

BAB II

GAMBARAN UMUM NATASHA SKIN CARE

2.1 Sejarah Perkembangan Natasha *Skin Care*

Natasha *Skin Care* merupakan salah satu pusat perawatan kecantikan kulit yang ada di Indonesia. Natasha *Skin Care* didirikan oleh dr. Fredi Setyawan dan mulai beroperasi sejak tahun 1999 di Ponorogo, Jawa Timur. Banyak respon positif dari pelanggan serta semakin meningkatnya kebutuhan akan perawatan kulit yang sehat membuat Natasha *Skin Care* dapat berkembang dengan pesat sehingga jaringan klinik Natasha *Skin Care* pun semakin meluas ke seluruh kota-kota di Indonesia. Bahkan, Natasha *Skin Care* telah memiliki cabang di luar negeri yaitu Malaysia tepatnya di Jalan Bangsar, Kuala Lumpur.

Natasha selalu melakukan inovasi terhadap produk dan perawatannya dalam usaha membangun dan menguatkan sebuah *brand* demi menjadikannya sebagai pusat perawatan kecantikan terdepan dan *modern* sehingga terciptanya keunggulan tersendiri dibandingkan dengan klinik kecantikan lainnya. Inovasi yang dilakukannya yaitu menciptakan produk-produk terbaik yang disesuaikan dengan semboyannya yakni “Perawatan Personal Natasha” dan “*Nature Meets Technology*”, artinya produk yang mereka hasilkan berasal dari bahan-bahan dasar botanikal dan alami, serta diproduksi oleh pabrik Natasha yang telah mendapatkan sertifikasi CPKB (Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik) yang disahkan oleh Badan POM serta mendapatkan sertifikasi Halal dari Majelis Ulama Indonesia. Hal itu dilakukannya agar dapat menciptakan *image* atau kesan positif dimata masyarakat melalui usahanya dalam membangun ekuitas mereknya

sehingga kepercayaan dan minat konsumen terhadap merek *Natasha Skin Care* akan terus meningkat.

Natasha Skin Care juga menerapkan berbagai sistem untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumennya. Pertama, *Natasha* menerbitkan beberapa macam *member card* seperti *student card* bagi pelajar atau mahasiswa dan *executive card* bagi konsumen umum. Melalui *member card* ini, konsumen berkesempatan untuk mendapatkan *reward* seperti *souvenir* serta undian tur ke luar negeri. Kedua, *Natasha Skin Care* memberikan pelayanan “*delivery service*” yaitu pelayanan yang diberikan kepada konsumennya karena kesibukannya dengan cara menghubungi *customer service*. Terakhir, *Natasha* menerapkan sistem *member get member* untuk menambah jumlah konsumennya dengan cara *member* lama mengajak teman atau kerabatnya untuk bergabung menjadi *member* baru *Natasha* serta merancang program khusus dengan memberikan promo dan diskon untuk jenis perawatan tertentubagi konsumen pelajar atau mahasiswa.

Pemberian kualitas yang maksimal adalah hal penting yang harus dilakukan oleh *Natasha Skin Care*. Mereka memberikan kualitas yang baik melalui penyediaan sumber daya manusia atau tenaga ahli yang profesional dan handal, serta bekerjasama dengan sejumlah dokter ahli kecantikan. Komitmen itu ditunjukkan dengan upaya memberikan pelayanan nomor satu ditangan profesional yang handal, dan dokter ahli kecantikan yang dapat memberikan konsultasi mengenai perawatan yang sesuai dengan kondisi kulit dari pelanggan, serta memproduksi krim kecantikan yang hanya dijual di *Natasha Skin Care*. Hal itu *Natasha* lakukan untuk menghindari produk tiruan dan pemalsuan oleh pihak-

pihak yang tidak berkepentingan baik karena motif ekonomi maupun motif persaingan bisnis.

Natasha *Skin Care* memiliki segmentasi pasar atau sasaran konsumen yang dituju. Natasha membangun citra sebagai pusat perawatan kecantikan untuk kalangan wanita modern yang tinggal di perkotaan dengan tujuan untuk memberikan berbagai jenis pelayanan kecantikan dalam rangka menjawab gaya hidup kaum wanita di perkotaan yang selalu menuntutnya untuk lebih memperhatikan penampilan. Contohnya wanita karir atau wanita bekerja yang umumnya mementingkan penampilan di tempat kerja dan ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di perkotaan yang selalu memperhatikan penampilan fisik.

Gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen wanita Natasha *Skin Care* adalah gaya hidup yang mewah. Hal itu sesuai dengan hasil wawancara langsung yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 13 – 15 Desember 2019. Hasil wawancara tersebut menyebutkan bahwa konsumen wanita Natasha memiliki gaya hidup mewah. Mereka rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit hanya untuk memanjakan diri dengan aktivitas atau berbelanja yang sesuai dengan selera atau keinginan mereka masing-masing. Pada saat wawancara, mereka menceritakan mengenai aktivitas yang mereka lakukan di waktu luang atau akhir pekan seperti: berlibur ke luar kota dengan keluarga, mengunjungi *cafe* baru yang lagi *trend* dengan teman atau menonton film di bioskop, makan di restoran atau *mall*, nongkrong dan berkumpul bersama teman di *cafe*. Aktivitas tersebut biasanya diposting melalui akun media sosial milik mereka seperti *instagram*, *twitter*, dan lain-lain.

Selain itu, mereka juga memiliki minat yang tinggi untuk mengikuti *trend* yang sedang berkembang di lingkungannya agar dianggap sama dan menyatu dengan kelompok mereka. Contohnya mereka akan lebih memilih untuk menggunakan produk dengan merek *branded* dalam *trend mode fashion* dan barang *gadget* sehingga ada kesan mewah tersendiri yang ingin mereka perlihatkan kepada lingkungannya serta dapat meningkatkan *prestige* dan rasa percaya diri bagi dirinya.

2.2 Visi dan Misi

Visi dan misi mempunyai peranan penting dalam suatu organisasi. Visi dapat menentukan kearah mana tujuan dan target akan dicapai oleh organisasi dalam jangka waktu panjang atau jangka waktu pendek yang disesuaikan dengan posisi organisasi saat itu. Organisasi harus menyusun misi untuk mencapai tujuan dan targetnya tersebut sebagai suatu usaha yang dilakukannya dengan cara menggabungkan berbagai strategi, program kerja, dan kegiatan yang tepat.

2.2.1 Visi

Menjadi perusahaan yang terkemuka di Indonesia di bidang perawatan kecantikan wajah dengan kualitas yang utama dan pelayanan yang prima.

2.2.2 Misi

1. Membangun perusahaan terpercaya yang mampu melebihi harapan pelanggan.
2. Meningkatkan kompetensi melalui perbaikan *skill, knowledge, attitude* dengan melakukan pelatihan yang rutin.

3. Melakukan inovasi secara berkala baik dalam produk maupun teknologi kecantikan, *nature meet technology*.
4. Meningkatkan kerjasama antar divisi.
5. Menciptakan nilai tambah dengan integritas tinggi. Menjadi perusahaan yang terkemuka di Indonesia di bidang perawatan kecantikan wajah dengan kualitas yang utama dan pelayanan yang prima.

2.3 Logo Natasha Skin Care

Gambar 2.1 Logo Natasha Skin Care



Sumber: www.natasha-skin.com (2020)

Logo adalah sebuah gambar yang mudah diingat sebagai identitas di mata konsumen yang mewakili perusahaan atau organisasi dengan tujuan untuk membedakan produknya dengan produk yang sama dari pesaing yang lain. Logo yang dimiliki merek Natasha menggambarkan sebuah wajah berwarna emas yang memiliki arti ekspresi tenang dan bahagia. Logo ini melambangkan nilai inti dari Natasha yang senantiasa fokus ke setiap pelanggannya dengan menggabungkan teknologi terkini perawatan kulit, juga tenaga profesional yang ahli dalam bidang kecantikan.

