

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN MAYBELLINE STORE PARAGON

2.1 Sejarah Perkembangan Maybelline.

Maybelline ialah “produk kosmetik internasional, berdiri tahun 1915 oleh T.L. Williams di New York, Amerika Serikat. Nama *Maybelline* adalah penggabungan dari *Maybel* (nama saudara perempuan T.L. Williams yang menjadi inspirasi produk) dan vaselline jadilah Maybelline.” Perusahaan ini sempat diambil alih Plough Inc. tahun 1967 (selanjutnya menjadi Schering-Plough Corporation di tahun 1971) dan grup investor Wasserstein Perella & Co tahun 1990 kemudian diambil alih dan dibesarkan oleh L'Oreal Group sejak tahun 1996. Grup L'oreal hadir pertama kalinya di Indonesia pada tahun 1979, sedangkan Maybelline hadir di Indonesia pada tahun 1996. Maybelline New York merupakan brand make-up no. 1 di dunia, berkualitas dan berinovasi dengan identitas New York yang modern serta harga terjangkau.

Bersama lahirnya slogan "*Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline*" di tahun 1991, brand ini menciptakan “kecantikan terjangkau untuk wanita di seluruh dunia, dengan demikian setiap wanita memiliki kesempatan dalam mengoptimalkan potensi kecantikan mereka. Dengan komunikasi dan ikon-ikon cantik mempesona dari seluruh etnis termasuk Indonesia.” Produk Maybelline New York seringkali meraih penghargaan atau awards bergengsi, tidak hanya di Indonesia namun juga di seluruh dunia untuk serangkaian produk.

Maybelline New York sering kali berada pada urutan “nomor 1 di berbagai negara seperti Inggris, Amerika, Jepang dan negara lainnya. Maskara dan BB Cream Maybelline merupakan produk make up dengan penjualan paling tinggi di dunia. Maybelline merupakan merek yang tidak bisa terpisahkan dari dunia fashion.” Partisipasi Maybelline New York di New York Fashion Week, Japan Fashion Week dan terakhir Jakarta Fashion Week.

2.2 Visi dan Misi L’Oreal Group

Tiap perusahaan atau organisasi seyogyanya mempunyai paparan, target yang ingin diraih, impian, dan serta maksud dan tujuan, dengan merumuskan cita-cita dan tujuan tersebut dalam sebuah visi dan misi untuk menjaga eksistensinya dalam dunia usaha. Pentingnya visi dan misi bagi sebuah organisasi atau perusahaan adalah untuk membuat perusahaan tersebut menjadi terarah dan diharapkan dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang, mengalami kemajuan, dan terus berkembang

Adapun visi dan misi dari L’Oreal Group yaitu :

2.2.1 Visi

“Mendapatkan satu miliar konsumen diseluruh dunia dengan menciptakan produk kecantikan yang memenuhi keberagaman tidak terbatas dari kebutuhan kecantikan yang diinginkan oleh konsumen.”

2.2.2 Misi

1. Kecantikan adalah bahasa
2. Kecantikan adalah sesuatu yang universal
3. Kecantikan adalah alam
4. Kecantikan adalah komitmen

2.3 Logo

Logo merupakan identitas perusahaan yang dapat berupa gambar, tulisan, atau gabungan dari keduanya yang diterapkan dalam seluruh fasilitas perusahaan. Logo digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produk mereka dengan produk kompetitor. Perusahaan yang baik pasti akan memiliki logo sebagai identitas mereka agar produk mereka dapat dengan mudah dikenali oleh masyarakat. Selain itu, logo juga dapat menghindarkan produk yang diproduksi oleh perusahaan dari praktik pemalsuan produk. Di bawah ini merupakan logo *Maybelline*:

Gambar 2. 1 Logo *Maybelline*

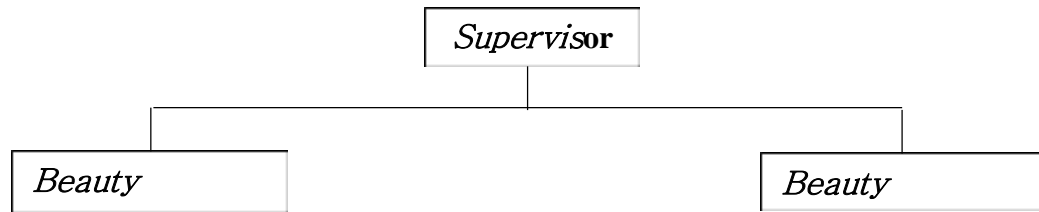


Sumber: *Intenational Maybelline* (2019)

