

BAB II

GAMBARAN UMUM SCARLETT WHITENING DAN PROFIL RESPONDEN

2.1 Profil Scarlett Whitening

Nama Perusahaan : Scarlett/ PT. Opto Lumbung Sejahtera
Tahun Berdiri : 2017
Pendiri : Felicya Angelista
Alamat : Jl. Kapuk Cengkareng Komplek City Resort Residances
Blok A No. 96 (Hawaian)

Scarlett adalah produk Indonesia yang berdiri sejak tahun 2017. Karena produk Scarlett telah terdaftar oleh BPOM RI, maka dapat digunakan sehari-hari untuk kulit tubuh dan wajah. Scarlett by Felicya Angelista mencerahkan warna kulit berkat kandungan *glutathione* dan vitamin E, keduanya sangat baik dalam mencerahkan kulit Scarlett juga telah terakreditasi BPOM, artinya semua produk Scarlett telah diuji secara klinis untuk memastikan tidak membahayakan kulit konsumen. Scarlett juga telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat Indonesia beragam usia dan asal-usul sosial ekonomi. Ratusan ribu klien telah bersaksi tentang keefektifan produk Scarlett.

Scarlett juga direkomendasikan oleh banyak artis cantik Indonesia. Beberapa selebritas terkenal Tanah Air di bidang hiburan, seperti Zaskia Mecca, Salmafina Sunan, dan Felicya Angelista, telah meng-endorse produk Scarlett. Bahkan Acha Sinaga yang tinggal di negara lain juga merekomendasikan produk Scarlett.

2.2 Sejarah Scarlett Whitening

Scarlett Whitening merupakan suatu merek kosmetik lokal yang pertama kali didirikan pada tahun 2017 oleh aktris dan penyanyi Felicya Angelista. Pada awal pendiriannya, merek ini dikenal dengan nama Feli Skin dan hanya memasarkan satu jenis produk, yaitu masker wajah. Secara mengejutkan, produk tersebut mendapatkan respons positif dari pasar dan diminati oleh banyak konsumen. Antusiasme pelanggan terhadap rangkaian perawatan wajah yang digunakan oleh Felicya Angelista menjadi peluang bagi pendirinya untuk lebih serius menekuni industri kecantikan, sehingga kemudian lahirlah merek Scarlett Whitening.

Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar, Scarlett Whitening tidak hanya berfokus pada produk perawatan wajah, tetapi juga terus mengembangkan variasi produknya. Hingga saat ini, Scarlett Whitening telah memiliki berbagai lini produk yang mencakup *face care*, *body care*, dan parfum guna memenuhi kebutuhan perawatan kecantikan masyarakat secara lebih menyeluruh. Dalam hal distribusi dan pemasaran, Scarlett Whitening memanfaatkan perkembangan teknologi digital dengan berfokus pada penjualan secara online melalui website resmi serta berbagai platform e-commerce yang tersedia di Indonesia.

Terlepas dari popularitas Felicya Angelista sebagai founder dan owner, produk Scarlett Whitening dikenal sebagai produk kosmetik yang berkualitas dan telah lolos uji Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sejak tahun 2017, sehingga mampu membangun kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan mutu produknya.

Pada tahun 2021, Scarlett Whitening menunjukkan keseriusannya dalam bersaing memperebutkan market share industri kosmetik di Indonesia dengan menunjuk aktor asal Korea Selatan Song Joong Ki serta grup idola TWICE sebagai brand ambassador. Pemilihan tersebut merupakan strategi pemasaran yang kuat mengingat keduanya memiliki basis penggemar yang besar dan jangkauan popularitas yang luas, tidak hanya di Indonesia tetapi juga secara global. Selain itu, Scarlett Whitening juga menerapkan strategi pemasaran yang agresif melalui kerja sama dengan berbagai *celebrity endorser* di media sosial, yang tidak terbatas pada *beauty influencer* saja.

2.3 Visi dan Misi Scarlett Whitening

2.3.1 Visi

Menurut Ramadhan dkk. (2024), visi perusahaan mencerminkan gambaran masa depan yang diinginkan oleh organisasi atau perusahaan. Adapun visi dari Scarlett Whitening adalah **“Menjadi perusahaan di bidang kecantikan yang mengutamakan perawatan dan kesehatan kulit sebagai bentuk kepedulian terhadap perawatan diri”**. Melalui visi tersebut, diharapkan Scarlett Whitening dapat menjadi perusahaan kecantikan yang berfokus pada perawatan dan kesehatan kulit, serta mampu menghadirkan produk perawatan diri yang aman, berkualitas, dan terpercaya. Dengan mengedepankan kepedulian terhadap perawatan diri, Scarlett Whitening diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen dari berbagai kalangan yang mendambakan kulit yang bersih, sehat, dan terawat dengan baik.

2.3.2 Misi

Menurut Ramadhan dkk. (2024), misi menjelaskan tujuan eksistensial perusahaan dan perannya dalam lingkungan bisnis. Adapun misi yang diusung oleh Scarlett Whitening adalah sebagai berikut:

- 1) Menjalin kerja sama dengan berbagai pihak yang berkompeten dalam penelitian dan pengolahan bahan dasar kecantikan guna menghasilkan produk yang berkualitas dan unggul dibandingkan produk pesaing.
- 2) Menyediakan produk perawatan kulit dengan harga yang terjangkau serta memberikan informasi kecantikan yang benar dan edukatif bagi wanita yang mendambakan kulit bersih dan sehat.

Melalui misi tersebut, Scarlett Whitening berupaya memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menghadirkan produk perawatan kulit yang berkualitas, aman, dan terjangkau, serta didukung oleh informasi kecantikan yang benar dan edukatif. Dengan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak yang kompeten dalam pengembangan bahan kecantikan dan menjunjung tinggi etika bisnis, Scarlett Whitening diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, membangun citra merek yang kuat, serta menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat.

2.4 Tagline

Saputri dkk. (2020) mendefinisikan *tagline* sebagai pernyataan singkat yang berisi pesan kuat dan mudah diingat, dengan harapan dapat memberikan kesan yang tak terlupakan bagi konsumen. Kata *tagline* berasal dari bahasa Inggris dan memiliki makna yang hampir sama dengan slogan. *Tagline* yang digunakan Scarlett

Whitening adalah **“Reveal Your Beauty”**. Melalui *tagline* tersebut, Scarlett Whitening ingin memposisikan diri sebagai merek kecantikan yang mendorong setiap individu untuk mengekspresikan dan menampilkan kecantikan alami yang dimiliki. *Tagline* ini mencerminkan komitmen Scarlett Whitening dalam menyediakan produk perawatan yang membantu meningkatkan rasa percaya diri konsumen melalui kulit yang sehat, terawat, dan bercahaya, sehingga kecantikan dapat terpancar secara optimal dari dalam diri.

