

MINAT KONSUMEN UNTUK PERAWATAN KULIT WAJAH DENGAN MENGGUNAKAN PERALATAN *FACIALELECTRIC* DI KECAMATAN KAMAL KABUPATEN BANGKALAN.

Rayi Nuresa Gengki Yulfidhar

S1. Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

rayinuresakusma@yahoo.co.id

Dra. Rahayu Dewi S, M.Si

Dosen S1. Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

Dewimende1@yahoo.com

Abstrak

Wajah merupakan salah satu bagian tubuh yang menjadi perhatian utama bagi setiap orang, baik pria maupun wanita, karena wajah merupakan hal pertama yang menjadi pusat perhatian bagi orang lain. Salah satu cara untuk mencegah masalah kulit adalah dengan melakukan perawatan wajah menggunakan *facial electric*. *Facial electric* ini memberikan hasil yang memuaskan dan lebih cepat terlihat hasilnya, diantaranya adalah mengencangkan kulit, menghilangkan kerutan dan melancarkan peredaran darah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui minat konsumen dalam perawatan wajah menggunakan *facial electric* dan mengetahui keunggulan dari *facial electric*. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan mengelompokkan data sesuai kualifikasi, jenis, sifat, atau kondisinya sesuai dengan buku Arikunto. Sasaran penelitian ini adalah konsumen Dimas salon dan House Of Linda yang berjumlah 40 konsumen. Metode pengumpulan datanya menggunakan wawancara pemilik salon dan *chapster* juga menggunakan kuisioner untuk konsumen salon. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik berdasarkan pendekatan kuantitatif, dengan obyek yang diteliti adalah konsumen salon kecamatan Kamal, pemilik, dan *chapster* salon. Hasil penelitian ini adalah berupa hasil respon konsumen dilihat dari faktor budaya rata-rata 63,13% menyatakan setuju, pada faktor sosial rata-rata 61% konsumen menyatakan setuju, dan dilihat dari faktor pribadi rata-rata 59,17% menyatakan setuju, juga pada faktor psikologis rata-rata ada 55% konsumen menyatakan setuju. Adapun hasil wawancara, menyatakan bahwa pemilik salon dan *chapsternya* mengetahui prosedur dan keunggulan *facial electric* sehingga konsumen juga mengetahui keunggulan peralatan *facial electric*. Kesimpulan pertama dari penelitian ini adalah menyatakan bahwa konsumen berminat menggunakan peralatan *facial electric* dalam perawatan wajah. Kedua adalah konsumen mengetahui keunggulan peralatan *facial electric*.

Kata Kunci : Minat Konsumen, Perawatan Kulit Wajah, *Facial Electric*

Universitas Negeri Surabaya

Abstract

Face is a part of body which has the most attention for everyone, men or women, because face is the first center of interest for other people. One of method to prevent skin face problem is by performing face treatment using electric facial. Electric facial equipment give satisfying result and the result is seen faster. It includes skin face tightening, removing face wrinkle, and smoothing the blood flows. The aims of this research were to know consumer interest on face treatment using electric facial and to know the advances of electric facial. Type of this research was descriptive quantitative by grouped data as qualification, type, characteristic, or condition according to literature of Arikunto. Objects of this research were consumer of Dimas Salon and House of Linda as much as 40 consumers. Data collecting method were by interviewing the owner and stylists, also used questionnaire for consumers. Data analysis technique used was statistic based on quantitative approach, while object researched were salon consumers at sub district of Kamal, the owner, and salon stylists. Results of this research are responses of consumers viewed from cultural factor has mean 63.13% stated agree, at social factor has mean 61%

stated agree, at personal factor has mean 59.17% stated agree, and at psychology factor has mean 55% stated agree. Result of interview stated that the owners and stylists had known the procedure and advantages of electric facial equipment, thus consumers also knew too. The first conclusion of this research is stated that consumer interested on using electric facial equipment in face treatment. The second is consumers knew the advantages of electric facial equipment.

