 dengan pilihan jawaban setuju sebesar 60%, yang memilih jawaban terbanyak pada unsur persepsi pada pertanyaan nomor 23 dan 34 dengan pilihan jawaban setuju sebesar 50%, yang memilih jawaban terbanyak untuk unsur pembentukan sikap yaitu pada pertanyaan nomor 26 dengan pilihan jawaban sangat setuju sebesar 67,5%, dan yang memilih jawaban terbanyak pada unsur integritas yaitu pada pertanyaan nomor 29 dengan pilihan jawaban sangat setuju sebesar 87,5%. Jawaban yang paling banyak dipilih ialah unsur integritas sebesar 87,5% yang sangat setuju jika kosmetika yang aman adalah kosmetika yang tidak menimbulkan reaksi langsung seperti alergi pada saat merias

Berdasarkan kriteria analisi deskriptif Ridwan (2015:15) dapat dilihat bahwa unsur motivasi dan unsur persepsi termasuk kedalam kriteria cukup, unsur pembentukan sikap termasuk kedalam kriteria baik, dan untuk unsur integritas termasuk kedalam kriteria sangat baik.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan faktor psikoIogis berpengaruh sangat baik terhadap keinginan pelanggan untuk menggunakan jasa rias pengantin Kabupaten Karo. Penulis Philip Kolter dan Kevin Lane Keller (2017) mendukung faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan perilaku berdampak pada keputusan pembelian. Hal tersebut mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap rangsangan pemasaran.



Grafik 9 Jawaban Responden Berdasarkan Faktor Sosial
Sumber: Data Dioleh Peneliti 2023

Jawaban atas pertanyaan 31-40 dari responden ditunjukkan pada grafik di atas. bersarkan unsur mengikuti teman, pengaruh lingkungan, mengikuti keluarga. Sajian data untuk unsur mengikuti teman yang memilih jawaban terbanyak pada pertanyaan nomor 32 dengan pilihan jawaban setuju sebesar 62,5%, yang memilih jawabana terbanyak pada unsur pengaruh lingkungan pada pertanyaan nomor 37 dengan jawaban terbanyak yaitu pada pilihan setuju sebesar 72,5% dan untuk unsur mengikuti keluarga yang memilih jawaban terbanyak pada pertanyaan nomor 38 dengan jawaban setuju sebesar 67,5%. Jawaban yang paling banyak dipilih ialah unsur pengaruh lingkungan sebesar 72,5% yang setuju jika pemilihan jasa rias pengantin berdasarkan kepopuleran dalam sosial media.

Berdasarkan kriteria analisi deskriptif Ridwan (2015:15) dapat dilihat unsur mengikuti teman, pengaruh lingkungan dan mengikuti keluarga termasuk kedalam kriteria baik.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan faktor sosial berpengaruh baik terhadap minat terhadap keinginan pelanggan untuk menggunakan jasa rias pengantin Kabupaten Karo. Penulis Philip Kolter dan Kevin Lane Keller (2017) yang mempengaruhi perilaku konsumen termasuk ke dalam faktor sosial ini ialah mengikuti teman, pengaruh lingkungan, mengikuti keluarga

PENUTUP

Kesimpulan

Hal ini ditentukan dari penyajian dan analisis data bahwa:

1. Temuan dari analisis dan pembahasan data tentang "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Memilih Jasa Rias Pengantin di Kabupaten Karo" di tinjau dari faktor budaya. faktor budaya meliputi 3 unsur yaitu sub budaya, budaya dan sosial dengan nilai tertinggi pada jawaban sangat setuju yaitu pada unsur sub budaya sebesar 87,5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa karakteristik budaya, khususnya dalam hal sub budaya, memberikan

dampak yang sangat positif terhadap minat konsumen dalam memilih jasa rias pengantin di Kabupaten Karo. Ini terutama benar jika pilihan layanan makeup pengantin sejalan dengan tren yang muncul.

