

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM NAAVAGREEN NATURAL SKIN CARE BANYUMANIK SEMARANG**

#### **2.1. Gambaran Umum Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang**

Naavagreen bergerak di industri produk kosmetik dan perawatan kulit. Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang sendiri didirikan pada 25 Mei 2019, secara eksklusif menggunakan bahan-bahan natural dan alami pada seluruh prosedur perawatan serta produknya. Dibawah arahan dokter, Naavagreen Natural Skin Care menyediakan pusat perawatan kulit dan kecantikan. Naavagreen terdiri Naava dengan makna cantik dan *green* dengan makna hijau. Secara keseluruhan, arti kata Naavagreen memiliki arti cantik alami.

Sebagai bukti kepercayaan konsumen yang besar terhadap Naavagreen, hingga kini cabang klinik ini memiliki cabang di berbagai kota, seperti Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Solo, Semarang, serta masih banyak lagi. Di Semarang sendiri, terdapat 2 cabang diantaranya Naavagreen Natural Skin Care Kaligarang Semarang yang terletak di Jalan Kaligarang No, 7, Barusari, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang serta cabang Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang yang terletak di Jalan Tirta Agung No 17 B-C, Pedalangan, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang.

Produk-produk yang disediakan oleh Naavagreen kepada konsumen diproduksi pada PT. Dion Farma Abadi dimana memiliki kepemilikan sendiri serta telah memiliki sertifikasi CPKB (Cara Pengolahan Kosmetik yang Baik), BPOM, dan sertifikasi halal dari MUI. Karyawan dan staf secara profesional telah

menerima pelatihan dari instruktur yang berpengalaman di Naavagreen Skin College, dimana menunjukkan kemampuan mereka dalam menawarkan layanan konsumen terbaik.

Sejarah berdirinya Naavagreen dilatarbelakangi oleh tradisi masyarakat sejak dahulu kala yang sudah melakukan perawatan kesehatan serta kecantikan kulit. Bahkan masyarakat telah mengenal perawatan serta pemakaian kosmetik untuk kesehatan dan kecantikan pada sekitar abad 19. Kemudian dengan teknologi yang semakin canggih seperti sekarang, produk-produk perawatan dan kecantikan semakin beraneka ragam dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan manusia tanpa memandang *gender*, mulai dari produk perawatan dari rambut, wajah, serta seluruh tubuh.

Apalagi dengan iklim tropis di Indonesia dapat menyebabkan permasalahan-permasalahan kulit seperti kering, berminyak, dan hiperpigmentasi. Masyarakat akan semakin menyadari untuk lebih peduli dalam merawat kulit wajah dan tubuh. Hal tersebut yang membedakan Naavagreen Natural Skin Care sebagai fasilitas perawatan dan kecantikan kulit dengan bahan alami, produk berkualitas, karyawan yang ramah, harga yang terjangkau, dan layanan medis yang berkualitas.

## **2.2. Visi**

Visi merupakan serangkaian kalimat yang mengekspresikan tujuan atau harapan jangka panjang suatu organisasi atau perusahaan (Wibisono 2006). Visi dapat memberikan tujuan atau arah yang jelas bagi suatu perusahaan untuk mengambil tindakan, keputusan, maupun kebijakan untuk mencapai visi. Pada Naavagreen Natural Skin Care sendiri memiliki visi “Menjadi Pusat Pelayanan

Perawatan Kecantikan Kulit dan Wajah secara alami/natural, berkualitas dan murah, yang Prima dan terpercaya bagi semua.” (naavagreen.com).

Visi tersebut menguraikan cita-cita dan tujuan Naavagreen Natural Skin Care untuk sebagai pusat layanan perawatan kulit natural serta kecantikan alami, dimana tetap mengupayakan kualitas yang baik, harga yang terjangkau, serta unggul dan dapat menjadi tempat yang dipercaya konsumen dalam menangani permasalahan kulit dan wajah yang dimiliki.