2.4 Struktur Organisasi *Maybelline* Semarang

Struktur organisasi merupakan susunan unit-unit kerja dalam organisasi yang menunjukkan adanya pembagian kerja. Struktur organisasi digunakan untuk memperjelas tugas, kewajiban dan wewenang masing-masing karyawan untuk dalam rangka mencapai tujuan. Apabila tidak ada struktur organisasi, maka tidak ada pembagian kerja yang jelas. Akibatnya, karyawan akan kebingungan dalam melakukan pekerjaannya sehingga pekerjaan tidak terselesaikan atau terdapat satu pekerjaan yang dilakukan oleh beberapa orang sehingga pekerjaan tidak efektif dan efisien. Struktur organisasi *outlet Maybelline* Semarang merupakan struktur organisasi lini, dimana pelimpahan tugas dan wewenang langsung secara vertikal dan perintah sepenuhnya berasal dari atasan ke bawahan. Di bawah ini merupakan struktur organisasi *outlet Maybelline* Semarang

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi *Maybelline* Semarang



Sumber: Data primer yang diolah (2019)

2.4.1 Supervisor

Supervisor adalah seseorang yang bertanggung jawab kepada manajer pusat yang dalam menjalankan tugasnya di *outlet Maybelline* dibantu oleh dua *Beauty Advisor*. *Supervisor* memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan kepada konsumen dan pengunjung *outlet Maybelline* dengan baik.
2. Melakukan proses rekrutmen *Beauty Advisor outlet Maybelline*.
3. Memberikan pelatihan secara keseluruhan tugas yang harus dijalankan oleh *Beauty Advisor*.
4. Mencari tahu *trend* terbaru yang dapat menunjang pendapatan *outlet Maybelline*.
5. Saling berkoordinasi dan memberikan arahan serta motivasi kepada *Beauty Advisor*.
6. Merekomendasikan produk-produk *Maybelline* kepada konsumen.
7. Mempromosikan dan menjual produk *Maybelline* kepada konsumen.
8. Memiliki pengetahuan produk *Maybelline* yang luas sehingga bisa diinformasikan kepada konsumen.
9. Menciptakan strategi penjualan *outlet* dalam rangka mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan.

10. Menciptakan situasi dan kondisi *outlet* agar tetap kondusif.
11. Memperhatikan dan menyusun tata letak *display* agar lebih menarik konsumen.

2.4.2 Beauty Advisor

Beauty Advisor adalah seseorang yang bertanggung jawab kepada *store leader* yang mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan kepada konsumen dan pengunjung *outlet Maybelline* dengan baik.
2. Menawarkan produk-produk *Maybelline* kepada konsumen.
3. Merekomendasikan produk-produk *Maybelline* kepada pelanggan.
4. Mempromosikan dan menjual produk *Maybelline* kepada konsumen.
5. Memiliki pengetahuan produk *Maybelline* yang luas sehingga bisa diinformasikan kepada konsumen.
Menanggapi permintaan konsumen pada produk *Maybelline* untuk meningkatkan penjualan.
6. Berusaha memaksimalkan target penjualan produk *Maybelline* dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
7. Membuat laporan atas produk *Maybelline* yang sudah tidak memadai kualitasnya / rusak.
8. Memberikan informasi kepada konsumen mengenai promosi *Maybelline*.
9. Mendata operasional administrasi rutin di *outlet Maybelline*.
10. Menawarkan kelebihan & informasi *Maybelline* untuk pelanggan & membantu mereka dalam memilih produk yang tepat.
11. Menciptakan tampilan yang efektif untuk menjual produk *Maybelline* dan promosi.
12. Bertanggung jawab untuk menerima pembayaran melalui debit otomatis,

voucher, kartu kredit, cek dan uang tunai.

13. Memastikan uang kas mencukupi pada saat dimulainya penjualan.

14. Menjaga kebersihan *outlet Maybelline*

2.5 Produk Maybelline

Maybelline memiliki 3 macam kategori produk makeup yang telah melewati pengujian oleh ahli kulit (dermatologis) yang terdiri *eyes, face and lips*.

1. Eyes

a. Brow

Tabel 2. 1 Produk Brow

No	Nama Produk	Tampilan	Kegunaan
1.	Define Blend		“Pensil alis mekanik dengan sikat untuk hasil natural, tahan luntur. Praktis tidak perlu diraut. Terdiri dari 2 warna.”
2.	Fashion Brow 3D Pallette.		“Satu palet untuk mengisi alis dan membentuk hidung.”