2.5 Logo Perusahaan

Menurut Kotler et al. (2023), logo merupakan simbol grafis atau lambang yang merepresentasikan komposisi suatu entitas, seperti perusahaan merek organisasi atau produk. Logo Scarlett Whitening ditampilkan secara sederhana dengan penggunaan tipografi huruf kapital bertuliskan “SCARLETT”. Desain logo yang minimalis ini mencerminkan kesan modern, elegan, dan profesional, yang selaras dengan citra merek sebagai produk kecantikan yang mengedepankan kualitas dan kepercayaan konsumen. Pemilihan warna gelap sebagai latar belakang memberikan kesan eksklusif, sementara warna tulisan yang kontras menegaskan identitas merek agar mudah dikenali. Selain itu, penggunaan tipografi yang bersih dan tegas menunjukkan komitmen Scarlett Whitening terhadap kesederhanaan, kejelasan, serta fokus pada esensi produk perawatan diri. Logo ini merepresentasikan nilai utama perusahaan, yaitu membantu konsumen menampilkan kecantikan alami melalui perawatan kulit yang aman, berkualitas, dan terpercaya.



Gambar 2. 1 Logo Scarlett Whitening

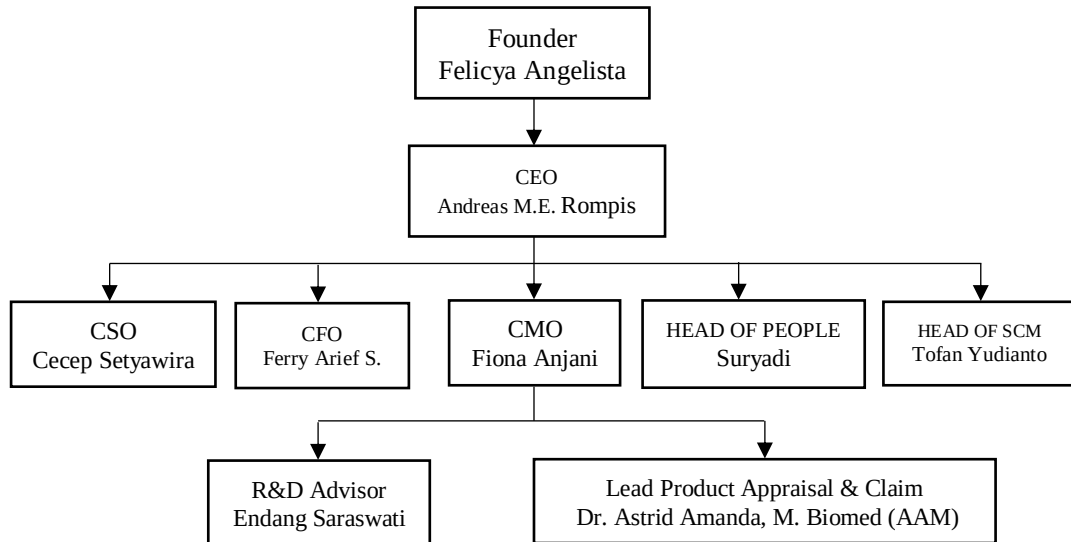
Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

2.6 Struktur Organisasi Scarlett Whitening

Kuraesin (2016) menyatakan bahwa struktur organisasi merupakan pembagian tugas dan tanggung jawab individu maupun kelompok dalam suatu organisasi yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan tertentu. Struktur organisasi yang baik akan membantu perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasional secara efektif dan efisien.

Struktur organisasi Scarlett Whitening disusun untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan kosmetik yang meliputi fungsi manajerial, pemasaran, penjualan, keuangan, sumber daya manusia, hingga pengembangan produk. Pembagian tugas yang jelas antar jabatan diharapkan dapat menciptakan koordinasi yang baik antar bagian sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara optimal.

Berikut merupakan struktur organisasi Scarlett Whitening.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

2.7 Deskripsi Pekerjaan

1. *Founder*

Founder atau *Co-Founder* Scarlett Whitening bertanggung jawab dalam menetapkan visi, misi, serta arah strategis perusahaan. Selain itu, *Founder* juga berperan dalam pengambilan keputusan penting yang berkaitan dengan pengembangan bisnis dan keberlangsungan perusahaan.

2. *Chief Executive Officer*

Chief Executive Officer bertanggung jawab dalam menjalankan operasional perusahaan secara keseluruhan sesuai dengan kebijakan dan strategi yang telah ditetapkan oleh direksi. CEO juga berperan dalam mengoordinasikan seluruh divisi agar berjalan selaras dengan tujuan perusahaan.

3. *Chief Financial Officer*

Chief Financial Officer bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan, meliputi perencanaan anggaran, pencatatan keuangan, penyusunan laporan keuangan, serta pengelolaan pajak dan kepatuhan keuangan perusahaan.

4. *Chief Marketing Officer*

Chief Marketing Officer bertanggung jawab dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran serta branding produk *Scarlett Whitening*. Tugas CMO meliputi pengelolaan promosi, kampanye pemasaran, media sosial, dan penguatan citra merek perusahaan.

5. *Chief Sales Officer*

Chief Sales Officer bertanggung jawab dalam mengelola kegiatan penjualan dan distribusi produk, baik melalui penjualan online maupun offline. CSO juga berperan dalam menjalin hubungan dengan distributor, reseller, serta memastikan target penjualan perusahaan tercapai.

6. *Head of People*

Head of People bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya manusia, meliputi proses rekrutmen, pelatihan, pengembangan karyawan, penilaian kinerja, serta pembentukan budaya kerja yang positif di lingkungan perusahaan.

7. *Head of Supply Chain Management*

Head of Supply Chain Management bertanggung jawab dalam mengelola rantai pasok perusahaan, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, pengelolaan gudang, hingga distribusi produk ke pasar.