### **2.3. Misi**

Wibisono (2006) menyatakan bahwa misi perusahaan merupakan maksud dan tujuan jangka pendek, dapat berkisar antara 1 sampai 3 tahun. Misi dapat menggambarkan fokus utama, nilai-nilai, serta prinsip-prinsip yang menjadi pedoman dari keberlangsungan usaha atau bisnis suatu perusahaan. Dari informasi dari *website* naavagreen.com, Naavagreen Natural Skin Care memiliki misi yang diantaranya sebagai berikut:

1. Mengembangkan keterampilan dan profesionalisme karyawan.
2. Memberikan pelayanan perawatan yang alami / natural, berkualitas, murah dan terpercaya bagi semua pelanggan

### **2.4. Logo Naavagreen Natural Skin Care**

Logo dapat menjadi sebuah gambar atau simbol yang mendefinisikan perusahaan atau organisasi tanpa kehadiran nama perusahaan atau organisasi, logo menjadi cara khusus untuk menuliskan identitas perusahaan (Rustan 2013). Logo Naavagreen Natural Skin Care terdiri dari gambar daun berwarna hijau, kemudian nama “naavagreen natural skin care” terletak dibawahnya dengan warna hitam.

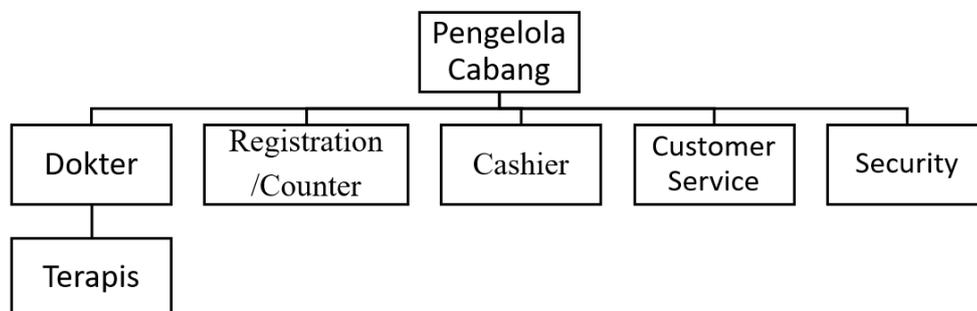


**Gambar 2. 1 Logo Naavagreen Natural Skin Care**

*Sumber: naavagreen.com, 2024*

## **2.5. Struktur Organisasi Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang**

Struktur organisasi merupakan gambaran yang mewakili dan menunjukkan jenis organisasi, jabatan departemen dalam organisasi, wewenang resmi, bidang dan hubungan kerja, rentang kendali, garis komando, serta sistem kepemimpinan organisasi (Hasibuan 2010). Struktur organisasi menjadi faktor penting yang wajib dimiliki oleh setiap pelaku usaha dan bisnis agar setiap karyawan memiliki tanggung jawab, tugas, wewenang, serta jabatan yang tertulis dengan jelas. Berikut merupakan struktur organisasi Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang.



**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang**

*Sumber: Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang, 2024*

### 2.5.1. Deskripsi Pekerjaan

1. Pengelola Cabang

Bertugas melakukan pengawasan pada saat transaksi serta menangani komplain dari konsumen.

2. Dokter

Bertugas untuk melayani konsumen perlu melakukan konsultasi, melakukan kunjungan dengan mendatangi area atau ruang perawatan, serta membantu menangani permasalahan kulit yang dimiliki konsumen dengan menginformasikan bimbingan dan saran yang tepat.

3. *Customer Service*

Bertugas untuk melayani konsumen untuk menyampaikan informasi yang mereka butuhkan mengenai produk yang dibutuhkan serta bertanggungjawab untuk menjawab pertanyaan konsumen yang bertanya melalui *online chat*.

4. *Registration/Counter*

Bertugas untuk melayani konsumen yang akan memutuskan pembelian produk.

5. *Cashier*

Bertugas melayani semua pembayaran dari konsumen serta bertanggungjawab atas penerimaan dan pengeluaran perusahaan.