Keywords: consumer interest, face treatment, electric facial

PENDAHULUAN

Wajah merupakan salah satu bagian tubuh yang menjadi perhatian utama bagi setiap orang, baik pria maupun wanita. Untuk itu banyak cara merawat wajah yang dilakukan untuk mendapatkan wajah yang sehat, putih, bersih dan terbebas dari jerawat. Setiap orang pasti ingin mempunyai wajah yang sehat dan bersih, sehingga tidak sedikit pula biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perawatan wajah. Mulai dari perawatan ke salon, klinik bahkan sampai ke dokter kecantikan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Perawatan wajah dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya menggunakan alat *facial electric* yaitu pembersihan wajah dengan menggunakan alat yang dialiri oleh aliran listrik, cara ini sudah lama dikenalkan, namun baru baru ini banyak peminat dikalangan masyarakat mulai menggunakan *facial electric*.

Perkembangan Industri perawatan kecantikan wajah yang pesat mengakibatkan banyak produk yang berupa barang dan jasa membanjiri pasar. Produsen berupaya menarik perhatian konsumen dengan mempromosikan produk dan jasa dengan berbagai strategi pemasaran. Setelah adanya inovasi terhadap penggunaan *facial electric* diperlukan adanya ketertarikan atau minat yang mendorong seseorang untuk melakukan perawatan wajah dengan menggunakan *facial electric*.

Masyarakat di kota maupun di daerah sudah sangat pesat menerima perkembangan teknologi salah satunya adalah masyarakat kecamatan Kamal. Kecamatan Kamal merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Bangkalan dimana masyarakatnya sudah mengalami perubahan dari segi sosial dan budayanya. Dahulu masyarakat kecamatan Kamal masih sangat awam terhadap perkembangan jaman, tetapi seiring berjalannya waktu masyarakat kecamatan mulai mengetahui tentang informasi yang berkaitan dengan cara berpakaian, teknologi yang modern dan cepat menerima hal-hal baru. Dalam hal ini peneliti ingin mencari informasi bagaimanakah perkembangan teknologi yang ada di kecamatan Kamal salah satunya adalah peralatan *facial electric*.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana minat konsumen untuk perawatan kulit wajah dengan menggunakan *facial electric* di Kecamatan Kamal. Dan mengetahui apakah konsumen yang ada di

Kecamatan Kamal mengetahui keunggulan dari *facial electric*.

Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya melakukan perawatan wajah untuk mencegah masalah kulit dengan menggunakan *facial electric*.

Pengertian Merawat Kulit Wajah Dalam kegiatan sehari - hari, kulit wajah tidak bisa terbebas dari kotoran baik debu maupun kosmetik yang menempel pada kulit, terutama bagi seorang yang bepergian. Keadaan seperti ini jika dibiarkan akan menimbulkan beberapa gangguan pada kulit wajah, misalnya komedo, acne /jerawat, pigmentasi, kerutan kecil dan sebagainya.

Untuk mengatasi hal tersebut, maka perlu dilakukan perawatan secara teratur dan periodik. Perawatan secara teratur dapat dilakukan dengan teknik yang benar dan dengan kosmetik yang sesuai.

Mobile skin treatment adalah alat *electric* yang digunakan untuk perawatan kecantikan yang didesain multi fungsi, yakni terdiri dari beberapa alat perawatan dalam satu unit alat. Berbagai produsen alat kecantikan telah memodifikasi dengan perkembangan teknologi serta perkembangan terkini dari metode perawatan kecantikan sehingga dalam satu unit terdiri dari : *Vaporiser, high frequency, ultrasonic, vibrator, vacuum suction, galvanic, frimator* dan lainnya sesuai inovasi dari produsen alat. Keunggulan dari *facial electric* adalah untuk memperlancar peredaran darah, menghilangkan kerutan pada wajah, memperlambat proses penuaan, menghaluskan kulit, dan efektif dalam pemanfaatan area dan proses kinerja. (Kustanti, 2006:225).