8. *Research and Development (R&D) Advisor*

R&D Advisor bertugas memberikan arahan dan masukan terkait pengembangan produk, inovasi formula, serta peningkatan kualitas produk agar sesuai dengan standar industri dan kebutuhan konsumen.

9. *Lead Product Appraisal and Claim*

Lead Product Appraisal and Claim bertanggung jawab dalam melakukan evaluasi produk dan klaim manfaat produk berdasarkan kajian ilmiah serta memastikan produk memenuhi standar keamanan dan regulasi yang berlaku.

2.8 Produk Scarlett Whitening

Pada masa sekarang ini telah dihasilkan sejumlah empat produk oleh brand Scarlett Whitening dengan penjualan pada seluruh negara Indonesia yang terdiri dari, *Body Care* (Perawatan Badan), *Face Care* (Perawatan Wajah), *Hair Care* (Perawatan Rambut), dan Parfum. Di bawah ini akan menemukan jenis-jenis dari ke empat kategori produk Scarlett Whitening sebagai berikut:

1. *Body Care* (Perawatan Badan)

Disediakan oleh Scarlett Whitening sebuah produk yang dapat memutihkan paling baik serta terpercaya, diantaranya berupa “*Shower Scrub*, *Body Scrub*, *Body Lotion*, *Body Serum*, beserta *Body Cream*” yang mampu memberikan hasil cepat dan natural.

a. *Shower Scrub* (Sabun Mandi)

Scarlett Whitening memiliki produk *shower scrub* yang mampu menghilangkan berbagai macam debu dan kotoran di dalam tubuh, serta *shower scrub* diproduksi dengan adanya butiran halus *eksfoliasi* yang

dikandungnya mampu melakukan pengangkatan pada sel kulit mati yang akhirnya membuat kulit tubuh semakin terasa lembab serta bercahaya. Harga persatuan *shower scrub* dijual dengan harga Rp. 69.000 dengan ukuran 300ml. Produk *shower scrub* sendiri tersedia dan hadir dalam 9 varian, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. 3 Produk Shower Scrub Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

Ke Sembilan varian produk *Shower Scrub* Scarlett Whitening memiliki kandungan dan manfaat masing-masing, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Brightening Shower Scrub–Coffee*, yaitu sebuah produk yang terkandung di dalamnya *Glutathione*, lalu terdapat vitamin E, *Hydrolyzed Collagen*, butiran *eksfoliasi* dan memiliki aroma wangi *Sweet-Calming* (Coffee, Vanila) yang bila digunakan secara rutin akan membantu memaksimalkan saat membersihkan tubuh, menjaga elastisitas, kelembapan kulit, mencerahkan kulit, menyegarkan kulit secara optimal.
- 2) *Brightening Shower Scrub–Jolly*, yakni sebuah produk yang terkandung di dalamnya aroma wangi *Floriental Gourmand* (Vanila,

Jasmine, Coffee), *Glutathione*, vitamin E, *Hydrolyzed Collagen* dan butiran *Eksfoliasi* yang bila digunakan secara rutin akan membantu merawat kekencangan kulit, mencegah kerusakan kulit, dan mencerahkan kulit secara optimal.

- 3) *Brightening Shower Scrub–Charming*, yakni sebuah produk yang terkandung di dalamnya *Glutathione*, lalu terdapat Vitamin E, *Hydrolyzed Collagen*, memiliki aroma wewangian yang berupa “*Floral-Ambery Woody (Cedar Wood, Floral Jasmine, Saffron)*” yang bila digunakan secara rutin akan membantu menyegarkan kulit, mencegah kerusakan kulit, dan mencerahkan kulit secara optimal.
- 4) *Brightening Shower Scrub–Pomegrante*, yakni sebuah produk yang terkandung di dalamnya *Glutathione*, lalu terdapat Vitamin E, *Hydrolyzed Collagen*, butiran *Eksfoliasi* yang bermanfaat untuk meningkatkan kelembapan dan elastisitas kulit, merawat kekencangan kulit, mencegah kerusakan kulit secara optimal bila digunakan secara rutin.
- 5) *Brightening Shower Scrub–Cucumber*, yakni sebuah produk yang terkandung di dalamnya *Glutathione*, lalu terdapat Vitamin E,, *Hydrolyzed Collagen*, butiran *Eksfoliasi* serta memiliki aroma wangi *Fresh (Cucumber, Muguet)* yang bila digunakan secara rutin dapat membantu membuat semakin cerah serta membuat warna kulit merata, melindungi elastisitas kulit, dan menjaga kelembaban kulit, serta mencegah kerusakan kulitnya.

- 6) *Brightening Shower Scrub–Freshy*, yakni sebuah produk yang terkandung di dalamnya *Glutathione*, lalu terdapat Vitamin E, *Hydrolyzed Collagen*, butiran *Eksfoliasi*, dan memiliki aroma wangi *Citrus-Floral Fruity* bila digunakan dengan rutin, memberikan bantuan dalam meregenerasi, melembabkan, serta membuat kulit menjadi cerah dengan optimal.
- 7) *Brightening Shower Scrub-Mango*, yakni sebuah produk yang terkandung di dalamnya *Glutathione*, lalu terdapat Vitamin E, *Hydrolyzed Collagen*, butiran *Eksfoliasi* dan memiliki aroma wangi *Fresh* (Manggo, Orange, *Passion Fruit*) bila mana digunakan secara rutin setiap hari dapat membantu melembabkan kulit, merawat kekencangan kulit, dan menyegarkan kulit secara optimal.
- 8) *Brightening Shower Scrub – Happy*, produk ini memiliki kandungan *Hydrolyzed Collagen*, Vitamin E, *Glutathione*, butiran *Eksfoliasi* dan memiliki aroma wangi *Floral*, Amber, *Musky*, Jasmine, Orange Mandarin, Vanilla, bilamana digunakan secara rutin akan membantu membersihkan sekaligus mencerahkan kulit dengan aroma wangi yang mewah.
- 9) *Brightening Shower Scrub – Loving*, produk ini merupakan *body care* pertama dengan kandungan 7x *Ceramide*. Serta memiliki kandungan *Hydrolyzed Collagen*, Vitamin E, *Glutathione*, butiran *Eksfoliasi* dan memiliki aroma wangi *Fruity*, *Floral*, *Woody* bila digunakan secara rutin akan membantu memperbaiki skin barrier,

menghaluskan kulit, kelembaban ekstra pada kulit, dan memberikan wangi mewah dengan kebaikan *ceramide* yang jaga *skin barrier*.