3.	Fashion Brow Mascara.		“Maskara untuk hasil alis rapi natural mempesona.”
----	-----------------------	---	--

Lanjutan tabel 2.1

No.	Nama Produk	Tampilan	Keterangan
4.	Fashion Brow Cream Pencil.		“Pensil alis untuk alis natural memukau dan aplikasi mudah.”
5.	Fashion Brow Duo Shaper		“Pensil alis dengan dua ujung untuk hasil natural.”

6.	Fashion Brow 3D Cream.		“Pensil alis bertekstur <i>creamy</i> dilengkapi <i>slanted-angle tip</i> dan sikat alis untuk alis sempurna.”
7.	Fashion Brow Pomade Crayon.		“ <i>Brow Pomade</i> untuk alis mata yang tebal natural dalam sekali pulas.”

Lanjutan tabel 2.1



No	Nama Produk	Tampilan Produk	Keterangan
8.	Maybelline Tatto Brow Gel Tint		“Tattoo gel alis untuk hasil tebal natural yang tahan lama hingga 3 hari.”
9.	Fashion Brow Ultra Fluffy		“Pensil alis <i>retractable</i> untuk alis yang terlihat lebih natural dan tahan lama.”


b. Eyeliner

Tabel 2. 2Produk Eyeliner



No	Nama Produk	Tampilan Produk	Keterangan
1.	Hypersharp Wing		“Eyeliner untuk wing liner sempurna.”

Lanjutan tabel 2.2

No.	Nama Produk	Tampilan	Keterangan
2.	Hypersharp Power Black		“Warna hitam pekat dalam sekali goresan.”
3.	Hypersharp Liner.		“Eyeliner cair berbentuk pen dengan kuas tipis 0.01 mm untuk hasil yang akurat.”

4.	Lasting Drama Liner Gel.		“Gel liner dilengkapi kuas aplikasi yang mudah digunakan untuk hasil gar.”
5.	Hypermatte Liquid Liner.		“Eyeliner liquid dengan hasil matte dengan aplikasi mudah.”

Lanjutan tabel 2.2

No.	Nama	Tampilan Produk	Keterangan
6.	Color Show Liner		“Eyeliner crayon berbentuk retractable pencil dengan pilihan warna menarik.”
7.	Hyper Impact		“Eyeliner berbentuk spidol dengan kuas lebih stabil.”

8.	Hyper Glossy Liquid Liner		“Eyeliner liquid dengan hasil glossy dan aplikasi mudah.”
----	------------------------------	---	---

c. Eyeshadow

Tabel 2. 3Produk Eyeshadow





No.	Nama Produk	Tampilan	Kegunaan
1.	The Nudes Pallete		“12 warna natural dalam 1 palet untuk riasan mata.”

Lanjutan tabel 2.3

Lanjutan tabel
2.3

d.Mascara

**Tabel
2.**


No.	Nama Produk	Tampilan Produk	Keterangan
2.	The Blushed Nudes		“12 warna natural feminin dalam 1 palet.”
3.	Rock Nudes Pallette		“Eye shadow palette untuk tampilan smoky eyes.”
4.	Color Sensational Diamond		“Palet eyeshadow untuk smokey eyes sempurna.”
5.	Gold Nudes		“12 warna keemasan yang mewah untuk riasan mata glamor.”

4Produk Mascara

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	Volum Express Magnum Maybelline		“Maskara dengan kandungan collagen 2x lebih banyak.”


Lanjutan tabel 2.4



No	Nama Produk	Tampilan Produk	Keterangan
----	-------------	-----------------	------------

No	Nama Produk	Tampilan Produk	Keterangan
6.	The Tone On Tone Nudes		“Creamy eyeshadow stick pertama dengan dua warna dalam satu kali pulas.”
7.	<u>Total Temptation Eyeshadow and Highlight Palette</u>		
8.	The City Mini Pallette		“Palette dengan pigmentasi yang nyata.”
2.	Lash Sensational		“Maskara untuk melentikkan dan merawat bulu mata.”
3.	Volume Express Turbo Boost		“Mascara yang menebalkan 5X dengan Sikat Volume Maximizer.”

4.	Push Up Drama Waterproof		“Maskara waterproof yang membuat bulu mata terangkat maksimal.”
5.	The Falsies Push Up Angel		“Maskara waterproof untuk efek <i>winged</i> dan dramatis tanpa bulu mata palsu.”