6. Terapis

Bertugas untuk melayani, merawat, dan melakukan *treatment* pada konsumen.

## 7. Security

Bertugas membantu konsumen yang akan masuk dan keluar dari klinik dengan membuka dan menutup pintu gerai Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang, menjaga kebersihan ruangan, dan menertibkan motor konsumen di parkirannya yang masih berantakan.

### 2.6. Bidang Usaha

Naavagreen Natural Skin Care bergerak pada bidang perawatan kulit dan produk kosmetik yang menyediakan jasa *treatment* serta macam-macam produk dan layanan dari ujung rambut sampai seluruh tubuh.

### 2.7. Gambaran Umum Produk Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang

Berikut merupakan perawatan dan produk dari Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang:

#### 2.7.1. Layanan Perawatan

**Tabel 2. 1 Layanan Perawatan**

No.	Nama Perawatan	Harga
1.	<i>Facial</i>	Mulai dari Rp. 50.000
2.	<i>Facial Oxi</i>	Mulai dari Rp. 65.000
3.	<i>Peeling</i>	Mulai dari Rp. 85.000
4.	<i>Micropeeling</i>	Mulai dari Rp. 110.000
5.	<i>IPL</i>	Mulai dari Rp. 200.000
6.	<i>Bio Light Th (Red/Blue)</i>	Mulai dari Rp. 85.000
7.	<i>Skin Tightening</i>	Mulai dari Rp. 140.000
8.	<i>PRP</i>	Mulai dari Rp. 495.000
9.	<i>Laser CO2</i>	Mulai dari Rp. 165.000
10.	<i>Injeksi Vit C</i>	Mulai dari Rp. 175.000
11.	Tanam Benang	Mulai dari Rp. 50.000

Sumber: Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang, 2024

### 2.7.2. Produk Perawatan Wajah

**Tabel 2. 2 Produk Perawatan Wajah**

No	Nama Produk	Keterangan	Harga
1.	<i>Facial Wash</i>	Produk pembersih wajah yang mengandung asam amino <i>surfactant</i> , <i>moringa oleifera seed extract</i> sebagai anti polutan, dan komponen alami yang membuat kulit terasa terhidrasi dan tampak lebih bersih, halus, dan lembut.	Rp. 47.500
2.	<i>Facial Cleanser</i>	Berfungsi menghilangkan kotoran dan riasan pada wajah, sehingga kulit terasa lembab serta tampak lebih bersih dan segar.	Rp. 90.000
3.	<i>Skin Toner</i>	Mengandung <i>moringa oleifera seed extract</i> sebagai anti polutan, dan bahan natural lainnya.	Rp. 40.000
4.	<i>Moist Brightening Night Cream</i>	Mengandung bahan natural dari tumbuh-tumbuhan yang dapat mencerahkan dan melembabkan kulit wajah.	Rp. 70.000
5.	<i>Anti Aging Cream</i>	Digunakan sebagai anti <i>aging</i> dan mengandung <i>extract notanical</i> yang dapat membantu kulit wajah terasa lembab dan lebih cerah.	Rp. 42.500
6.	<i>Moist Collagen Cream</i>	Mengandung <i>hyaluronic acid</i> , <i>collagen</i> , dan <i>extract botanical</i> yang membantu menjaga kulit tetap kenyal dan lembab.	Rp. 42.500
7.	<i>Vit A White</i>	Mengandung vitamin dan <i>extract botanical</i> untuk membantu menghidrasi, mencerahkan, serta menutrisi kulit wajah	Rp. 60.000
8.	<i>Cream Bright 2</i>	Mengandung natural berupa <i>extract botanical</i> yang mempunyai kemampuan untuk mencerahkan, menghidrasi, dan menutupi flek hitam pada kulit wajah.	Rp. 55.000
9.	<i>Cream Bright 3</i>	Mengandung bahan natural berupa <i>extraxt botanical</i> yang diperkaya vitamin C berupa ekstrak tumbuhan yang mencerahkan, menghidrasi, dan membantu menutupi flek hitam pada kulit wajah.	Rp. 55.000