b. *Body Scrub* (Lulur Tubuh)

Body scrub Scarlett Whitening adalah produk yang dibuat khusus dengan butiran *Eksfoliasi* halus yang membantu mengangkat kotoran pada kulit mati secara optimal tanpa menimbulkan iritasi. Harga persatuan *Body Scrub* dijual dengan harga Rp. 69.000 dengan ukuran 250ml. Produk *Body Scrub* sendiri tersedia dan hadir dalam 7 varian produk *Body Scrub Scarlett Whitening*, yaitu *Body Scrub* dengan varian Happy, Jolly, Loving, kemudian ada Romansa, Coffee, lalu ada Charming, beserta Pomegrante. Pada varian *body scrub* mengandung *Gluthione* yang dapat mencerahkan dan meratakan warna kulit, mengandung Vitamin E yang dapat merawat kekencangan kulit dan *elastisitas* kulit, mengandung anti oksidan yang dapat membuat kulit terlihat lebih glowing. Serta pada varian *body scrub* loving terdapat kandungan tambahan yaitu 7x *ceramide* memberikan kelembaban ekstra pada kulit, memperbaiki *skin barrier* dan mengencangkan kulit. Tampilan kemasan produk *body scrub* Scarlett Whitening tersebut bisa ditinjau melalui gambar pada letak bawah ini, yang berwujud:



Gambar 2. 4 Produk *Body Scrub* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

c. *Body Lotion*

Telah berhasil dirilis oleh Scarlett Whitening yaitu sebuah produk dengan wujud *body lotion* dimana tidak hanya memiliki efek membuat kulit semakin putih tetapi juga memberikan efek jernih dan melembabkan kulit. Hal ini disebabkan adanya kandungan *Glutathione*, Vitamin E, *Hydrolized Collagen* pada *body lotion*. Harga persatuan *Body Lotion* dijual dengan harga Rp. 69.000 dengan ukuran 300ml. Pada kemasan *body lotion* terdapat penutup botol dilengkapi penutup dalam bentuk *stopper* untuk mencegah pemompaan yang kuat, sehingga tidak mudah kosong. Produk *Bod Lotion* sendiri tersedia dan hadir dalam 7 varian *Body Lotion* dari brand Scarlett Whitening, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. 5 Produk *Body Lotion* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

Ke Tujuh varian *Body Lotion* yang dikeluarkan Scarlett Whitening memiliki kandungan dan manfaat masing-masing, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Brightening Fragrance Body Lotion – Happy*, yaitu produk yang terkandung *Glutathione*, lalu terdapat Vitamin E di dalamnya.
- 2) *Brightening Fragrance Body Lotion – Charming*, yaitu produk dengan kandungan berisi *Glutathione*, Vitamin E, *Kojic Acid*, *Niacinamide*, dan beraroma wangi Floral, Ambery Woody yang dapat efektif dalam mencerahkan dan melembabkan kulit dengan wangi yang mewah.
- 3) *Brightening Fragrance Body Lotion – Loving*, yaitu produk dengan kandungan berisi *Glutathione*, Vitamin E, 7x *Ceramide*, *Niacinamide*, *Aloe Vera*, *Shea Butter* dengan aroma wangi *Fruity*, *Floral*, *Woody* yang bermanfaat dalam melindungi *skin barrier*, efektif melembabkan dan mencerahkan kulit.

- 4) *Brightening Fragrance Body Lotion – Romansa*, yaitu produk dengan kandungan berisi *Glutathione*, Vitamin E, *Kojic Acid*, *Niacinamide*, dan beraroma wangi Jasmine yang efektif dalam menjaga kulit atas berbagai efek buruk yang dimiliki sinar UV dengan aroma wangi yang mewah saat digunakan.
- 5) *Brightening Fragrance Body Lotion – Jolly*, yaitu produk dengan kandungan berisi *Glutathione*, Vitamin E, *Kojic Acid*, *Niacinamide*, dan memiliki aroma wangi *Shea Butter* yang efektif dalam membantu menyamarkan noda kehitaman, melindungi kulit dari efek buruknya sinar UV.
- 6) *Brightening Fragrance Body Lotion – Freshy*, produk produk dengan kandungan berisi *Glutathione*, Vitamin E, *Kojic Acid*, *Niacinamide*, dan beraroma wangi Freesia, Pear, Patchoulli yang bermanfaat mampu melindungi kulit sambil mencerahkan kulit atas berbagai efek buruk yang dimiliki sinar UV, serta melembabkan kulit.
- 7) *Brightening Fragrance Body Lotion – Fantasia*, yaitu produk dengan kandungan berisi *Glutathione*, Vitamin E, *Kojic Acid*, *Niacinamide*, dan beraroma wangi Green, Rose, Cedar Wood yang memberikan manfaat untuk mencerahkan kulit, membantu menyamarkan noda kehitaman pada kulit, melembabkan kulit.

d. *Body Serum*

Scarlett Whitening pada produk *body serum* mengandung 3 kali lebih mencerahkan kulit dengan bantuan kandungan *Glutathione*, *Niacinamide*, *Glycolic Acid*, *Shea Butter*, Vitamin E, *Titanium Dioxide*, *Ceramide 2*, *Hyaluronic Acid*. Kandungan tersebut bermanfaat untuk mencerahkan, meratakan warna kulit dan mampu menyamarkan hiperpigmentasi dan merawat kekencangan kulit. Harga persatuan *Body Serum* dijual dengan harga Rp. 69.000 dengan ukuran 250ml. Produk *Body Serum* sendiri tersedia dan hadir dalam 4 varian produk *Body Serum* – Loving, *Body Serum* – Happy, *Body Serum* – Charming, *Body Serum* – Jolly. Berikut adalah tampilan kemasan pada *body serum Scarlett Whitening*, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. 6 Produk *Body Serum* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

e. *Body Cream* (Krim Tubuh)