Lanjutan tabel 2.4

No	Nama Produk	Tampilan Produk	Keterangan
6.	Maybelline Magnum Big Shoot		“Dapatkan bulu mata terbal dramatis dalam satu kali pulas.”
7.	Hypercurl Mascara Alice&Olivia		“Miliki bulu mata lentik natural dengan Maybelline HyperCurl Alice & Olivia! Dapatkan.”

8.	Total Temptation Waterproof Mascara		“Waterproof Mascara yang menebalkan dan memberi efek halus.”
9.	Volum ExpressThe Colosal Waterproof Mascara		“Maskara anti air yang aman dengan ophthalmologist tested dan aman untuk pengguna.”

Lanjutan tabel 2.4

No	Nama Produk	Tampilan Produk	Keterangan
10.	Hypercurl Mascara		“Maskara untuk bulu mata 4X Lebih lentik natural.”

2. FACE

a. BB Cream

Tabel 2. 5Produk BB Cream

No.	Nama	Tampilan	Kegunaa
1.	Super Cushion Ultra		“- Super coverage - coverage seperti foundation - Super light - terasa

			<p>ringan seperti bb cream</p> <ul style="list-style-type: none"> - Super long lasting-tahan lama hingga 14 jam - Super protection - dengan SPF 50++”
--	--	---	---


b. Blush on

Tabel 2.6 Produk Blush on

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>Color Show Blush</u>		“Blush on untuk rona wajah yang natural.”
2.	<u>Master Blush Palette</u>		“Empat warna blush on + highlighter dalam satu produk.”
3.	<u>Master Flush Creator</u>		“Blush on pertama dengan dua gradasi, tersedia dalam tiga pilihan warna.”
4.	<u>Master Flush Alice Olivia</u>		<p>“Pigmented blush on untuk miliki pipi yang merona</p> <p>Dilengkapi self-adjusting tint yang dapat menyesuaikan dengan PH kulit.”</p>

5.	<u>Fit Me Blush</u>		<p>“Blush on Blendable yang terasa ringan sepanjang hari. Untuk rona pipi tahan lama.”</p>
----	---------------------	--	--

c. ConcealerTabel 2. 6 Produk Concealer

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>Fit Me! Concealer</u>		<p>“Concealer ini di dalamnya terdapat kandungan oil-free dan non-comedogenic (tidak akan menimbulkan komedo), serta kandungan glycerin yang tidak membuat kulit kering. Concealer ini bisa digunakan oleh semua jenis kulit. Concealer ini mampu menyamarkan noda.”</p>

	<p>Instant Age Rewind</p>		<p>“Concealer digunakan untuk menutupi lingkaran hitam di bawah mata, merapikan bentuk alis, mempertegas wajah.”</p>
--	--------------------------------------	---	--



Lanjutan tabel 2.6

No	Nama Produk	Tampilan Produk	Keterangan
	<p><u>Super Stay Full Coverage, Long Lasting Under-Eye Concealer</u></p>		<p>“Super Stay Full Coverage Under-Eye Concealer adalah concealer full coverage yang mampu menyamarkan lingkaran hitam dengan sempurna dan tahan lama namun tetap terasa ringan saat dipakai. Tampilan mata lelah tak lagi masalah. Super Stay Full Coverage Under-Eye Concealer akan menyamarkan lingkaran hitam dan garis halus di sekitar mata dengan sempurna. Ujung</p>





			applicator-nya yang lembut.
--	--	--	-----------------------------

d. Contour

Tabel 2. 7 Produk Contour

No	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>V Face Duo Stick</u>		“Duo contouring stick untuk bentuk wajah lebih kecil hanya dengan langkah yang sangat mudah Membuat wajah terlihat 10% lebih kecil.”
2.	Strobing Stick		“Strobing Stick adalah <i>highlighter</i> berbentuk <i>stick</i> untuk <i>highlight</i> dimensi wajah dalam satu langkah mudah. Mengandung <i>micro-fine pearl</i> untuk kilau natural.”

Lanjutan tabel 2.7

No	Nama Produk	Tampilan	Keterangan
3.	<u>V-Face Blush</u> <u>Contour</u>		“Blush dan contouring palette yang dilengkapi dengan angled brush untuk bentuk wajah yang lebih kecil.”
4.	Master Strobing Cream		“Master Strobing Cream adalah <i>highlighter</i> dalam bentuk krim yang menghasilkan kilau natural.”
5.	<u>Face Studio Master Fairy Highlight</u>		“Master Chrome, <i>highlighter creamy</i> untuk menampilkan kilau pada wajah dengan mudah.”
6.	<u>Master Bronze</u>		“yang bisa digunakan untuk bronzer, contour dan highlighter dalam 1 palet.”