No	Nama Produk	Keterangan	Harga
10.	<i>Cream Bright 4</i>	Mengandung <i>extract botanical</i> yang dapat melembabkan kulit dan juga bahan yang dapat membantu mencerahkan noda-noda hitam pada kulit wajah	Rp. 55.000
11.	<i>Sal Bright Cream</i>	Mengandung <i>extract botanical</i> untuk mencerahkan dan melembabkan wajah	Rp. 65.000
12.	<i>Lightening Day Cream</i>	Mengandung <i>extract botanical</i> untuk mencerahkan dan melembabkan wajah	Rp. 70.000
13.	<i>Witch Hazel Balancer</i>	Mengandung <i>witch hazel extract</i> dan bahan aktif lainnya yang dapat menutrisi, menjaga, dan melembabkan kulit sehingga kulit tampak sehat terawat	Rp. 55.000
14.	<i>Brightening Day Serum</i>	Mengandung bahan natural berupa <i>daisy flower extract</i> yang dapat membantu kulit menjadi lebih bercahaya, serta <i>extract natural</i> lainnya yang dapat menyebabkan kerutan.	Rp. 60.000
15.	<i>Retinol Glow Serum</i>	Berfungsi untuk mengurangi pigmentasi kulit, mencerahkan, anti <i>aging</i> , peremajaan kulit, dan menjaga kelembaban kulit	Rp. 70.000
16.	<i>AHA Glow Serum</i>	Mengandung AHA, bahan natural, dan bahan aktif lainnya yang dapat mencerahkan, menutrisi, dan melembabkan kulit wajah	Rp. 80.000
17.	<i>Sunscreen</i>	Melembabkan kulit kering dan melindungi dari sinar UVA UVB	Rp. 53.500
18.	<i>Acne Sunscreen</i>	Melindungi kulit berjerawat dari sinar UVA UVB	Rp. 53.500
19.	<i>Physical Sunscreen</i>	Melembabkan kulit kering dan melindungi dari sinar UVA UVB	Rp. 47.500
20.	<i>Glowing Bright Essence</i>	Mengandung <i>extract botanical</i> yang dapat mencerahkan, menutrisi, dan merawat kelembaban kulit, sehingga wajah tampak lebih sehat dan glowing	Rp. 70.000
21.	<i>Cysteaglow Serum</i>	Berfungsi untuk mengurangi hiperpigmentasi, meningkatkan elastisitas kulit dan mencerahkan wajah	Rp. 112.500
22.	<i>Green Coffee Glow Serum</i>	Berfungsi untuk mencerahkan, mengenyalkan dan melembabkan kulit	Rp. 95.000
23.	<i>Skin Biome</i>	Berfungsi untuk melembabkan kulit, menutrisi kulit, dan memperbaiki <i>skin barrier</i>	Rp. 95.000