Scarlett Whitening pada produk *body cream* memiliki kandungan di dalam *body cream* seperti 4 kali lebih melembabkan kulit dengan bantuan dari *Hyaluronic Acid*, 5 *Phyto Oil*, *Shea Butter*, *Aloe Vera Extract*, *Glutathione*, *Niacinamide*, *Titanium Dioxide*, 7x *Ceramide*, dan memiliki aroma wangi

yang mewah. Kandung tersebut efektif untuk memberikan kelembapan ekstra pada area kulit yang kering dan menghaluskan area kulit yang kasar seperti siku, dan tangan, dan dapat merawat elastisitas kulit dengan aroma wangi yang mewah. Harga persatuan *Body Cream* dijual dengan harga Rp. 69.000 dengan ukuran 300ml. *Body Cream* sendiri tersedia dalam 4 varian yang terdiri dari, yaitu *Body Cream – Jolly*, *Body Cream – Happy*, *Body Cream – Loving*, *Body Cream – Charming*. Berikut adalah tampilan kemasan pada *body cream Scarlett Whitening*, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. 7 Produk *Body Cream* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

2. *Face Care* (Perawatan Wajah)

Scarlett Whitening menyediakan produk perawatan wajah terbaik dan terpercaya yang sudah terbukti alami tanpa ada bahan kimia berbahaya serta cepat juga tidaklah merusak kulit konsumen karena menggunakan beragam materi paling baik saat produksi dilakukan. Produk *face care* memiliki 5 kategori produk yaitu, *facial cream*, *facial wash*, *facial essence toner*, *facial*

serum, face mask, dan sunscreen yang mampu memberikan hasil cepat dan natural.

a. *Facial Cream*

Facial cream merupakan perawatan kulit wajah dengan tujuan untuk memberikan kulit pada wajah yang sehat dan cerah. Harga persatuan *Facial Cream* dijual dengan harga Rp. 62.000 dengan ukuran 20Gr. Dengan begitu *facial cream* memiliki lima varian dengan kandungan *cream* berbeda. Di bawah tampilan produk pada lima varian *facial cream* Scarlett Whitening, yaitu:



Gambar 2. 8 Produk *Facial Cream* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

- 1) *Facial Cream - Acne Day Cream*, yang bantu melawan bakteri penyebab jerawat sekaligus punya kombinasi UV filter yang melindungi kulit atas berbagai efek buruk yang dimiliki sinar UV. Dengan mengandung *Double Salicylic Acid, Aqua Peptida* yang melembabkan, Kombinasi UV yang bermanfaat untuk membantu meredakan jerawat tanpa mengiritasi kulit, membuat kulit tetap baik walaupun dipakai saat bermakeup, dan melindungi kulit jerawat dari sinar matahari saat sedang beraktivitas.

- 2) *Facial Cream - Brightly Ever After Day Cream*, mengandung 1% *Aqua Peptide Glow*, *Glutathione*, dan *Niacinamide* yang bermanfaat untuk mendorong regenerasi kulit sehingga wajah tampak lebih cerah, membantu antioksidan yang mencerahkan dan melembabkan kulit.
- 3) *Facial Cream - Acne Night Cream*, mengandung *Double Action Salicylic Acid*, *CM AcnatuTM*, *PorewayTM* yang bermanfaat dalam melawan jerawat aktif yang meradang dan kemerahan, lawan jerawat dan kurangi minyak berlebih, bantu menyamarkan tampilan pori-pori sekaligus bantu mencegah komedo, jerawat mereda dalam 1 malam tanpa menimbulkan iritasi.
- 4) *Facial Cream - Brightly Ever After Night Cream*, mengandung 1% *Aqua Peptide Glow*, *Licorice Extract*, dan *Porewey* yang bermanfaat untuk mendorong regenerasi kulit sehingga wajah tampak lebih cerah, membantu menyamarkan noda gelap, bantu menyamarkan tampilan pori-pori dan mencegah komedo, serta kulit lebih cerah dan plumpy saat bangun tidur.
- 5) *Facial Cream - 7X Ceramide Barrier Up Moisturizer*, terkandung di dalamnya yaitu: “7x *Ceramide*, 4D *Hyaluronic Acid*, *Acetyl Hexapeptide-8*, *Camelia Leaf Extract*” dengan manfaat dalam memberikan bantuan melindungi kulit semakin lembab, membantu memberikan perawatan pada *skin barrier*, memberikan bantuan dalam perawatan kulit supaya terus halus serta terjaga

kelembutannya, membantu mencerahkan kulit beserta memberikan perawatan pada warna kulitnya.

b. Facial Wash

Facial wash merupakan perawatan kulit wajah dengan tujuan untuk memberikan kulit pada wajah yang sehat dan cerah glowing. Harga persatuan *Facial Wash* dijual dengan harga Rp. 62.000 dengan ukuran 100ml. Dengan begitu *facial wash* memiliki dua varian dengan kandungan pada setiap *wash* berbeda-beda, dengan begitu di bawah ini adalah tampilan produk pada dua varian *facial wash* Scarlett Whitening, sebagai berikut:



Gambar 2. 9 Produk *Facial Cream* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

Ke Dua varian produk *Facial Wash* Scarlett Whitening memiliki kandungan dan manfaat masing-masing, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Facial Wash – Acne Facial Wash*, dirancang buat kulit berjerawat dan berminyak dengan mengandung *Mugwort Hydrosol*, Vitamin C, *Tea Tree Water*, *Salicyuc Acid* yang bermanfaat efektif melawan bakteri penyebab jerawat sekaligus menenangkan, bantu mengurangi

minyak berlebih, kulit terasa lebih segar dan jerawat jadi lebih tenang, kemerahan akibat jerawat jadi lebih berkurang.

- 2) *Facial Wash – Brightly Facial Wash*, mengandung *Glutathione*, Vitamin E, Aloe Vera yang dapat membersihkan sekaligus mencerahkan dan melembabkan kulit dengan Ph 5,5 mendekati pH alami kulit, *Dermatologically*, dan *Hypoallergenic tested* sehingga aman buat kulit sensitif, kulit bersih hingga ke pori- pori tanpa efek ketarik dan kering.

c. *Facial Essence Toner*

Facial Essence Toner merupakan perawatan kulit wajah dengan tujuan untuk memberikan kulit pada wajah yang sehat. Harga persatuan *Facial Essence Toner* dijual dengan harga Rp. 62.000 dengan ukuran 100ml. Dengan begitu *facial essence toner* memiliki dua varian dengan kandungan pada setiap *essence toner* berbeda-beda, dengan begitu di bawah ini adalah tampilan produk pada dua varian *facial essence toner* Scarlett Whitening, sebagai berikut:



Gambar 2. 10 Produk *Facial Essence Toner* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