Arti minat menurut kamus umum bahasa Indonesia berarti kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu atau keinginan. Minat didefinisikan berbeda oleh beberapa orang ahli namun memiliki tujuan yang sama. Masing-masing ahli mendefinisikannya sesuai dengan pandangan dan disiplin keilmuan masing-masing. Keinginan atau minat dan kemauan atau kehendak sangat mempengaruhi corak perbuatan yang akan dilakukan seseorang. Minat/keinginan erat hubungannya dengan perhatian yang dimiliki, karena perhatian mengarahkan timbulnya kehendak pada seseorang. Kehendak atau kemauan ini juga erat hubungannya dengan kondisi fisik seseorang misalnya dalam keadaan sakit, capai, lesu atau mungkin sebaliknya yakni sehat dan segar. Juga erat hubungannya dengan kondisi psikis seperti senang, tidak senang, tegang, bergairah dan seterusnya (Sobur, 2003:246).

Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk di konsumsi pribadi (Kotler,2000:138). Sedangkan menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Perilaku konsumen adalah proses seorang konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.(Rangkuti,2002:91). Perilaku konsumen di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

1. Faktor Budaya
2. Faktor Sosial
3. Faktor Pribadi
4. FktorPsikologi

Berdasarkan uraian diatas dapat disusun rumusan masalah sebagai beriku :

1. Bagaimanakahminat konsumen untuk perawatan kulit wajah dengan menggunakan peralatan *facial electric* di Kecamatan Kamal?
2. Apakah konsumen yang ada di Kecamatan Kamal mengetahui keunggulan dari *facial electric*?

METODE

Jenis Penelitian

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 adalah perawatan wajah dengan menggunakan *facial electric*.Sebagai sasaran penelitian adalah konsumen yang ada di kecamatan Kamal yang berjumlah 40 konsumen dan yang datang di dua salon untuk melakukan perawatan *facial electric*.

Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan pada bulan Juni 2013 sampai Juni 2014.

Tempat penelitian

Tempat penelitian yang akan digunakan untuk pengambilan data tersebut adalah salon yang mempunyai peralatan *facial electric* dan berada di Kecamatan Kamal yaitu *House Of Linda* dan *Dimas Salon*.

Metode pengumpulan data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara (interview), angket atau kusioner, dan dokumentasi

1. Metode wawancara

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

2. Kuisisioner

Dalam kuisisioner ini, digunakan untuk memperoleh data tentang minat konsumen yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap perawatan wajah menggunakan *facial electric*.Metode Kuisisioner ini di lakukan pada konsumen yang melakukan perawatan wajah maupun yang belum pernah menggunakan perawatan wajah dengan *facial electric*.Konsumen diminta untuk mengisi lembar kuisisioner untuk memilih salah satu jawaban atau lebih dari sekian banyak jawaban-jawaban (alternatif) yang sudah di sediakan. (Sutrisna,1981:160).

3. Metode Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi ini yang diambil adalah pada saat wawancara dengan pemilik salon dan responden yang telah mengisi angket yang di berikan kepada peneliti.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data merupakan cara yang digunakan untuk menganalisa atau mengolah data yang diperoleh dari hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik berdasarkan pendekatan kuantitatif, dimana statistik berarti cara-cara ilmiah yang dipersiapkan untuk mengumpulkan, menyusun, menyajikan dan menganalisis data yang berwujud pernyataan (tanggapan) dan para responden.

Mengetahui besarnya minat konsumen untuk perawatan kulit wajah dengan menggunakan *facial electric* maka peneliti menggunakan analisis data distribusi tunggal dengan rumus.

