

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS

RESPONDEN PENGGUNA MAYBELLINE DI SEMARANG

2.1 Sejarah Perkembangan Maybelline

Maybelline adalah produk kosmetik internasional yang didirikan pada tahun 1915 oleh T.L. Williams di New York, Amerika Serikat. Nama *Maybelline* merupakan gabungan dari *Maybel* (nama saudara perempuan T.L. Williams yang menjadi inspirasi produknya) dan *vaseline* jadilah Maybelline. Perusahaan ini sempat diambil alih oleh Plough Inc. pada tahun 1967 (yang kemudian berubah nama menjadi Schering-Plough Corporation pada tahun 1971) dan grup investor Wasserstein Perella & Co pada 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 adalah brand make-up no. 1 di dunia, terdepan dalam kualitas dan inovasi dengan identitas New York yang modern dan harga terjangkau.

Bersamaan lahirnya slogan "*Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline*" di tahun 1991, brand ini menjadikan kecantikan terjangkau bagi wanita diberbagai penjuru dunia, sehingga setiap wanita berkesempatan untuk memaksimalkan potensi kecantikan mereka. Melalui berbagai komunikasi dengan ikon-ikon cantik dan mempesona dari berbagai etnis termasuk Indonesia. Produk Maybelline New York pun banyak meraih berbagai *awards* bergengsi, tidak hanya di Indonesia tapi juga di dunia. Rangkaian produk make up Maybelline

New York seringkali menempati urutan nomor 1 di berbagai Negara seperti Amerika, Inggris, Jepang dan lain-lain. Maskara dan BB Cream Maybelline adalah produk make up dengan penjualan tertinggi di dunia. Maybelline adalah merek yang tidak dapat dipisahkan 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

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki gambaran, tujuan, impian, dan cita-cita yang ingin dicapai, 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. Dibawah ini merupakan logo *Maybelline*:

Gambar 2.1 Logo Maybelline



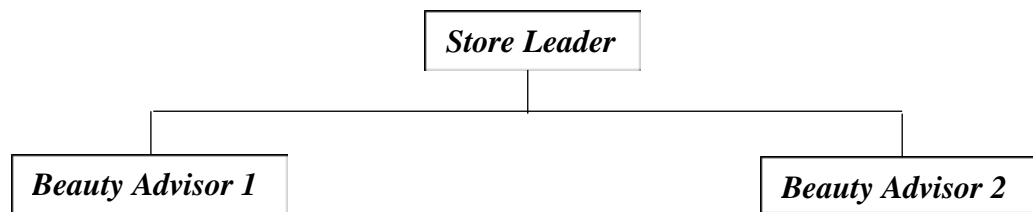
Sumber: Intenational Maybelline (2019)

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 Store Leader

Store Leader adalah seseorang yang bertanggung jawab kepada manajer pusat yang dalam menjalankan tugasnya di *outlet Maybelline* dibantu oleh dua *Beauty Advsior*. *Store Leader* 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 di informasikan 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.
12. Mengetahui seluruh tata letak produk *Maybelline*.
13. Melakukan pengecekan terhadap stok produk dan memastikan tidak ada produk *Maybelline* yang *out of stock*.
14. Melakukan penyusunan laporan keuangan bulanan.

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 The Face Shop* 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 di informasikan kepada konsumen.
6. Menanggapi permintaan konsumen pada produk *Maybelline* untuk meningkatkan penjualan.


7. Berusaha memaksimalkan target penjualan produk *Maybelline* dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
8. Membuat laporan atas produk *Maybelline* yang sudah tidak memadai kualitasnya / rusak.
9. Memberikan informasi kepada konsumen mengenai promosi *Maybelline*.
10. Mendata operasional administrasi rutin di *outlet Maybelline*.
11. Menawarkan kelebihan & informasi *Maybelline* untuk pelanggan & membantu mereka dalam memilih produk yang tepat.
12. Menciptakan tampilan yang efektif untuk menjual produk *Maybelline* dan promosi.
13. Bertanggung jawab untuk menerima pembayaran melalui debit otomatis, *voucher*, kartu kredit, cek dan uang tunai.
14. Memastikan uang kas mencukupi pada saat dimulainya penjualan.
15. Menjaga kebersihan *outlet Maybelline* Mengumpulkan dan mengelola catatan dan laporan lainnya.