Ke Dua varian produk *Facial Essence Toner* Scarlett Whitening memiliki kandungan dan manfaat masing-masing, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Facial Essence Toner – Brightly Essence Toner*, yaitu mengandung kombinasi unik 2-in-2 essence dan toner dengan formula mencerahkan sekaligus menyiapkan kulit agar lebih maksimal menyerap *skincare*, mengandung “Vitamin C Ascorbyl Glucoside” yang didatangkan dari jepang dengan kualitas yang telah dibuktikan untuk mencerahkan, serta mengan *Glutathione* yang mampu mencerahkan dan melembabkan kulit, dan yang terakhir mengandung *Witch Hazel Extract* yang membantu iritasi ringan pada kulit.
- 2) *Facial Essence Toner – Acne Essence Toner*, yaitu kombinasi unik 2-in-2 essence dan toner untuk merawat kulit berjerawat dan bruntusan dengan mengandung zinc dan tea tree yang menyejukkan kulit dan menenangkan jerawat meradang, mengandung cooling sensation setelah digunakan, serta melembabkan sekaligus mengurangi tampilan kemerahan jerawat.

d. *Facial Serum*

Facial Serum merupakan perawatan kulit wajah dengan tujuan untuk memberikan kulit pada wajah yang sehat. Harga persatuan *Facial Serum* dijual dengan harga Rp. 62.000 dengan ukuran 15ml. Dengan begitu *facial serum* memiliki empat varian dengan kandungan pada setiap *serum* berbeda-

beda, dengan begitu di bawah ini adalah tampilan produk pada dua varian *facial serum toner Scarlett Whitening*, sebagai berikut:



Gambar 2. 11 Produk *Facial Serum* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

Ke Empat varian produk *Facial Serum* Scarlett Whitening memiliki kandungan dan manfaat masing-masing, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Facial Serum – C-Power Serum*, yaitu mengandung “THD (*Tetrahexyldecyl Ascorbate*) - Vitamin C 50x lebih kuat dari asam askorbat standar, 4D *Hyaluronic Acid*, *Chamomilla Recutita* (*Matricaria*) *Flower Extract*, *Lactobacillus/Hydrolyzed Collagen Ferment Filtrate Extract*, *Camellia Sinensis Leaf Extract*” yang bermanfaat untuk menyamarkan tampilan kerutan dan garis halus, memberikan bantuan dalam memberikan hidrasi pada kulit, memberikan pencegahan pada berbagai tanda yang membuat penuaan dini, serta membuat kulit cerah serta menjaga kelembapan kulit secara optimal.

- 2) *Facial Serum – Brightly Serum*, yaitu terkandung di dalamnya 1% takaran dari *Phyto Whitening* dimana memberikan keefektifan dalam mencerahkan daripada zat whitening agent yang lain, serta terkandung 3x Antioksidan, kemudian ada “Vitamin C Ascorbyl Glucoside” yang didapatkan atas jepong dengan memberikan bukti mutunya, *Glutathione*, beserta zat “*Tamarindus Indica Seed Gum*” membantu kulit lebih cerah signifikan dalam 2 minggu, kulit tidak mudah kusam.
- 3) *Facial Serum – Glowtening Serum*, produk ini mengandung *Tranexamic Acid*, *Calendula Oil*, *Olive Oil*, *Allantion*, *Liquorice Extract*, *Aloevera* dari kandungan tersebut bermanfaat untuk membantu melembabkan kulit serta mencerahkan kulit wajah, membantu kulit tampak bercahaya, dan menyamarkan noda gelap pada wajah.
- 4) *Facial Serum – Acne Serum*, produk ini mengandung 2% *Encapsulated Salicylic Acid* dengan teknologi *Encapsulated*, mengandung *Biosaccharide Gum*, serta *Licorice Extract*, dengan itu bermanfaat untuk terfokus pada area berjerawat sehingga lebih ampuh redakan jerawat, meningkatkan fungsi *skin barrier* hingga 76%, menyamarkan noda bekas jerawat.

e. *Face Mask*

Face Mask merupakan perawatan kulit wajah dengan tujuan untuk memberikan kulit pada wajah yang sehat. Harga persatuan *Face Mask* dijual dengan harga Rp. 72.500 dengan ukuran 100Gr. Dengan begitu *face mask* memiliki dua varian dengan kandungan pada setiap *essence toner* berbeda-beda, dengan begitu di bawah ini adalah tampilan produk pada dua varian *face mask* Scarlett Whitening, sebagai berikut:



Gambar 2. 12 Produk *Facial Mask* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

Ke Dua varian produk *Face Mask* Scarlett Whitening memiliki kandungan dan manfaat masing-masing, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Genuinely Alleviating & Hydrating Gel Veil*, yaitu *Scarlett Truly Alleviating & Hydrating Gel Cover* merawat kulit sensitif, kering, kusam, dan iritasi. *Niacinamide*, Vitamin C, Air Tanaman Grape Alam, *Extricate Seven Berry*, *Extricate Ginseng*, *Centella Asiatica*, dan *Allantoin* membantu mencerahkan kulit dan melawan radikal bebas yang menyebabkan penuaan dini.

- 2) *Herbalism Mugwort Mask*, yaitu produk masker untuk merawat kulit berminyak, pori-pori besar, jerawat dan bintik-bintik. Masker Herbal Mugwort mengandung ekstrak mugwort, vitamin C, *glutathione*, *niacinamide*, arang bambu, *allantoin*, *klorofilin*, bubuk teh hijau yang bermanfaat untuk membantu menenangkan kulit, meningkatkan produksi kolagen, membantu membersihkan kulit, menjaga kelembapan dan kelembutan.

f. *Sunscreen*

Sunscreen merupakan perawatan kulit wajah bertujuan untuk memberikan kulit pada wajah yang sehat dan mencerahkan kulit agar tidak terlihat kusam. Harga persatuan *Sunscreen* dijual dengan harga Rp. 62.000 dengan ukuran 50ml. Dengan begitu *sunscreen* memiliki dua varian dengan kandungan *sunscreen* berbeda, Di bawah ini tampilan produk pada dua varian *sunscreen* Scarlett Whitening, yaitu:



Gambar 2. 13 Produk *Facial Sunscreen* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

Ke Dua varian produk *Sunscreen* Scarlett Whitening memiliki kandungan dan manfaat masing-masing, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Super Ringan Water-Based*, produk tersebut memakai sebuah teknologi yang dikenal melalui Hybrid Sunscreen, maka jauh lebih

efektif dalam menjaga kulit akan adanya sinar yang berwujud UVA beserta UVB. Dengan adanya sunscreen yang bertekstur *water-based* tersebut memberikan rasa yang lebih ringan menjadikannya semakin mudah menyerap sekedar dengan jangka 20 detik dengan tidak meninggalkan whitecast. Jika memaksimalkan menjaga lewat SPF50+ PA+++ dimana telah diujikan pada lab yang telah *In Vivo* beserta yang *In Vitro*. Lewat melengkapinya melalui *hero ingredients* yang di dalamnya terkandung 7X *Ceramide* serta terdapat 9X takaran untuk *Hyaluronic Acid*, dengan itu kulit menjadi lebih terjaga yang juga memberikan perawatan pada skin barrier juga membuatnya semakin lembab. Hal itu cocok dipakai untuk yang memiliki masalah berminyak pada kulitnya.