2.4 Gambaran Umum Perawatan Natasha Skin Care

Perawatan yang ditawarkan oleh Natasha Skin Care, antara lain:

1. Paket *MTS Stretch Mark*
2. *Laser Peel*
3. *Diamond Peel*
4. *Tripollar Radio Frequency*
5. *Facial for Tightening*
6. *Light Activated Therapy Red*
7. *Radioderm Frequency*
8. *Laser Cofrax*
9. *Facial for Melasma*
10. *MTSP*
11. *Jet Peel*
12. *Facial for Rejuvenation*
13. *Natasha Botanical Facial*

Perawatan kulit wajah ini menggunakan bahan *botanical* dan alat teknologi *modern* yang berfungsi untuk relaksasi, meningkatkan peredaran kulit, membersihkan komedo yang menyumbat pori-pori, dan mengencangkan kulit.

14. *Air Dissector*
15. *Facial Anti Aging*

16. *Platelet Rich Plasma (PRP) for Face*

Perawatan *anti aging* yang dilakukan dengan cara menginjeksikan plasma darah yang banyak mengandung bahan-bahan *growth factor* untuk merangsang tumbuhnya jaringan kolagen kulit.

17. *CRYO Anti Aging*

18. *Nova Plus*

19. *Laser Fractional*

Perawatan ini menggunakan laser CO2 dengan teknologi *modern fractional* sehingga penyembuhan lukanya jauh lebih cepat dan sangat efektif untuk *resurfacing* (memperhalus tekstur kulit) yang dapat diatur kedalamannya sesuai dengan masalah dan tipe kulit, serta dapat mengatasi *scar* (bopeng) dan *rejuvenation* (peremajaan kulit).

20. *Botanical Peeling Acne 1*

21. *Laser Dual Yellow*

Perawatan ini menggunakan *laser CuBr* kombinasi panjang gelombang 578 nanometer dan 511 nanometer untuk mengatasi masalah kulit seperti: pigmentasi, bintik-bintik, tanda lahir berwarna coklat, *angioma*, *rosacea*, teleangiektasi, tanda lahir merah, *lentigines (age spot)*, dan keratosis seboroik.

22. *Facial Oxygen Botanical*

Perawatan kulit wajah yang menggunakan oksigen dan serum botanikal untuk memperbaiki metabolisme kulit, relaksasi, melancarkan aliran darah, dan mencerahkan kulit wajah.

23. *MESOPRP*24. *Botox*

Perawatan kulit wajah yang menggunakan injeksi botox untuk mengurangi *dynamic-wrinkle* (kerut yang timbul akibat kontraksi otot yang berlebihan pada wajah) dan mengurangi keringat yang berlebih pada ketiak serta dapat meniruskan pipi.

25. *Mesotherapy Modern Without Needle*

Perawatan yang menggunakan teknologi elektroporesis dan *ultrasound* dengan cara memasukkan serum *botanical* ke dalam kulit yang berfungsi untuk peremajaan, melembapkan, mencerahkan, dan mengurangi nota hitam di kulit.

26. *Light Activated Therapy Blue*27. *CRYO*28. *NPACNE*29. *HIFU*

Perawatan yang menggunakan teknologi *ultrasound* untuk mengarahkan gelombang suara melalui lapisan kulit yang lebih dalam dan berada pada struktur di bawah kulit. Perawatan ini memiliki fungsi untuk mengangkat dan mengencangkan kulit.

30. *Filler*

Perawatan yang dilakukan untuk memperbaiki penampilan garis senyum, kerutan yang dalam, kerutan halus bawah mata, volume pipi yang berkurang, memuncungkan hidung, dan menambah volume dagu.

31. *Proionic Radio Frequency*

Perawatan kulit dengan teknologi radiofrekuensi 448khz yang akan mengaktifkan mobilisasi ion-ion, meningkatkan aktifitas jaringan kulit, dan memperbaiki jaringan kulit untuk mengencangkan, mengurangi kerutan, mengurangi kantung di bawah mata, dan mengurangi *sagging* pada wajah.

32. *E-Pulse*

Jenis perawatan yang efektif untuk mengatasi permasalahan kulit berjerawat, mencerahkan, *hair removal* (kaki, ketiak, pubis, majah), dan peremajaan kulit.

33. *Ultherapy*

Perawatan pengencangan dan pengangkatan (*lifting*) otot wajah tanpa prosedur operasi dan tanpa *down time* untuk mengembalikan kondisi kulit secara bertahap dengan cara merangsang pertumbuhan kolagen, mengembalikan elastisitas kulit, dan jaringan dibawahnya.