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

Keterangan :

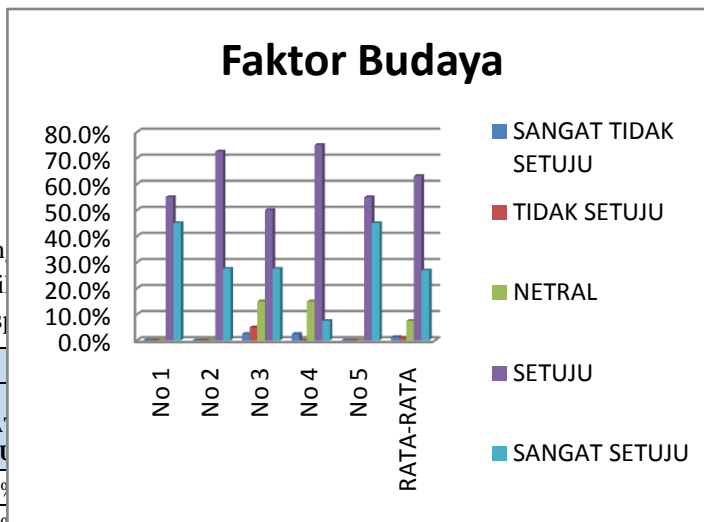
P : presentase yang dicapai

f : frekuensi jawaban tiap item pertanyaan

N : jumlah responden

(Maksum, 2007:8)

Diagram 4.1
Grafik. Angket / Kuisisioner Respon Konsumen



HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Hasil Respon Konsumen

Data respon konsumen diperoleh dengan menggunakan lembar angket respon yang diberikan pada konsumen. Instrumen lembar angket respon

PERTANYAAN	FAKTOR BUDAYA				
	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	NETRAL	SETUJU	SANGAT SETUJU
No 1	0.0%	0.0%	0.0%	55.0%	45.0%
No 2	0.0%	0.0%	0.0%	72.5%	27.5%
No 3	2.5%	5.0%	15.0%	50.0%	27.5%
No 4	2.5%	0.0%	15.0%	75.0%	7.5%
No 5	0%	0%	0%	55.0%	45.0%
RATA-RATA	1.25%	1.00%	7.50%	63.13%	26.88%

Tabel 4.2

(Hasil Angket / Kuisisioner Respon Konsumen)

divalidasi oleh dosen, sebelum di ujicobakan pada konsumen. Setelah divalidasi lembar angket respon diberikan pada konsumen salon yang berjumlah 40 orang dengan menggunakan 2 salon. Hasil angket digunakan untuk mengetahui minat konsumen selama melakukan perawatan wajah dengan menggunakan peralatan *facial electric*. Hasil analisis respon konsumen secara ringkas disajikan berdasarkan faktor – faktor yang telah ditentukan, dapat dilihat pada Tabel-tabel di bawah ini:

Tabel 4.1

(Hasil Angket / Kuisisioner Respon Konsumen)

(Sumber : data penelitian)

$$\text{Hasil Rating} = \frac{\text{jumlah nilai}}{\text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

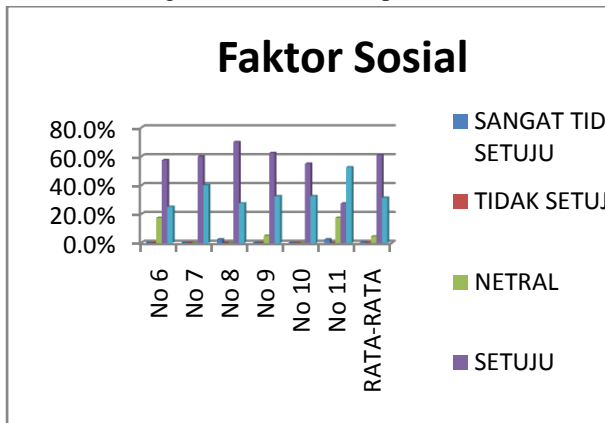
PERTANYAAN	FAKTOR SOSIAL				
	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	NETRAL	SETUJU	SANGAT SETUJU
No 6	0.0%	0.0%	17.5%	57.5%	25.0%
No 7	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	40.0%
No 8	2.5%	0.0%	0.0%	70.0%	27.5%
No 9	0.0%	0.0%	5.0%	62.5%	32.5%
No 10	0.0%	0.0%	0.0%	55.0%	32.5%
No 11	2.5%	0.0%	17.5%	27.5%	52.5%
RATA-RATA	0.50%	0.00%	4.50%	61.00%	31.50%

Sumber : data penelitian)

$$\text{Hasil Rating} = \frac{\text{jumlah nilai}}{\text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