- 2) *Sunscreen - Sun Bright Daily Sunscreen Tripel Protection SPF 50 PA+++*, produk ini mengandung Pro Vitamin B & *Phyto Whitening*, *Blumilight*, *Aloe Vera Extract*, *Allantion* dan *Bisabolol*, yang bermanfaat dalam memberikan bantuan pada menjaga kulit terhadap efek buruk yang diberikan sinar matahari (sinar UVA beserta UVB), membantu mencerahkan kulit, serta menjaga kelembapan kulit.

3. *Hair Care* (Perawatan Rambut)

Hair care (Perawatan Rambut) adalah kategori produk yang didedikasikan untuk perawatan rambut. Produk *hair care* yang dimiliki Scarlett Whitening mempunyai 2 kategori *hair care* yaitu, *Sea Salt Shampo* dan *Conditioner*. Berikut adalah tampilan kemasan dari *hair care* Scarlett Whitening, sebagai berikut:



Gambar 2. 14 Produk *Hair Care* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

Ke Dua kategori produk *Hair Care* Scarlett Whitening memiliki kandungan dan manfaat masing-masing, yaitu sebagai berikut:

- a. *Hair Care – Yordania Sea Salt Shampo*, yang bermanfaat meminimalisir minyak berlebihan pada kulit kepala, meminimalisir adanya ketombe, memberikan rangsangan pada pertumbuhan rambut, menguatkan pada folikel rambut, dan meningkatkan volume rambut serta mempunyai aroma yang mewah saat digunakan.
- b. *Hair Care – Yordania Sea Salt Conditioner*, mempunyai manfaat untuk melembutkan rambut, merangsang pertumbuhan rambut, memperkuat folikler rambut, meningkatkan volume rambut, memudahkan penataan rambut, dan memberikan rambut yang halus serta rambut yang sehat.

4. *Parfum*

Parfum adalah kategori produk yang di dedikasikan untuk memberikan aroma wangi dan mewah pada tubuh atau pakaian yang digunakan. Produk *Parfum* yang dimiliki Scarlett Whitening mempunyai 4 varian parfum yang berupa: “*Eau De Parfum Sweet Memories, Eau De Parfum Dreamy, Eau De Parfum Passionate, Eau De Parfum Euphoria*”. Harga persatuan *Parfum* dijual dengan harga Rp. 69.000 dengan ukuran 30ml. Berikut adalah tampilan kemasan dari *parfum* Scarlett Whitening, sebagai berikut:



Gambar 2. 15 Produk *Parfum* Scarlett Whitening

Sumber: Scarlett Whitening, (2025)

Ke Empat varian produk *Parfum* Scarlett Whitening memiliki aroma mewah masing-masing, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Eau De Parfum* dengan varian *Sweet Memories*, produk hasil dari parfum ini membuat pemakainya merasakan kesegaran serta suatu keharuman yang mewah pada seluruh semprotannya sebagaimana kenangan manis, *sweet memories* mengeluarkan aroma yang hinggap dengan nyaman di indra penciuman, dan kemudian menetap lama

diingkatan. Dengan aroma wangi yang berwujud *amber fougere* dimana membuat parfum ini memiliki aroma yang memberikan kemewahan.

- 2) *Eau De Parfum* dengan varian *Dreamy*, merupakan manis yang muncul dari ribuan bunga *Vanilla* dan *Jasmine*, segar yang timbul dari kepingan bergamot, sekaligus menenangkan sebagaimana sore yang perlahan berganti malam. Dengan aroma wangi *floral white*, *floral ambery* dimana membuat parfum ini memiliki aroma yang memberikan kemewahan.
- 3) *Eau De Parfum* dengan varian *Passionate*, diproduksi menggunakan teknologi *Blissful Booster Scent* yang membuat mood menjadi penuh dengan kebahagiaan dan lebih percaya diri. Memiliki wangi mewah yang tahan lama pada seluruh semprotannya melalui sebuah kemasan yang “*Ready To Go*” sesuai dalam menemani hari.
- 4) *Eau De Parfum* dengan varian *Euphoria*, dalam memberikan rasa segar beserta keharuman mewah yang tahan lama pada seluruh semprotannya. Diproduksi Menggunakan teknologi *Calm The Mind*, *Dream Drifter Scent*, *Odour-Free* yang untuk meningkatkan kualitas kepercayaan diri serta memberikan rasa relaksasi disetiap semprotan.

2.9 Karakteristik Responden

2.9.1 Responden Berdasarkan Usia

Penelitian ini dilakukan pada responden dengan minimal usia 17 tahun dikarenakan mulai pada usia tersebut seseorang dianggap mampu membuat keputusan pembelian secara matang. Berikut merupakan data responden yang dikelompokkan berdasarkan usia:

Tabel 2. 1 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17-23 tahun	49	36,57
2	24-30 tahun	43	32,09
3	31-35 tahun	13	9,70
4	> 35 tahun	29	21,64
Total		134	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel di atas, responden yang merupakan konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang paling banyak berada pada rentang usia 17–23 tahun, yaitu sebanyak 49 responden atau 36,57%, sedangkan kelompok usia 31–35 tahun merupakan kelompok dengan jumlah responden paling sedikit, yaitu 13 responden atau 9,70%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang didominasi oleh individu berusia 17–30 tahun, yang menunjukkan bahwa produk Scarlett Whitening lebih banyak digunakan oleh konsumen pada usia remaja akhir hingga dewasa muda.