2.5 Produk Maybelline



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

Tabel 2.1 Produk Maybelline

1. *Eyes*
- *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 Pallete.		Satu palet untuk mengisi alis dan membentuk hidung.
3.	Fashion Brow Mascara.		Maskara untuk hasil alis rapi natural mempesona

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.

8.	Maybelline Tatto Brow Gel Tint		Tattoo gel alis untuk hasil tebal natural yang tahan lama hingga 3 hari.
9.	Fashion Brow Ultra Fluffy	 <p data-bbox="762 1267 967 1317">FASHION BROW ULTRA FLUFFY</p>	Pensil alis <i>retractable</i> untuk alis yang terlihat lebih natural dan tahan lama

- *Eyelin*er





1.	Hypersharp Wing		Eyeliner untuk wing liner sempurna
----	--------------------	---	------------------------------------

2.	Hypersharp Power Black		Warna hitam pekat dalam sekali goresan
3.	Hypersharp Liner.		Eyeliner cair berbentuk pen dengan kuas tipis 0.01mm 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

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


- *Eyeshadow*

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

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
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>		<i>Palette</i> dengan warna yang <i>pigmented</i> dan juga terdapat <i>shimer</i> yang membuat kesan <i>glowing</i>
8.	The City Mini Palette		Palette dengan pigmentasi yang nyata

- *Mascara*

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


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

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

10.	Hypercurl Mascara		Maskara untuk bulu mata 4X Lebih lentik natural
-----	----------------------	---	--

2. *Face*

- *BB Cream*


No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	Super Cushion Ultra		<ul style="list-style-type: none"> - Super coverage - coverage seperti foundation - Super light - terasa ringan seperti bb cream - Super long lasting- tahan lama hingga 14 jam - Super protection - dengan SPF 50++

- *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>		Pigmented blush on untuk miliki pipi yang merona Dilengkapi self-adjusting tint yang dapat menyesuaikan dengan PH kulit.

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


- *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>

2.	<p>Instant Age Rewind</p>		<p>Concealer serbaguna yang dapat digunakan untuk menutupi lingkaran hitam di bawah mata, merapikan bentuk alis, serta mempertegas wajah.</p>
3.	<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</p>

			lingkaran hitam dan garis halus di sekitar mata dengan sempurna. Ujung applicator-nya yang lembut menyapukan dengan rata tanpa cela. Concealer ini juga tahan air.
--	--	--	--

- *Contour & Highlighter*

No	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>V Face</u> <u>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		<p>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. Tersedia warna <i>nude</i> dan <i>pink</i>.</p>
3.	<u>V-Face</u> <u>Blush</u> <u>Contour</u>		<p>Blush dan contouring palette yang dilengkapi dengan angled brush untuk bentuk wajah yang lebih kecil</p>
4.	Master Strobing Cream		<p>Master Strobing Cream adalah <i>highlighter</i></p>


			dalam bentuk krim yang menghasilkan kilau natural dalam satu langkah mudah
5.	<u>Face</u> <u>Studio</u> <u>Master</u> <u>Fairy</u> <u>Highlight</u>		Master Chrome, <i>highlighter creamy</i> untuk menampilkan kilau pada wajah dengan mudah
6.	<u>Master</u> <u>Bronze</u>		yang bisa digunakan untuk bronzer, contour dan highlighter dalam 1 palet.
7.	<u>Master</u> <u>Chrome</u>		Master Chrome, <i>highlighter creamy</i> untuk menampilkan kilau pada wajah dengan mudah

- *Primer*

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>Baby Skin - Pore Eraser</u>		Primer 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 hingga 16 jam!

- *Foundation*




No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>Superstay Foundation 24H Full Coverage Foundation</u>		Liquid foundation dengan <i>concentrated pigments</i> . Dapatkan hasil akhir matte dan full coverage yang tahan lama hingga 24 jam

			<p>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> <p>-Dengan hasil <i>matte</i> tetap melembapkan sepanjang hari, sehingga cocok</p>
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</u> <u>+ Smooth</u>		<p><i>Hakhir matte dan full coverage yang tahan lama hingga 24 jam.</i></p> <p>Formula ringan fit untuk dipakai sehari-hari. Tahan lama. Mampu meratakan tekstur wajah untuk jenis kulit normal cenderung berminyak</p>
----	--	---	---