Lanjutan tabel 2.7

7.	<u>Master Chrome</u>		“Master Chrome, <i>highlighter creamy</i> untuk menampilkan kilau pada wajah dengan mudah.”
----	----------------------	---	---

e. Primer

Tabel 2. 8 Produk Primer

No.			
1.	<u>Baby Skin - Pore Eraser</u>		“rimer make up yang ringan dan dapat mengecilkan pori wajah”
2.	<u>Baby Skin - Instant Pink Transformer</u>		“Primer makeup yang memberikan efek merona dan halus seperti kulit bayi.”
3.	<u>Lasting Fix Setting Spray</u>		“Setting spray praktis untuk pertahankan makeup.”

f. Foundation



Tabel 2. 9 Produk Foundation

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
-----	------	----------	----------

1.	<u>Superstay</u> <u>Foundation</u> <u>24H Full</u> <u>Coverage</u> <u>Foundation</u>		<p>“Liquid foundation dengan <i>concentrated pigments</i> .</p> <p>Dapatkan hasil akhir matte dan full coverage yang tahan lama hingga 24 jam namun terasa ringan di wajah.</p> <p>-Tahan lama hingga 24 jam (<i>sweatproof & oilproof</i>), namun tidak menyumbat pori</p> <p>-<i>Concentrated Pigments</i> – berdaya cover tinggi namun tetap terasa ringan di kulit</p>
----	--	---	--

Lanjutan tabel 2.9

No	Nama	Tampilan Produk	Keterangan
----	------	-----------------	------------

2.	<u>Fit Me! Dewy + Smooth</u>		<p>“Fit Me Foundation memberi coverage yang dapat meratakan warna kulit dan mampu meratakan tekstur wajah. Cocok untuk kulit yang normal cenderung kering.”</p>
3.	<u>Fit Me! Dewy + Smooth</u>		<p>“<i>Hakhir matte dan full coverage yang tahan lama hingga 24 jam.</i> Formula ringan fit untuk dipakai sehari-hari. Tahan lama. Mampu meratakan tekstur wajah untuk jenis kulit normal cenderung berminyak.”</p>

g. Powder

Tabel 2. 10 Produk Foundation

No	Nama	Tampilan	Kegunaan
----	------	----------	----------

1.	<u>FIT ME! SET</u> <u>+ SMOOTH</u>		“Compact powder untuk hasil tampilan flawless”
2.	<u>FIT ME!</u> <u>MATTE +</u> <u>PORELESS</u>		“Compact powder untuk hasil tahan lama dan bebas kilap hingga 12 jam.”
3.	<u>Fit Me Loose</u> <u>Finishing</u> <u>Powder</u>		“Bedak tabur untuk hasil make-up lebih tahan lama dan tampak natural.”
4.	Fit Me! 12-Hour Oil Control Powder		“Compact powder dengan oil control formula mampu menahan minyak selama

g. Remover

Tabel 2. 11 Produk Remover

No.	Nama	Tampilan	Keterangan
-----	------	----------	------------

1.	<u>Eye & Lip Makeup Remover</u>		“Membersihkan makeup wajah dan mata tanpa iritasi kulit.”
----	---	---	--

3. Lips

a. Lip-balm



Tabel 2. 12 Produk Remover

No	Nama	Tampilan	Keterangan
1.	<u>Baby Lips Loves Color</u>		“Kandungan Jojoba Oil dan Vitamin E pada Baby Lips Dilengkapi SPF 20”
2.	<u>Baby Lips Electro Pop</u>		“Baby Lips Electro Pop melembapkan bibir dan memberikan sensasi warna yang nyata

b. Lip cream

Tabel 2. 13 Produk Lip cream


No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
-----	------	----------	----------

1.	Super Stay Matte Ink		<p>“Lip cream matte dengan ink formula yang menghasilkan warna-warna intens. Tahan lama sampai 16 jam.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplikator liquid lipstick berbentuk arrow yang unik. - Ink formula untuk hasil warna matte lip cream intens.”
2.	Sensational Liquid Matte		<p>“Lip cream dengan hasil instant matte yang cantik, bikin hari-hari kamu lebih berwarna!</p> <p>Tersedia dalam 10 pilihan warna.</p> <p>Formula ringan, 30 detik langsung matte.”</p>

c. Lip Liner


Tabel 2. 14Produk Lip Liner

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
-----	------	----------	----------