2.9.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian ini menganalisis responden berdasarkan jenis kelamin, guna memahami karakteristik responden yang terbagi menjadi dua kelompok, yaitu Perempuan dan Laki-Laki. Berikut adalah data responden yang telah dikelompokkan menurut jenis kelamin:

Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	107	79,85
2	Laki-Laki	27	20,15
Total		134	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel di atas, responden yang merupakan konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang didominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 107 responden atau 79,85%. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 27 responden atau 20,15%. Dominasi responden perempuan menunjukkan bahwa produk Scarlett Whitening lebih banyak digunakan oleh konsumen perempuan, sejalan dengan karakteristik produk perawatan kulit yang umumnya memiliki tingkat penggunaan lebih tinggi pada perempuan dibandingkan laki-laki.

2.9.3 Responden Berdasarkan Wilayah

Penelitian ini mengkaji responden berdasarkan wilayah. Berikut ini adalah data responden yang dikelompokkan berdasarkan wilayah:

Tabel 2. 3 Wilayah Kota Semarang

No	Wilayah Kota Semarang	Jumlah	Persentase
1	Wilayah Selatan (Banyumanik, Gunungpati, Tembalang)	41	30,60
2	Wilayah Utara (Semarang Utara)	26	19,40

No	Wilayah Kota Semarang	Jumlah	Persentase
3	Wilayah Tengah (Semarang Tengah, Semarang Selatan, Gajah Mungkur, Candisari)	21	15,67
4	Wilayah Timur (Semarang Timur, Pedurungan, Genuk, Gayamsari)	26	19,40
5	Wilayah Barat (Semarang Barat, Mijen, Ngaliyan, Tugu)	20	14,93
Total		134	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel di atas, responden yang merupakan konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang paling banyak berasal dari wilayah Semarang Selatan (Banyumanik, Gunungpati, Tembalang), yaitu sebanyak 41 responden atau 30,60%, sedangkan responden dengan jumlah paling sedikit berasal dari Semarang Barat (Semarang Barat, Mijen, Ngaliyan, Tugu), yaitu 20 responden atau 14,93%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang tersebar di seluruh wilayah kota, dengan konsentrasi terbesar berada di wilayah Semarang Selatan (Banyumanik, Gunungpati, Tembalang), yang menunjukkan tingginya tingkat penggunaan produk Scarlett Whitening di wilayah tersebut.

2.9.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Penelitian ini mengkaji responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang mereka tempuh. Berikut ini adalah data responden yang dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan terakhir:

Tabel 2. 4 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD	1	0,75
2	SMP	3	2,24
3	SMA	69	51,49
4	Diploma	14	10,45

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
5	Sarjana	47	35,07
Total		134	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel di atas, Pendidikan terakhir responden yang merupakan konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang paling banyak adalah SMA sebanyak 69 responden atau 51,49%. Sedangkan SD merupakan tingkat pendidikan terakhir dengan jumlah responden paling sedikit, yaitu 1 responden atau 0,75%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA, yang menunjukkan bahwa produk Scarlett Whitening banyak digunakan oleh konsumen dengan latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi.

2.9.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Penelitian ini mengkaji responden berdasarkan pekerjaan untuk mendapatkan gambaran tentang kehidupan sosial serta ekonomi responden. Berikut merupakan data responden yang dikelompokkan berdasarkan pekerjaan:

Tabel 2. 5 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Karyawan Swasta	45	33,58
2	Pelajar/Mahasiswa	35	26,12
3	Ibu Rumah Tangga	15	11,19
4	Wiraswasta	14	10,45
5	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	14	10,45
6	Karyawan BUMN	4	2,99
7	Tenaga Kesehatan	3	2,24
8	Magang	3	2,24
9	Belum Bekerja	1	0,75
Total		134	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel di atas, responden yang merupakan konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang paling banyak bekerja sebagai karyawan swasta, yaitu sebanyak 45 responden atau 33,58%. Sementara itu, responden dengan pekerjaan responden yang sedikit yaitu belum bekerja berjumlah 1 responden atau 0,75%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang didominasi oleh responden yang bekerja sebagai karyawan swasta.

2.9.6 Responden Berdasarkan Pendapatan

Penelitian ini melakukan kategorisasi responden berdasarkan pendapatan bulanan mereka. Berikut merupakan data responden yang dikelompokkan berdasarkan pendapatan per bulan:

Tabel 2. 6 Tingkat Pendapatan Responden

No	Pendapatan per Bulan	Jumlah	Persentase
1	< Rp1.000.000	37	27,61
2	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	36	26,87
3	> Rp3.000.000 - Rp5.000.000	39	29,10
4	> Rp5.000.000	22	16,42
Total		134	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel di atas, pendapatan responden yang merupakan konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang sebagian besar memiliki pendapatan per bulan pada rentang Rp3.000.000–Rp5.000.000, yaitu sebanyak 39 responden atau 29,10%. Responden dengan pendapatan di atas Rp5.000.000 merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu 22 responden atau 16,42%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang didominasi oleh responden dengan tingkat pendapatan menengah, yang

menunjukkan bahwa produk Scarlett Whitening memiliki daya tarik yang kuat di kalangan konsumen dengan kemampuan ekonomi menengah.

2.9.7 Responden Berdasarkan Jenis Produk Scarlett Whitening yang Dibeli

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui jenis produk Scarlett Whitening yang dibeli. Berikut merupakan data responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis produk Scarlett Whitening yang dibeli:

Tabel 2. 7 Jenis Produk Scarlett Whitening yang Dibeli

No	Jenis Produk Scarlett Whitening yang Dibeli	Jumlah	Persentase
1	<i>Body Lotion</i>	92	68,66
2	<i>Facial Wash</i>	13	9,70
3	Serum	10	7,46
4	<i>Body Scrub</i>	9	6,72
5	<i>Body Serum</i>	7	5,22
6	Parfum	2	1,49
7	<i>Sunscreen</i>	1	0,75
Total		134	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel diatas, produk yang paling banyak dibeli responden adalah Body Lotion, yaitu sebanyak 92 pembelian (68,66%). sedangkan *sunscreen* menjadi produk dengan jumlah pembelian paling sedikit yaitu 1 pembelian (0,75%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Body Lotion merupakan produk Scarlett Whitening yang paling diminati oleh konsumen Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa produk perawatan tubuh menjadi pilihan utama konsumen Scarlett Whitening di Kota Semarang.