- Powder

No	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>FIT ME!</u> <u>SET</u> + <u>SMOOTH</u>		<p>Compact powder untuk hasil tampilan flawless yang tahan lama dan kulit tampak halus.</p>

2.	<u>FIT ME!</u> <u>MATTE +</u> <u>PORELESS</u>		<p>Compact powder untuk hasil tahan lama dan bebas kilap hingga 12 jam</p>
3.	<u>Fit Me Loose</u> <u>Finishing</u> <u>Powder</u>		<p>Bedak tabur untuk hasil make-up lebih tahan lama dan tampak natural.</p>
4.	Fit Me! 12- Hour Oil Control Powder		<p>Compact powder dengan oil control formula yang mampu menahan minyak selama 12 jam. Kulit terasa halus, tampak cerah, dan terlindungi dari paparan sinar matahari dengan SPF 28 dan PA +++.</p>

			Tersedia dalam enam pilihan warna. Cocok untuk semua jenis kulit.
--	--	--	---

- *Remover*

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>Eye & Lip Makeup Remover</u>		Membersihkan makeup wajah dan mata tanpa iritasi kulit



3. *Lips*

- *Lip balm*

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
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 Baby Lips Electro


			<p>Pop dengan Shea Butter & Vitamin E mampu melembapkan dan merawat bibir hingga 8 jam. Dilengkapi dengan pigmen warna elektrik untuk hasil warna yang nyata.</p>
3.	<p><u>Baby Lips</u> <u>Candy Wow</u></p>		<p>Lip balm dengan warna-warna seru dan aroma buah dalam bentuk pena Vitamin E dan shea butter yang terkandung dalam Baby Lips Candy Wow dapat melembapkan dan merawat bibir hingga 12 jam*.</p>

- *Lip Cream*

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>Super Stay</u> <u>Matte Ink</u>		Lip cream matte dengan ink formula yang menghasilkan warna-warna intens. Tahan lama sampai 16 jam. - Aplikator liquid lipstick berbentuk arrow yang unik. - Ink formula untuk hasil warna matte lip cream intens.
2.	<u>Sensational</u> <u>Liquid Matte</u>		Lip cream dengan hasil instant matte yang cantik, bikin hari-hari kamu lebih berwarna! Tersedia dalam 10 pilihan warna. Formula ringan, 30 detik langsung matte Cocok untuk warna kulit perempuan



			Indonesia!
--	--	--	------------




- *Lip Liner*





No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>Color Sensational Shaping Lip Liner</u>		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


- *Lipstick*

No.	Nama	Tampilan	Kegunaan
1.	<u>Color Show Classic Lipstick</u>		Color Show lipstick memiliki tekstur lembut yang melembapkan bibir. Sempurnakan

			tampilan dengan 14 warna yang tahan lama hingga 6 jam
2.	<u>Color Show Big Apple Red Lipstick</u>		Color Show Big Apple Reds lipstick menghadirkan lima pilihan warna merah yang intens dengan saturated high-pigment formula.
3.	<u>Lip Flush Bitten Lip Lipstick</u>		Tiga warna dalam satu lipstick. - Ciptakan trendy ombre lips secara mudah dengan tiga lapisan warna Lip Flush Bitten Lip. - Diperkaya food grade pigments untuk warna lembut natural serta formula ultra creamy yang melembapkan.

4.	Lip Flush Bitten Lip Lipstick		<p>Ciptakan trendy ombre lips secara mudah dengan tiga lapisan warna Lip Flush Bitten Lip.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diperkaya food grade pigments untuk warna lembut natural serta formula ultra creamy yang melembapkan
5.	<u>Lip Flush</u> <u>Lipstick</u>		<p>Lipstick dengan warna lembut dan natural. Sentuhan sempurna untuk rona bibir sehat. Dilengkapi dengan shea butter dan food grade pigments untuk nuansa warna lembut yang menutrisi bibir.</p>
6.	<u>Color Sensational Bold Matte Lipstick</u>		<p>Color Show Big Apple Reds lipstick menghadirkan lima pilihan warna</p>