1.	Color Sensational Shaping Lip Liner		<p>“Lip Liner bertekstur creamy untuk hasil bentuk bibir lebih tegas dan berdimensi. Untuk membingkai bibir agar hasil lebih rapih Hasil matte yang tahan lama serta dapat mencegah lipstick luntur.”</p>
----	---	---	---




d. Lipstick

Tabel 2. 15 Produk Lip Liner

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	Color Show Classic Lipstick		<p>“Color Show lipstick memiliki tekstur lembut yang melembapkan bibir.” Sempurnakan tampilan dengan</p>





Lanjutan tabel 2.15

No	Nama Produk	Tampilan	Keterangan
----	-------------	----------	------------

2.	Color Show Big Apple Red Lipstick		“Color Show Big Apple Reds lipstick menghadirkan lima pilihan warna merah yang intens dengan saturated high-pigment formula.”
3.	Lip Flush Bitten Lip Lipstick		“Ciptakan ombre lips secara mudah dengan tiga lapisan warna Lip Flush Bitten Lip.. Diperkaya food grade pigments.”
4.	Lip Flush Bitten Lip Lipstick		“Ciptakan trendy ombre lips secara mudah dengan tiga lapisan warna Lip Flush Bitten Lip”




Lanjutan tabel 2.15

No	Nama Produk	Tampilan	Keterangan
----	-------------	----------	------------

5.	Color Sensational Bold Matte Lipstick		“Color Show Big Apple Reds lipstick menghadirkan lima pilihan warna merah yang intens dengan saturated high-pigment formula.”
6.	Color Sensational The Powder Mattes		“Lipstikmatte yang bertekstur ringan”
7.	Color Sensational The Loaded Bold		“Lipstik <i>creamy matte</i> dengan warna <i>bold</i> yang tegas dalam satu pulasan”
8.	Lip Gradation		“2 in 1 <i>creamy matte pencil</i> untuk hasil <i>full matte</i> dan ombre.”

Lanjutan tabel 2.15

No	Nama Produk	Tampilan	Keterangan
----	-------------	----------	------------

9.	Superstay Ink Crayon		“SuperStay Ink Crayon adalah lipstik dengan warna matte yang tahan hingga 8 jam pemakaian, dilengkapi dengan rautan untuk mendapatkan hasil yang presisi secara mudah.”
10.	Color Sensational The Creamy Mattes		“Creamy pigments untuk matte-finish dengan 2x lebih intens. Dilengkapi honey nectar untuk menjaga kelembaban.”
11.	Color Jolt		“Intense Lip Paint dengan 3x color pigment untuk warna lebih intens.”

Lanjutan tabel 2.15

No	Nama Produk	Tampilan	Keterangan
----	-------------	----------	------------

12.	SuperStay Eraser Lip Color Remover		“Pembersih khusus untuk makeup bibir.”
13.	Color Sensational Shine Compulsion		“Diformulasikan dengan <i>rose hip oil</i> yang melembabkan bibir Memberikan hasil akhir intens berkilau”
14.	Color Sensational Matte Metallics		“Lipstick matte dengan nuansa metalik.”
16.	Color Sensational Satin		“Tampil natural dan segar dengan 6 pilihan warna yang cocok untuk warna kulit wanita Asia.” Diformulasikan dengan honey nectar bibir terasa

Lanjutan tabel 2.15

No	Nama Produk	Tampilan	Keterangan
----	-------------	----------	------------

17.	Color Sensational Satin		“Sensasional looks dengan hasil matte 2x lebih intens, namun bertekstur creamy.”
18.	Color Sensational Bricks		“Rangkaian lipstick terbaru dari seri Color Sensational bernuansa warm nude yang Pilihan warna hangat yang telah disesuaikan dengan skin tone wanita Indonesia” “- Dilengkapi kandungan honey nectar yang melembapkan bibir”

e. Liptint

Tabel 2. 16 Produk Liptint

No	Nama Produk	Tampilan	Keterangan
1.	Liptint		“Lip tint dengan warna pekat, Sponge applicator yang mudah digunakan formula tahan lama.”

2.6 Identitas Responden

Identitas pada penelitian ini adalah pengunjung Maybelline Store dengan jumlah 100. Identitas responden adalah deskripsi mengenai karakter responden yang disajikan dengan data primer mencakup jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan pelanggan Maybelline Store Paragon Semarang. Survei penelitian ini dilakukan selama 3

minggu pada 1 Mei sampai 20 Mei 2020. Dengan langsung bertanya memenuhi syarat untuk mengisi. Responden ditentukan dengan persyaratan tertentu untuk keabsahan penelitian. Syarat yang dipakai untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

- Melakukan pembelian produk Maybelinne di Paragon
- Pengguna produk Maybelline
- Mengikuti akun Instagram Maybelline

Sesuai dengan data yang sudah diisi responden, didapatkan kondisi responden sebagai berikut:

2.6.1 Jenis Kelamin Responden

Pada penelitian ini, “jenis kelamin responden dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu laki – laki dan perempuan.” Terdapat 100 orang yang dijadikan sampel di penelitian ditampilkan di tabel 2.17.