No	Nama Produk	Keterangan	Harga
24.	<i>Retinal Radiance Serum</i>	Berfungsi untuk mencerahkan kulit, sebagai anti <i>aging</i> , dan meremajakan kulit	Rp. 95.000
25.	<i>Vici Glow Serum</i>	Berfungsi untuk mencerahkan dan melembabkan, meremajakan kulit dan antioksidant, serta meningkatkan kolagen	Rp. 101.500
26.	<i>Bakuchinol Glow White Serum</i>	Berfungsi untuk mencerahkan dan melembabkan, meremajakan kulit dan antioksidant, serta meningkatkan kolagen	Rp. 90.000
27.	<i>Vici Serum</i>	Membuat kulit wajah menjadi lebih ternutrisi, cerah, dan lembab	Rp. 101.500
28.	<i>Azeloacne</i>	Berfungsi untuk anti bakteri, mencegah timbulnya jerawat dan melindungi kulit dari inflamasi	Rp. 77.000
29.	<i>Moist Renewal Serum</i>	Mengandung bahan natural yang berfungsi sebagai <i>moisturizer</i> dan mengandung <i>peptide</i> yang membantu menyamarkan kerutan pada wajah kulit	Rp. 60.000
30.	<i>Ubiquinone Bright Essence</i>	Berfungsi untuk mencerahkan kulit, sebagai anti <i>aging</i> , <i>skin barrier</i>	Rp. 95.000
31.	<i>Sebum Balance Cream</i>	Berfungsi untuk mengurangi produksi sebum dan menghilangkan sel kulit mati	Rp. 60.000
32.	<i>Moist Green Tea Gel</i>	Berfungsi untuk melembabkan kulit wajah	Rp. 53.500
33.	<i>Moist Sakura Gel</i>	Berfungsi untuk melembabkan dan anti oksidan	Rp. 53.500
34.	<i>Micellar Water</i>	Berfungsi untuk membersihkan dan menghapus riasan dengan sekali usap	Rp. 40.000
35.	<i>Milk Cleanser</i>	Berfungsi untuk menghilangkan kotoran penyumbat pori pada kulit sehingga kulit tampak lebih bersih dan sehat.	Rp. 40.000
36.	<i>Cherry Lip Care</i>	Berfungsi untuk melembabkan dan mencerahkan bibir	Rp. 48.000
37.	<i>Eye Cream</i>	Berfungsi untuk menyamarkan lingkaran hitam dan mengurangi garis halus pada area mata	Rp. 35.000

Sumber: Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang, 2024

### 2.7.3. Produk Perawatan Tubuh

**Tabel 2. 3 Produk Perawatan Tubuh**

No	Nama Produk	Keterangan	Harga
1.	<i>Secret Lightening Cream</i>	Berfungsi untuk mencerahkan area ketiak dan area lipatan	Rp. 65.000
2.	<i>Lulur Body Brightening Scrub Mutiara with Pearl Extract</i>	Berfungsi untuk mengangkat sel-sel kulit mati serta menghaluskan dan mencerahkan kulit	Rp. 30.000
3.	<i>Lulur Body Brightening Scrub with Olive Oil</i>	Berfungsi untuk menghilangkan sel-sel kulit mati, menghaluskan dan melembabkan kulit	Rp. 30.000
4.	<i>Night White Neck</i>	Berfungsi untuk mencerahkan dan melembabkan kulit leher	Rp. 60.000
5.	<i>Day Bright Neck</i>	Bergungsi untuk mencerahkan kulit leher dan menjaga kelembaban dari sinar UV	Rp. 40.000
6.	<i>Stretchmarks Care Cream</i>	Berfungsi untuk mengurangi <i>stretchmark</i> dan mengencangkan kulit	Rp. 85.000
7.	<i>Day Body Lotion</i>	Membuat kulit menjadi tampak lembab dan lebih bersinar	Rp. 65.000
8.	<i>Night Body Lotion</i>	Berfungsi untuk mencerahkan, menutrisi, dan melembabkan kulit	Rp. 75.000
9.	<i>Body Lotion Moist Jojoba</i>	Membuat kulit badan, tangan, dan kaki cerah dan kelembabannya terjaga	Rp. 54.000
10.	<i>Soy Bean Firming Cream</i>	Berfungsi untuk mengencangkan area payudara	Rp. 95.000

Sumber: Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang, 2024

### 2.7.4. Produk Perawatan Rambut

**Tabel 2. 4 Produk Perawatan Rambut**

No	Nama Produk	Keterangan	Harga
1.	<i>Anti Dandruff Nourishing Shampoo</i>	Berfungsi untuk menutrisi rambut dan mengurangi ketombe	Rp. 50.000
2.	<i>Anti Hairloss Shampoo</i>	Berfungsi untuk menguatkan rambut dan mengurangi rambut rontok	Rp. 50.000
3.	<i>Anti Dandruff Serum</i>	Berfungsi untuk menutrisi kulit kepala dan merawat rambut berketombe	Rp. 53.500
4.	<i>Hair Growth Serum</i>	Berfungsi untuk menutrisi akar rambut, menambah volume rambut, serta membuat rambut lebih sehat dan berkilau	Rp. 65.000