34. *IPL*

Perawatan yang mengembangkan IPL dengan teknologi NOVA PLUS (*Non Fractional Homogenous Infrared Broadband System*) untuk memberikan efek *lifting* (mengencangkan kulit) yang optimal dengan hasil nyata yang langsung terlihat setelah terapi selama 20 menit.

2.5 Gambaran Umum Produk Natasha Skin Care

Produk yang ditawarkan oleh Natasha Skin Care, antara lain:

1. *Almond Brightening Day Serum*

Produk yang mengandung *almond oil*, *daisy flower extract* dan *beet root extract* untuk mencerahkan, dan melembapkan kulit wajah.

2. *Beet Root Lightening Extra Cream*

Produk yang mengandung ekstrak akar buah bit dan *daisy flower extract* yang membantu mencerahkan, dan menjaga kelembapan kulit wajah.

3. *Blackhead Mask*

4. *Brightening Anti Oxidant Cream*

Produk yang mengandung *extract botanical*, *anti oxidant* dan vitamin untuk mencerahkan kulit wajah, membantu melembapkan, dan menjaga kelembapan kulit wajah.

5. *Brightening Anti oxidant Serum*

6. *Brightening Complex Day Cream*

Produk yang mengandung ekstrak botanikal yang membantu mencerahkan kulit wajah, dan melembapkan kulit wajah.

7. *Brightening Day Cream Plus*

8. *Brightening Feminine Hygiene*

Produk yang mengandung *pH balance* dan *milk protein extract* untuk membersihkan area kewanitaan, membantu memberikan keharuman, dan rasa keset.

9. *Brightening Night Cream*

Produk yang mengandung ekstrak botanikal yang membantu mencerahkan, melembapkan, dan menjaga kelembapan kulit wajah.

10. *C Moist NF Cream*

Produk yang mengandung moisturiser botanikal yang dapat melembapkan dan menjaga kelembapan kulit wajah.

11. *Cc Cream*

Seperti layaknya *foundation* yang diperkaya dengan vitamin E dan peptida, produk ini dapat membantu menyamarkan noda hitam, bekas jerawat, kerutan, melembapkan, dan melindungi kulit wajah dari sinar matahari.

12. *Day Moisturizer Cream*

Produk yang mengandung ekstrak botanikal untuk membantu melembapkan dan menjaga kelembapan kulit wajah.

13. *Edelweiss Sunscreen UV Filter Cream*

Produk yang mengandung *UV filter inorganic (chemical free)* untuk membantu melindungi kulit wajah dari sinar matahari serta mengandung ekstrak edelweiss sebagai *radical protection factor (RPF)*.

14. *Eye Dark Circle Cream*

Produk yang mengandung ekstrak botanikal untuk membantu mengurangi lingkaran hitam sekitar mata, menyamarkan garis halus, dan kantung mata.

15. *Facial Cleanser Oxygen Bubble*

Produk 2 in 1 yang memiliki fungsi sebagai *milk cleanser* dan *facial wash*. Produk ini mengandung bahan *botanical moringa pterygosperma* sebagai *anti polutan* dengan teknologi *micro-bubble* yang unik, di mana kandungan oksigen di setiap *micro bubble* dapat membersihkan sampai dasar pori-pori kulit.

16. *Facial Wash Dry*

Produk yang mengandung *lactic acid* untuk membersihkan wajah, menjadikan kulit tampak lebih bersih segar terawat, dan menjaga kelembapan kulit wajah.

17. *Facial Wash Oily*

Produk yang digunakan untuk membersihkan wajah dan menjadikan kulit tampak lebih bersih segar terawat, serta membantu mengurangi minyak yang berlebih pada kulit wajah.

18. *Gentle Foam Facial Wash*

19. *Ginkgo Biloba Moisturizing*

Produk yang mengandung ekstrak *ginkgo biloba* dan ekstrak botanikal lain, serta diperkaya dengan pelembap botanikal untuk menghaluskan kulit dan menjaga kelembapan kulit wajah.

20. *Green Tea Renewal Day Cream*

Produk yang dapat membantu memperlambat tanda-tanda penuaan dini yang diperkaya dengan *moisturizer botanical*, *green tea extract* dan *argan*

oil untuk membantu melembapkan dan menjaga kelembapan pada kulit wajah.