Tabel 2. 17 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	7	7 %
Perempuan	93	93 %
Total	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Sesuai dengan data yang terlampir pada tabel 2.17 maka dapat diketahui jumlah responden yang berjenis kelamin laki – laki sebanyak 7 orang (7%). Pembelian produk meliputi bedak dan pelembab bibir. dan responden dengan jenis kelamin perempuan sejumlah 93 orang (93%). Lebih dominan perempuan yang melakukan pembelian makeup.

2.6.2 Usia Responden

Usia menjadi salah satu karakteristik yang menampilkan identitas responden.

Usia responden yang diteliti ditampilkan di tabel 2.18.

Tabel 2. 18 Identitas Responden Menurut Usia

Rentang Usia	Jumlah	Persentase
≤20 tahun	5	5%
21-30 tahun	93	93%
31-40 tahun	1	1%
≥41 tahun	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Table 2.18 dapat diuraikan bahwa mayoritas responden berusia < 20 tahun sejumlah 5 responden, sedangkan mayoritas responden berusia 21-30 tahun, sebanyak 93 responden. Kemudian mayoritas responden berusia 31-40 tahun yaitu 1. Kemudian responden yang berusia >40 tahun sebanyak 1. Banyaknya rentan usia pada penelitian ini menunjukkan bahwa kalangan berbagai umur dari remaja hingga tua dapat memakai produk Maybelline.

2.6.3 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan yang dimaksud dalam penelitian ialah pendidikan formal terakhir yang sudah diselesaikan oleh responden. Data mengenai pendidikan terakhir responden ditampilkan pada table 2.19

Tabel 2. 19 Identitas Responden Menurut Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	56	56%
Sarjana	32	32%
Akademi	12	12%
Jumlah	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Sesuai dengan table 2.19 bisa di deskripsikan sebagian besar konsumen Maybelline berpendidikan terakhir tamat SMA sejumlah 56 responden atau sebesar 56% dari total keseluruhan responden. Kemudian konsumen yang memiliki tingkat pendidikan

Sarjana sebanyak 32. Jumlah pendidikan Akademi sebanyak 12. Data di atas menampilkan responden mempunyai berbagai tingkatan pendidikan yang baik sehingga bisa memahami dan menjawab pertanyaan di kuesioner.

2.6.4 Jenis Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan merupakan karakteristik yang dimiliki oleh responden. Jenis pekerjaan responden pada penelitian ini dipakai untuk mengetahui variasi pekerjaan dari setiap responden.

Tabel 2. 20 Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	71	71%
TNI/POLRI/PNS	2	2%
Pegawai Swasta	13	13%
Ibu Rumah Tangga	2	2%
Karyawan BUMN	1	1%
Fresh Graduate	1	1%
Lainnya	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Tabel 2.20 dapat diuraikan bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari berbagai bidang pekerjaan, yaitu pelajar/mahasiswa, TNI/POLRI/PNS, pegawai swasta, ibu rumah tangga, karyawan BUMN, freshgraduate, dan lainnya. Responden terbesar pada penelitian ini adalah Pelajar/Mahasiswa dengan 71% atau 71 responden. Hal ini dikarenakan faktor usia responden yang sebagian besar adalah remaja dan dewasa.

2.6.5 Identitas Responden Menurut Penghasilan per Bulan

Pengeluaran per bulan menjadi hal yang dapat dikaitkan dengan berapa banyak jumlah uang yang dikeluarkan responden pada kurun waktu 1 bulan. Data tentang kisaran jumlah pengeluaran responden setiap bulan bisa diketahui pada table berikut.

Tabel 2. 21 Identitas Responden Menurut Penghasilan per Bulan

Kisaran Penghasilan	Jumlah	Persentase
≤1.000.000	41	41%
1.000.000–2.000.000	33	33%
≥2.000.000–3.000.000	26	26%
Total	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Berdasarkan table 2.21 bisa dilihat jumlah penghasilan adalah ≤ Rp 1.000.000 dengan status sebagai mahasiswa adalah responden paling banyak (41%), diikuti responden berpenghasilan antara Rp 1.000.000–Rp 2.000.000 yang ada di urutan kedua (33%), kemudian responden paling sedikit dengan penghasilan Rp 2.000.000- 3.000.000 sebesar 26%.