Diagram 4.2

Grafik. Angket / Kuisisioner Respon Konsumen



Tabel 4.4

(Hasil Angket / Kuisisioner Respon Konsumen)

PERTANYAAN	FAKTOR PSIKOLOGIS				
	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	NETRAL	SETUJU	SANGAT SETUJU
No 18	0.0%	0.0%	0.0%	55.0%	45.0%
No 19	15.0%	0.0%	2.5%	55.0%	27.5%
No 20	2.5%	7.5%	2.5%	57.5%	30.0%
RATA-RATA	7.50%	0.00%	1.25%	55.00%	36.25%

Sumber : data penelitian)

Tabel 4.3

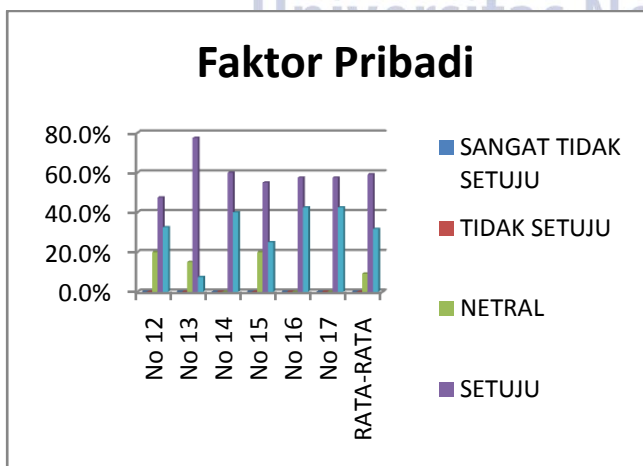
(Hasil Angket / Kuisisioner Respon Konsumen)

PERTANYAAN	FAKTOR PRIBADI				
	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	NETRAL	SETUJU	SANGAT SETUJU
No 12	0.0%	0.0%	20.0%	47.5%	32.5%
No 13	0.0%	0.0%	15.0%	77.5%	7.5%
No 14	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	40.0%
No 15	0.0%	0.0%	20.0%	55.0%	25.0%
No 16	0.0%	0.0%	0.0%	57.5%	42.5%
No 17	0.0%	0.0%	0.0%	57.5%	42.5%
RATA-RATA	0.00%	0.00%	9.17%	59.17%	31.67%

$$\text{Hasil Rating} = \frac{\text{jumlah nilai}}{\text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

Diagram 4.3

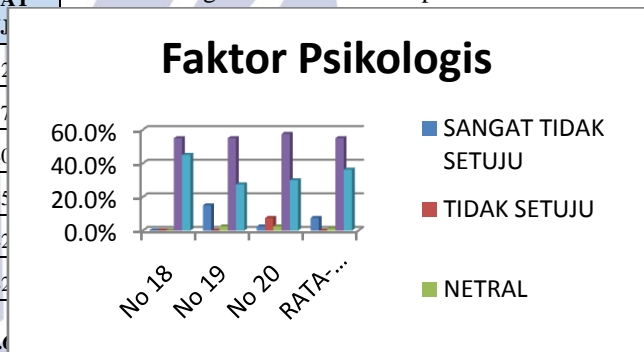
Grafik. Angket / Kuisisioner Respon Konsumen



$$\text{Hasil Rating} = \frac{\text{jumlah nilai}}{\text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

Diagram 4.4

Grafik. Angket / Kuisisioner Respon Konsumen



Dari data di atas, maka:

Ada 4 faktor yang mempengaruhi keadaan masyarakat, mulai dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Maka dapat kita lihat pada faktor budaya, rata-rata ada 63,31% yang menjawab setuju dan 26,88% menjawab sangat setuju. Pada saat kita melihat dari faktor sosial, rata-rata ada 61% yang menjawab setuju dan 31,5% yang menjawab sangat setuju. Dan dilihat dari faktor pribadi maka rata-rata ada 59,17% konsumen menjawab setuju dan 31,67% menjawab sangat setuju. Begitu pula jika dilihat dari faktor psikologis, rata-rata ada 55% konsumen menjawab setuju, dan 36,25% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen salon di kecamatan kamal berminat melakukan perawatan wajah dengan menggunakan facial electric. Dan juga menunjukkan bahwa masyarakat yakin dengan perawatan yang menggunakan peralatan modern dapat memberikan hasil maksimal dan dapat menunjang penampilannya. Sehingga perawatan

wajah menggunakan *facial electric* ini diminati oleh konsumen salon kecamatan kamal.