2. Temuan dari analisis dan pembahasan data tentang "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Memilih Jasa Rias Pengantin di Kabupaten Karo" di tinjau dari faktor pribadi. Faktor pribadi meliputi 4 unsur yaitu usia pekerjaan, keadaan ekonomi, dan gaya hidup. Dengan nilai tertinggi pada jawaban setuju pada unsur gaya hidup sebesar 67,5%. Oleh karena itu, faktor pribadi, khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup, berdampak positif terhadap minat konsumen untuk memilih jasa rias pengantin di Kabupaten Karo. yaitu jika memilih jasa rias pengantin berdasarkan kelengkapan alat, kosmetika yang digunakan ialah brand terbaik.
3. Temuan dari analisis dan pembahasan data tentang "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Memilih Jasa Rias Pengantin di Kabupaten Karo" di tinjau dari faktor psikologis. Faktor psikologis meliputi 4 unsur yaitu motivasi, persepsi, pembentukan sikap, gaya hidup dengan nilai tertinggi pada jawaban sangat setuju pada unsur integritas sebesar 67,5%. Oleh karena itu, diyakini bahwafaktor psikologis, khususnya yang berkaitan dengan integritas, memiliki pengaruh positif terhadap minat konsumen dalam menentukan jasa rias pengantin di Kabupaten Karo. yaitu jika kosmetika yang aman adalah kosmetika yang tidak menimbulkan reaksi langsung seperti alergi pada saat merias.
4. Temuan dari analisis dan pembahasan data tentang "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Memilih Jasa Rias Pengantin di Kabupaten Karo"di tinjau dari faktor sosial. Faktor sosial meliputi 3 unsur yaitu mengikuti teman, pengaruh lingkungan, mengikuti keluarga. Dengan nilai tertinggi pada jawaban setuju sebesar 72,5 pada unsur pengaruh lingkungan. Oleh karena itu, diyakini bahwa faktor social khususnya dampak lingkungan, berdampak positif terhadap minat konsumen untuk memilih jasa make up pengantin di Kabupaten Karo., yaitu jika pemilihan jasa rias pengantin berdasarkan kepopuleran dalam sosial media.

Saran

Diperlukan penyedia layanan rias pengantin untuk mempertahankan standar layanan pelanggan tertinggi. Demi menjaga keberagaman budaya Indonesia, Selain itu, pelanggan yang memanfaatkan jasa rias pengantin diwajibkan untuk menjaga norma budaya yang telah ditanamkan di lingkungan sekitar.. Selain itu, konsumen diharapkan untuk mendapat pengetahuan serta wawasan tentang *make up* pengantin untuk memilih layanan *makeup* pengantin yang sesuai berdasarkan kebutuhan dan preferensi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Dwiyanti, Sri. 2016. Tata Rias Wajah. Surabaya: UNESA UNIVERSITY PRESS

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang Gramedia Pustaka Utama

Idris, Meity H & Rahmadani, Izul. (2014). Menumbuhkan Minat Baca pada Anak Usia Dini. Jakarta: Luxima Metromedia

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1.Alih bahasa:Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc

Kpju. 2018. Penelitian KPJU Unggulan UMKM Propovinsi Sumatera Utara.

Kusantiati, Herni. 2008. Tata Kecantikan KuIit Untuk SMK JiIid 2. Jakarta: Direktir Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan

Larasati, D. (2017). Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Perawatan Badan di Pesona Reflexology Royal Plaza Surabaya. Jurnal Tata Rias, (02)

Mayasiska, T. D., & Soeyono, R. D. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP PRODUK PERAWATAN TUBUH YANG DIGUNAKAN. Jurnal Tata Rias, 9(1).

Pratama, Bayu. 2018. Pernikahan Adat Jawa Di Desa Nengahan, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.Haluan Sastra Budaya, Volume 2, No.1, hlm 20

Purnomo, Danu. 2020. Remaja Perkawinan usia anak dan pengembangan kampung KB. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana Press, hlm 5.

Rahayu, Sri dan Pamungkas Yohanes Hanan. 2014. Arti Simbolis Paes Ageng

Riduwan. 2015. Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.Press.