2.6.6 Identitas Responden Menurut Alasan Utama Berkunjung

Alasan utama dalam mengunjungi store dapat menjadi sebuah pemicu mayoritas masyarakat dalam berkunjung ke store. Data mengenai alasan utama responden berkunjung dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. 22 Identitas Responden Menurut Alasan Utama Berkunjung

Alasan Utama Berkunjung	Jumlah	Persentase
Rekomendasi Orang lain	33	33
Internet	20	20
Lainnya (keinginan sendiri)	46	46
Jumlah	100	100

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Sesuai dengan table 2.22 bisa dilihat terdapat berbagai alasan mengapa responden memilih berkunjung Maybelline Store. Alasan yang paling banyak dijawab oleh responden adalah keinginan sendiri sebanyak 46 responden, dan terdapat alasan rekomendasi orang lain sebanyak 33 responden. Alasan lainnya yang diberikan responden yang berkunjung melihat dari internet sebanyak 20 responden.

2.6.7 Identitas Responden Menurut Pengetahuan Informasi Mengenai *Maybelline*

Informasi yang didapat mengenai produk *Maybelline* merupakan suatu pemasaran efektif yang dilakukan oleh *Maybelline* sehingga pihak perusahaan dapat memaksimalkan dan mengetahui sarana yang sering digunakan oleh konsumen dalam pasca pembelian. Data mengenai Pengetahuan Informasi Mengenai *Maybelline* bisa diketahui di table 2.23.

Tabel 2. 23 Identitas Responden Menurut Pengetahuan Informasi Mengenai Maybelline

Pengetahuan Informasi Mengenai Maybelline	Jumlah	Persentase
Internet(Instagram)	92	92
Keluarga	8	8
Jumlah	100	100

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Sesuai dengan table 2.23 bisa dilihat terdapat berbagai alasan darimana responden mendapat informasi tentang produk *Maybelline*. Alasan yang paling banyak dijawab oleh responden adalah mendapat informasi dari internet (instagram) sebanyak 92 sebanyak 92 responden, dan terdapat alasan rekomendasi keluarga 8 responden.

2.6.8 Identitas Responden Menurut Jenis Produk Yang Sering di Beli

Produk dapat menjadi faktor utama untuk konsumen berkunjung. Produk yang berkualitas dapat meningkatkan permintaan dan konsumen selalu membeli produk yang disukai. Data mengenai Jenis Produk Yang Sering dibeli bisa diketahui di table 2.24

Tabel 2. 24 Identitas Responden Menurut Jenis Produk Yang Sering dibeli

Jenis Produk Yang Sering dibeli berdasarkan kategori	Jumlah	Persentase
Bedak	20	20%
Lipstick	40	40%
Macara	10	10%
Eyeliner	15	15%
Foundation	10	10%
Lipcream	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.24 dapat diketahui terdapat berbagai alasan produk jenis apa yang sering dibeli. Produk yang paling banyak dijawab oleh responden adalah lipstick sebanyak 40% sebanyak 40 responden, dan pembelian bedak sebanyak lain sebanyak 20 responden. Kemudian eyeliner sebanyak 15, produk mascara sebanyak 10, produk foundation sebanyak 10 dan lipcream memperoleh sebanyak 5.

2.6.9 Identitas Responden Menurut Frekuensi Berkunjung

Frekuensi berkunjung menjadi salah satu elemen perusahaan dalam mengetahui kepuasan konsumen. Data mengenai Identitas Responden Menurut Frekuensi berkunjung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 25 Identitas Responden Menurut Frekuensi berkunjung

Frekuensi berkunjung	Jumlah	Persentase
Sangat Sering (1 minggu sekali)	1	1%
Kadang-Kadang (1 bulan sekali)	41	41%
Jarang (2-3 bulan sekali)	42	42%

Sangat jarang (>3 bulan sekali)	16	16%
Jumlah	100	100

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

Sesuai dengan table 2.25 bisa dilihat seberapa sering konsumen melakukan pembelian di Maybelline Store Paragon. Data paling banyak menunjukkan frekuensi terbanyak berkunjung jarang sebanyak 42%. Kedua kadang-kadang sebanyak 41%. Kemudian ketiga menunjukkan frekuensi sangat jarang menunjukkan 16%. Dan terakhir sangat sering yang mendapat jumlah frekuensi paling sedikit yaitu sebanyak 1%.