21. *Hydrochem G-CO Masker*

Masker gel yang mengandung ekstrak botanikal untuk membantu mengencangkan dan menjaga kelembapan kulit wajah.

22. *Hydrochem G-HA Masker*

Masker gel untuk kulit wajah sensitif.

23. *Hydrochem G-PE Masker*

24. *L22 Lifting Oil Serum*

Produk yang mengandung *L22 oil*, ekstrak *oak root*, *spilanthes acmella*, dan *astragalus membranaceus* untuk melembapkan kulit, membantu meningkatkan elastisitas kulit, dan membantu meningkatkan *skin barrier* pada kulit.

25. *L22 Lightening Oil Serum*

Produk yang mengandung *L22 oil*, ekstrak *marshmallow*, dan *rice bran* untuk melembapkan kulit, membantu meningkatkan elastisitas kulit, dan membantu mencerahkan kulit.

26. *Lightening Night Cream 20 gram*

Produk yang mengandung ekstrak botanikal untuk mencerahkan, melembapkan, dan menjaga kelembapan kulit wajah.

27. *Magic CC Cream*

Produk dengan bentuk seperti *foundation* yang memiliki fungsi untuk membantu menyamarkan noda hitam, bekas jerawat, kerutan, melembapkan kulit wajah, dan membantu melindungi kulit wajah dari sinar matahari.

28. *Moist Duo Energizer*

Produk yang memberikan efek *anti aging* serta mengandung *whitening botanical* untuk memberikan *efek whitening* pada wajah.

29. *Moist Hyacoll Cream*

Produk yang mengandung *hyaluronic acid*, kolagen, dan ekstrak botanikal sebagai *moisturizer* untuk menjaga kelembapan kulit, elastisitas kulit, serta mengurangi keriput/penuaan pada kulit.

30. *Moist Skin Bright Cream*

Produk yang mengandung *extract botanical*, *antioxydant* dan vitamin untuk mencerahkan kulit wajah, melembapkan, dan menjaga kelembapan kulit wajah.

31. *Moisturizing Anti Aging Cream*

Produk yang mengandung *peptide* sebagai *anti aging* dan *extract botanical* untuk membantu melembapkan kulit wajah.

32. *Moisturizing Anti Wrinkle Cream*

Produk yang mengandung *peptida botanical* sebagai *anti aging* dan diperkaya dengan *extract botanical* lainnya untuk membantu melembapkan kulit wajah.

33. *Moisturizing Caviar Complex Day Serum*

Serum yang mengandung *extract caviar* sebagai *anti aging*. Produk ini diperkaya dengan ekstrak botanikal yang dapat membantu mencerahkan dan melembapkan kulit wajah.

34. *Moizturizing Lightening Serum 30 gram*

Produk yang mengandung ekstrak dan *moisturizer botanical* untuk membantu mencerahkan dan melembapkan kulit wajah.

35. *Moizturizing Skin Toner*

Produk yang mengandung *milk protein* untuk membersihkan dan melembapkan pada bagian wajah dan leher.

36. *Moisturizing Sunscreen Cream Gel*

37. *Nourishing C-Bright Serum*

Produk yang mengandung vitamin C sebagai anti oksidan dan membantu mencerahkan kulit wajah.

38. *Phytoplacenta White Cream*

Produk yang mengandung *glycyne soja (soybean)* dan *daisy flower extract* untuk membantu mencerahkan kulit dan menjaga elastisitas kulit wajah.

39. *Red Ginseng Repair Complex Serum*

Produk yang mengandung *red ginseng* sebagai *anti aging* dan ekstrak botanikal untuk membantu melembapkan kulit wajah.

40. *Renewal Diamond Caviar Serum*

Serum *anti aging* yang mengandung ekstrak *caviar* dari ikan siberian sturgeon yang terkenal kaya akan nutrisi, memberikan efek *anti aging*, dan *moisturizer*.

41. *Sebum Control Cream*

Produk yang mengandung *moisturizer botanical* dan *sebum control* untuk mengurangi sebum dan menjaga kelembapan kulit wajah.