Sumber: Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang, 2024

### 2.7.5. Produk Kosmetik

**Tabel 2. 5 Produk Kosmetik**

No	Nama Produk	Keterangan	Harga
1.	<i>Perfect Cover BB Cushion with SPF 50* PA+++</i>	Berfungsi untuk membuat wajah <i>glowing</i> dan menutupi noda hitam pada wajah	Rp. 80.000
2.	<i>UV Two Way Cake</i>	Berfungsi untuk menutupi noda hitam pada wajah dan memberikan kesan cerah pada wajah	Rp. 43.000
3.	<i>Moist VV Cream</i>	Berfungsi untuk menyamarkan noda di wajah	Rp. 60.000
4.	<i>Silky Loose Powder</i>	Berfungsi untuk mencerahkan dan menyamarkan noda hitam pada wajah	Rp. 43.000
5.	<i>Lipstick</i>	Memiliki tekstur ringan dan lembut untuk mempercantik warna bibir	Rp. 58.000
6.	<i>Volume Refine Mascara</i>	Berfungsi untuk mempercantik tampilan bulu mata menjadi tampak lebih tebal, panjang, dan mengembang	Rp. 150.000
7.	<i>Cologne</i>	Berfungsi untuk memberikan aroma wangi pada badan	Rp. 38.000

Sumber: Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang, 2024

### 2.8. Gambaran Umum Responden

Kriteria yang dibutuhkan dalam pencarian responden yaitu konsumen yang pernah mengunjungi, membeli, menggunakan, serta mengambil keputusan pembelian produk di Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang Semarang minimal 2 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir, berusia minimal 17 tahun, dan bersedia menjadi responden.

Responden mengisi kuesioner secara langsung ketika bertemu dengan peneliti pada lokasi objek penelitian. Peneliti mendapatkan gambaran responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan per bulan, serta frekuensi keputusan pembelian produk dalam 3 bulan terakhir berdasarkan data responden pada kuesioner yang diantaranya yaitu:

### 2.8.1. Responden Berdasarkan Usia

Usia bisa dijadikan sebagai tolak ukur pendapat dan pemikiran individu mulai dari remaja hingga dewasa, sehingga berpotensi terjadinya variasi usia responden. Penelitian ini melibatkan responden dengan usia minimal 17 tahun. Tabel berikut menyajikan data responden yang dikelompokkan berdasarkan usia.

**Tabel 2. 6 Usia Responden**

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	≤ 20 tahun	20	21
2.	> 20 – 30 tahun	63	65
3.	> 30 – 40 tahun	6	6
4.	> 40 tahun	8	8
	Jumlah	97	

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden terletak pada kelompok usia 21-30 tahun yang berjumlah 63 responden atau senilai 65%. Pada posisi kedua terdapat kelompok usia ≤ 20 tahun sejumlah 20 responden atau senilai 21%. Hal ini dapat diartikan bahwa kebanyakan konsumen produk Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang Semarang adalah anak muda dibawah usia 30 tahun.

### 2.8.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dipakai untuk memahami karakteristik responden yang terbagi atas laki-laki dan perempuan. Tabel berikut menunjukkan responden dikategorikan berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 2. 7 Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	13	13
2.	Perempuan	84	87
	Jumlah	97	

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Dari tabel diatas, didapati pmayoritas responden memiliki jenis kelamin perempuan yang berjumlah 84 responden dengan persentase 87%. Adapun untuk jenis kelamin laki-laki memiliki jumlah sebesar 13 responden dengan persentase 13%. Informarsi mengenai klasifikasi jenis kelamin dapat dipakai untuk mengevaluaso jenis aktivitas serta minat yang dimiliki seseorang.