2. Hasil Wawancara

Salah satu metode pencarian data yang dilakukan adalah dengan metode wawancara. Yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk memperoleh data yang diinginkan. Pada penelitian saat ini dengan menggunakan obyek pemilik salon dan atau chapsternya, maka dapat diperoleh beberapa jawaban yaitu latar belakang pemilik salon dan chapster pernah mengikuti pelatihan atau bersekolah di dunia kecantikan sehingga pemilik salon dan chapsternya mengerti bagaimana prosedur dan penggunaan *facial electric*. Pertama kali pemilik salon bekerja sebagai chapster salon di salon kecantikan tetapi seiring dengan berjalannya waktu pemilik salon mempunyai chapster yang bisa melakukan semua perawatan yang di tawarkan di salon tersebut. Begitu juga dengan chapsternya sudah berpengalaman bekerja di salon-salon. Pemilik salon sangat antusias jika mengikuti seminar kecantikan untuk menambah informasi tentang dunia kecantikan seperti *facial* dengan menggunakan alat listrik sehingga pemilik salon tidak tertinggal dengan teknologi baru. Penggunaan *facial electric* sehingga pada pelaksanaannya tidak membutuhkan waktu yang lama. Kecuali ada yang baru menggunakannya sehingga dapat mengganggu kenyamanan seorang konsumen.

B. PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bulan April di Dimas salon dan *House Of Linda*. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab dari rumusan masalah penelitian. Pembahasannya adalah sebagai berikut :

1. Hasil Respon Konsumen

Melihat data tabel faktor budaya maka jika dilihat dari faktor budaya konsumen salon dikecamatan kamal ada 63,13% menjawab setuju dan 26,88% menjawab sangat setuju, sehingga dapat di katakan masyarakat kamal berminat dengan perawatan wajah menggunakan peralatan *facial electric*. Pada tabel faktor sosial dapat dilihat ada 61% konsumen salon menjawab setuju dan 31,5% konsumen menjawab sangat setuju. Sehingga jika dilihat dari faktor sosial bisa dikatakan rata-rata konsumen salon berminat menggunakan peralatan *facial electric*. Jika dilihat pada tabel faktor pribadi ada 59,17% konsumen menjawab setuju dan 31,67% menjawab sangat setuju, sehingga sama dnegan 2 faktor diatas dapat dikatakan konsumen salon berminat menggunakan peralatan *facial electric*. Begitu juga pada saat kita melihat dari faktor psikologis, ada 55% konsumen menjawab setuju, dan 36,25% menjawab

sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen salon di kecamatan kamal berminat menggunakan peralatan *facial electric* pada saat melakukan perawatan wajah.

2. Wawancara

Pada data diatas dijelaskan bahwa setiap pemilik salon dan chapster telah mengenal dan mengetahui peralatan *facial electric*. Sehingga tidak sulit untuk mengoperasikannya. Sehingga masyarakat kamal dapat mengetahui keunggulan dan kegunaan dari *facial electric*.

Dilihat dari keunggulan *facial electric* masyarakat lebih memilih melakukan perawatan dengan menggunakan *facial electric* karena hasil yang diperoleh lebih maksimal dan peresapan kosmetik lebih cepat dan dapat menghilangkan masalah kulit seperti kerutan pada daerah tertentu, timbulnya flek hitam jika usia semakin bertambah, dan timbul jerawat di sekitar wajah.