42. *Skin Rejuvenation Complex*

Produk yang mengandung *peptida*, *arnica extract* sebagai *anti aging*, dan vitamin B5 untuk melembapkan kulit wajah.

43. *Smoothing Lacto Renewal Day SR*

Produk yang mengandung ekstrak botanikal untuk membantu menghaluskan kulit dan diperkaya dengan pelembap botanikal untuk menjaga kelembapan kulit wajah.

44. *Smoothing Moist Day Cream*

45. *Sunscreen Cream*

Water resistant cream yang mengandung *UV filter* yaitu UV B dengan SPF 50+ dan UV A dengan PA++++ untuk membantu melindungi kulit wajah dari sinar matahari.

46. *Tea Tree Moisturizing Cream*

Produk yang mengandung ekstrak botanikal dan *tea tree* sebagai *anti acne*. Produk ini diperkaya dengan *moituriser botanical* untuk menjaga kelembapan kulit wajah.

47. *UV Filter Moist Day Cream*

Produk yang mengandung *UV filter* untuk membantu melindungi kulit wajah dari sinar matahari dan menjaga kelembapan kulit wajah yang diperkaya dengan *shea butter* dan vitamin E.

2.6 Gambaran Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan berdasarkan umur, pekerjaan, tingkat pendidikan, frekuensi penggunaan perawatan kecantikan di *Natasha Skin Care* per 6 bulan terakhir, dan tingkat pengeluaran per bulan. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Responden merupakan konsumen wanita yang berusia minimal 17 tahun dan pernah menggunakan jasa perawatan kecantikan di *Natasha Skin Care* Semarang.

Pengisian kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara langsung saat peneliti bertemu dengan responden. Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, peneliti memperoleh gambaran kondisi responden berdasarkan umur, pekerjaan, tingkat pendidikan, frekuensi penggunaan perawatan kecantikan di *Natasha Skin Care* Semarang, dan tingkat pengeluaran per bulan adalah sebagai berikut:

2.6.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia dapat mengukur tingkat pemikiran seseorang mulai dari remaja sampai orang tua, maka hal ini dapat memungkinkan responden memiliki variasi dalam hal usia. Usia responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah responden yang minimal

sudah berusia 17 tahun. Berikut data mengenai jumlah responden dilihat dari usia responden:

Tabel 2.1 Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	17-20	7	7
2	≥21-30	51	51
3	≥31-40	23	23
4	≥41-50	10	10
5	≥51-60	9	9
	Jumlah	100	

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang memutuskan untuk menggunakan perawatan kecantikan di *Natasha Skin Care* Semarang paling banyak berada pada golongan umur $\geq 21-30$ tahun dengan persentase 51%. Hal ini sesuai dengan ZAP Beauty Index dalam survey yang dilakukan oleh Markplus.inc (2018), bahwa wanita dengan usia dewasa muda akan mengalami permasalahan pada kulit wajah akibat perubahan siklus hormonal seperti wajah yang berjerawat/komedo, adanya flek/bekas jerawat, kulit kusam, pori-pori besar, dan kadar minyak berlebih di wajah sehingga dibutuhkan *treatment/facial* untuk menangani masalah kulit tersebut.

2.6.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan adalah sebuah kegiatan aktif yang dilakukan oleh manusia untuk menghasilkan suatu imbalan baik berupa uang ataupun lainnya. Peneliti yang mengetahui jenis pekerjaan responden akan memperoleh gambaran mengenai kehidupan sosial dan ekonomi responden. Berikut data mengenai jumlah responden dilihat dari jenis pekerjaan responden:

Tabel 2.2 Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	28	28
2	TNI/POLRI/PNS	16	16
3	Karyawan BUMN	2	2
4	Karyawan Swasta	30	30
5	Profesional	2	2
6	Ibu Rumah Tangga	10	10
7	Lainnya	12	12
	Jumlah	100	

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan perawatan kecantikan di *Natasha Skin Care Semarang* utamanya memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta yaitu sebanyak 30 responden dengan persentase 30%. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Supervisor *Natasha Skin Care* cabang Semarang, Farida Adi Lestari, bahwa kebanyakan konsumennya adalah wanita karir di mana pekerjaan mereka menuntut untuk selalu tampil cantik dan percaya diri dengan kulit yang bersih dan sehat melalui penggunaan perawatan kecantikan atau produk dari *Natasha Skin Care Semarang*.