### 2.8.3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Setiap orang tentunya tidak akan sama dalam menempuh pendidikan, dimana hal tersebut dapat mempengaruhi pola pikir, status sosial, dan gaya hidup yang berbeda. Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap penghasilan yang diperoleh sehingga akan berdampak pada perubahan gaya hidup, status sosial, serta pola konsumsi dalam memenuhi kebutuhan mereka. Tabel berikut menyajikan data responden yang dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir:

**Tabel 2. 8 Pendidikan Terakhir Responden**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD	1	1
2.	SMP	5	5
3.	SMA	54	56
4.	Diploma/Sarjana	34	35
5.	Pasca Sarjana	3	3
	Jumlah	97	

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Dari tabel diatas, didapati mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA dengan jumlah 54 responden atau senilai 56%. Sementara tingkat pendidikan terakhir diploma/sarjana berjumlah 34 responden dengan persentase 35%.

#### 2.8.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan aktivitas yang dilaksanakan oleh seseorang untuk mendapatkan bayaran atau keuntungan dengan imbalan baik uang tunai ataupun barang lainnya. Jenis pekerjaan responden dapat digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan gambaran tentang kehidupan sosial serta ekonomi responden. Tabel berikut menyajikan data responden yang dikelompokkan berdasarkan pekerjaan:

**Tabel 2. 9 Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	52	54
2.	Pegawai Negeri Sipil	2	2
3.	Ibu Rumah Tangga	8	8
4.	Belum Bekerja	1	1
5.	Karyawan Swasta	30	31
6.	Lainnya	4	4
	Jumlah	97	

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Berdasarkan tabel, didapati mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah 52 responden dan persentase sebesar 54%. Adapun untuk pekerjaan “Lainnya” berjumlah 4 orang dengan persentase 4% dimana 3 konsumen memiliki pekerjaan sebagai pedagang serta 1 orang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta.

#### 2.8.5. Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan

Penghasilan per bulan merupakan upah atau imbalan yang diperoleh oleh seseorang atas usaha atau pekerjaan yang telah dilakukan. Penghasilan per bulan pada penelitian menjelaskan penghasilan rata-rata per bulan yang diperoleh responden. Tabel berikut menunjukkan responden dikategorikan berdasarkan penghasilan per bulan:

**Tabel 2. 10 Penghasilan per Bulan Responden**

No	Penghasilan Per Bulan	Jumlah	Persentase (%)
1.	≤ Rp. 1.000.000	39	40
2.	> Rp. 1.000.000 s/d Rp. 3.000.000	30	31
3.	> Rp. 3.000.000 s/d Rp. 5.000.000	17	18
4.	> Rp. 5.000.000	11	11
	Jumlah	97	

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Berdasarkan tabel diatas, didapati responden memiliki tingkat penghasilan per bulan yang berbeda-beda. Sebesar 40% atau sejumlah 39 responden berpenghasilan per bulan sebesar ≤ Rp. 1.000.000. Kemudian sebesar 31% atau sejumlah 30 responden memiliki penghasilan > Rp. 1.000.000 s/d Rp. 3.000.000 per bulan. Dimana dapat disimpulkan responden secara garis besar memiliki tingkat ekonomi menengah kebawah, dimana akan sangat berpengaruh terhadap gaya hidup konsumen serta bagaimana persepsi mereka terhadap suatu produk.

#### **2.8.6. Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Dalam Kurun Waktu 3 Bulan Terakhir**

Peneliti menggunakan frekuensi pembelian produk untuk melihat tingkat konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk. Tabel berikut menyajikan data responden yang dikelompokkan berdasarkan frekuensi Keputusan Pembelian Produk dalam 3 Bulan terakhir:

**Tabel 2. 11 Frekuensi Pembelian Produk Dalam Kurun Waktu 3 Bulan Terakhir**

No	Frekuensi	Jumlah	Persentase (%)
1.	2 kali	56	58
2.	3 kali	21	22
3.	4 kali	6	6
4.	≥ 5 kali	14	14
	Jumlah	97	

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden melakukan keputusan pembelian produk sebanyak 2 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir sejumlah 56 responden dan persentase sebesar 58%. Sementara responden yang melakukan keputusan pembelian produk sebanyak 3 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir berjumlah 21 responden atau senilai 22 %.