Bagian ini merupakan bagian utama artikel hasil penelitian dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu artikel. Hasil penelitian yang disajikan dalam bagian ini adalah hasil "bersih". Proses analisis data seperti perhitungan statistik dan proses pengujian hipotesis tidak perlu disajikan. Hanya hasil analisis dan hasil pengujian hipotesis saja yang perlu dilaporkan. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk memperjelas penyajian hasil

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil analisis perhitungan angket respon konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah:

a. Pada faktor budaya memberikan respon positif terhadap penggunaan peralatan *facial electric* dengan rata-rata yang menjawab setuju ada 63,13%. Dan yang menjawab sangat setuju ada 26,88%.

b. Faktor sosial memberikan respon yang sama terhadap penggunaan peralatan *facial electric* dengan rata-rata yang menjawab setuju ada 61%. Dan yang menjawab sangat setuju ada 31,5% konsumen salon.

c. Jika dilihat di faktor pribadi terhadap penggunaan peralatan *facial electric* dengan rata-rata yang menjawab setuju ada 59,17%. Dan yang menjawab sangat setuju ada 31,67% konsumen salon.

d. Pada faktor psikologis memberikan respon positif terhadap penggunaan peralatan *facial electric* dengan rata-rata yang menjawab setuju ada 55%. Dan yang menjawab sangat setuju ada 36,25% konsumen salon.

Dari keempat faktor tersebut dapat disimpulkan bahwa ada lebih dari 50% konsumen salon dikecamatan

kamal berminat menggunakan peralatan *facial electric* untuk melakukan perawatan wajah.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemilik dan chapster salon sudah bisa dan memahami penggunaan peralatan *facial electric*. Sehingga konsumen mengetahui kelebihan dari peralatan tersebut dan konsumen di kecamatan kamal banyak yang menggunakan peralatan *facial electric* pada saat melakukan perawatan wajah.

Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran antara lain :

1. Dengan sasaran penelitian masyarakat Kecamatan Kamal yang bekerja sebagai pegawai maka banyak yang melakukan perawatan *facial electric* pada hari libur saja. Pada Hari biasa ada juga yang melakukan perawatan *facial* pada sore atau malam hari.

Dengan harga yang cukup terjangkau sebaiknya pemilik salon dapat memberikan harga yang pas dengan di imbangi dengan fasilitas dan tempat yang nyaman agar para konsumen bisa lebih puas dengan pelayanan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Abror, Abrurrahmah. 1993. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Tiara Wacanayogya.

Anonim, 2013. (Online). (<http://www.psiologizone.com/faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen>)

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Pt Rineka Cipta

Bogor: P3gk.

C. Pearce, Evelyn. 2006. *Anatomi Dan Fisiologi Untuk Paramedis*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama

Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: Pt Raja Grafindo

Hadi, Sutrisno. 1981. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Heri, P. 1998. *Pengantar Perilaku Manusia*. Jakarta : Egc.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

Kustanti, Herni. 2008. *Prosedur Perawatan Wajah. Tata Kecantikan Kulit (Online) Jilid 2*, ([http://www/perawatanwajah/pdf](http://www/perawatanwajah.pdf), Diakses 3 Juni 2013)

Mulyati. 1998. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Nelly Hakim, Dkk. 2001. *Tata Kecantikan Kulit Tingkat Terampil*. Jakarta : Carinaindah Utama

Rachmi Primadiati. 2001. *Kecantikan, Kosmetika & Estetika*. Jakarta : Pt GramediaPustaka Utama.

Setijati, M.G. 2003. *Paket Pelatihan Perawatan Kulit Wajah Tidak Bermasalah*. Jakarta: Pt GramediaPustaka Utama.

Shaleh, Abdul Rahman & Wahab, Muhibb Abdul. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jak

arta: Kencana

Shaleh, Abdul Rahman. 2009. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana

Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia

Soeryanto, Dkk. 2001. *Merawat Kulit Wajah Berpigmentasi. Program Keahlian Tata Kecantikan Kulit (Online)*, ([http://www/merawatkulitwajahberpigmentasi/pdf](http://www/merawatkulitwajahberpigmentasi.pdf), Diakses 4 July 2013)

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