2.6.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan yang telah dijalani seseorang tentulah tidak akan sama antar individu sehingga bisa berpengaruh pada pola pikir, gaya hidup dan status sosial yang akan berbeda. Tingginya tingkat pendidikan seseorang akan menghasilkan pendapatan yang diterimanya juga tinggi. Hal ini dapat mengakibatkan perubahan gaya hidup dan status sosial dari mereka yang pada akhirnya berpengaruh pada pola konsumsi dalam memenuhi kebutuhannya. Berikut data mengenai jumlah responden dilihat dari tingkat pendidikan responden:

Tabel 2.3 Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA	29	29
2	Diploma/Sarjana	67	67
3	S2/S3	4	4
4	Lainnya	0	0
	Jumlah	100	

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang menggunakan perawatan kecantikan di *Natasha Skin Care Semarang* memiliki tingkat pendidikan diploma/sarjana yaitu sebanyak 67 responden dengan persentase 67%, sementara hanya terdapat 4 responden dengan persentase 4% yang berpendidikan S2/S3. Hal ini dikarenakan tingkat pendidikan yang tinggi akan berpengaruh pada pola pikir, gaya hidup dan bahkan status sosial seseorang di lingkungannya (Ramdani, 2017), termasuk bagaimana tingkat kesadaran mereka untuk merawat dan menjaga kesehatan kulit wajah melalui perawatan (*facial*) di klinik kecantikan.

2.6.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa Perawatan di *Natasha Skin Care Semarang* per 6 bulan

Data mengenai frekuensi penggunaan perawatan kecantikan ini digunakan untuk mengetahui seberapa sering konsumen melakukan perawatan kecantikan di *Natasha Skin Care Semarang*. Berikut data mengenai frekuensi penggunaan jasa perawatan responden:

Tabel 2.4 Frekuensi Penggunaan Jasa Perawatan di Natasha Skin Care Semarang per 6 bulan terakhir

No.	Frekuensi	Jumlah	Persentase (%)
1	1 kali	21	21
2	2 kali	19	19
3	3 kali	25	25
4	4 kali	18	18
5	>4 kali	17	17
	Jumlah	100	

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2.4 dapat diketahui bahwa frekuensi terbanyak untuk penggunaan perawatan kecantikan di Natasha *Skin Care* Semarang yaitu 3 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir dengan jumlah sebanyak 25 responden (25%). Hal ini dikarenakan waktu ideal seseorang dapat melakukan perawatan kulit wajah (*facial*) yaitu 2-3 bulan sekali untuk mempertahankan kondisi kulit agar tetap sehat dan bebas komedo serta meregenerasi sel-sel epidermis dalam siklus pergantian sel kulit wajah (Kristia, 2019).

2.6.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan

Pengeluaran adalah biaya yang dikeluarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Pengeluaran per bulan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengeluaran rata-rata per bulan yang dikeluarkan oleh responden. Berikut data mengenai pengeluaran per bulan responden:

Tabel 2.5 Pengeluaran per bulan Responden

No.	Pengeluaran	Jumlah	Persentase (%)
1	≤Rp2.500.000	37	37
2	>Rp2.500.000-Rp5.000.000	43	43
3	>Rp5.000.000-Rp7.500.000	14	14
4	>Rp7.500.000-Rp10.000.000	4	4
5	>Rp10.000.000	2	2
	Jumlah	100	

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2.5 dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan perawatan kecantikan di Natasha *Skin Care* Semarang adalah responden yang memiliki pengeluaran per bulan antara >Rp2.500.000-Rp5.000.000 dengan jumlah sebanyak 43 responden (43%). Hal ini mengindikasikan bahwa dengan pengeluaran per bulan antara >Rp2.500.000-Rp5.000.000 adalah responden yang memiliki motivasi untuk melakukan pembelian akibat dorongan kebutuhan yang muncul karena gaya hidup termasuk kebutuhan akan kesehatan kulit yang bersih dan sehat dengan penggunaan perawatan kecantikan sehingga bisa meningkatkan *prestige, image* dan *super quality* dari merek yang digunakannya (Widjaja, 2008)