			merah yang intens dengan saturated high-pigment formula.
7.	<u>Color Sensational The Powder Mattes</u>		
8.	<u>Color Sensational The Loaded Bold</u>		Lipstik <i>creamy matte</i> dengan warna <i>bold</i> yang tegas dalam satu pulasan
9.	<u>Lip Gradation</u>		<i>2 in 1 creamy matte pencil</i> untuk hasil <i>full matte</i> dan ombre.
10.	<u>Superstay Ink Crayon</u>		SuperStay Ink Crayon adalah lipstik dengan warna matte yang tahan hingga 8 jam pemakaian,

			dilengkapi dengan rautan untuk mendapatkan hasil yang presisi secara mudah.
11.	Color Sensational The Creamy Mattes		Creamy pigments untuk matte-finish dengan 2x lebih intens. Dilengkapi honey nectar untuk menjaga kelembaban
12.	<u>Color Jolt</u>		Intense Lip Paint dengan 3x color pigment untuk warna lebih intens.
13.	<u>SuperStay Eraser Lip Color Remover</u>		Pembersih khusus untuk makeup bibir

14.	<u>Color</u> <u>Sensational</u> <u>Shine</u> <u>Compulsion</u>		1. Diformulasikan dengan <i>rose hip oil</i> yang melembabkan bibir 2. Memberikan hasil akhir intens berkilau
15.	<u>Color</u> <u>Sensational</u> <u>Matte</u> <u>Metallics</u>		Lipstick matte dengan nuansa metalik
16.	<u>Color</u> <u>Sensational</u> <u>Satin</u>		Tampil natural dan segar dengan 6 pilihan warna yang cocok untuk warna kulit wanita Indonesia Diformulasikan dengan honey nectar menjadikan bibir terasa lebih lembap dan terlihat sehat
17.	<u>Color</u> <u>Sensational</u> <u>Satin</u>		Sensasional looks dengan hasil matte 2x lebih intens, namun bertekstur

			creamy.
18.	<u>Color Sensational Bricks</u>		Rangkaian lipstik 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 walau memakai lipstik matte.

- *Liptint*

1.	Liptint		Lip tint dengan warna pekat, - Sponge applicator yang mudah digunakan - Warna cerah dan nyata - Formula tahan lama dan ringan di bibir
----	---------	---	---

2.6 Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan berdasarkan usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, tingkat pendapatan, domisili dan sudah berapa kali membeli produk Maybelline di Semarang. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Responden merupakan masyarakat yang berdomisili di Semarang dan pernah membeli produk Maybelline di Semarang.

Adapun pengisian kuesioner penelitian dilakukan secara *online* melalui *Google Form* dengan responden untuk menanyakan pendapat dan alasan dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner. Berdasarkan data yang telah diisi responden, diperoleh kondisi responden tentang usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, tingkat pendapatan, domsili dan intensitas pembelian dalam 1 bulan terakhir adalah sebagai berikut :

2.6.1 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan memberikan gambaran secara tidak langsung mengenai sikap dan perilaku seseorang. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi maka semakin tinggi pula pengetahuannya dan pengalamannya begitu juga sebaliknya. Semakin rendah tingkat pendidikan seseorang maka semakin rendah juga pengetahuannya dan pengalamannya. Gambaran mengenai usia responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel 2.2 berikut :

Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA/SMK	40	40 %
(D3/S1)	57	57 %
(S2/S3)	3	3 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.2 menunjukkan bahwa responden terbanyak ialah responden dengan pendidikan tingkat Perguruan Tinggi (D3/S1) sejumlah 57 orang (57%). Responden dengan pendidikan tingkat SMA/SMK yaitu sebanyak 40 orang (40%). Responden dengan pendidikan tingkat Perguruan Tinggi (S2/S3) yaitu sebanyak 3 orang (3%).

2.6.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia menjadi salah satu karakteristik yang menunjukkan identitas responden. Gambaran mengenai usia responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel 2.3 berikut :

Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Jumlah	Persentase
17 – 25 tahun	90	90 %
26 – 30 tahun	5	5 %
31 – 35 tahun	4	4 %
36 – 40 tahun	1	1 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.3 menunjukkan bahwa responden terbanyak ialah kisaran usia 17 – 25 tahun sejumlah 90 orang (90%). Responden dengan kisaran

usia 26 – 30 tahun yaitu sebanyak 5 orang (5%). Responden dengan kisaran usia 31 – 35 tahun yaitu sebanyak 4 orang (4%). Responden dengan kisaran usia 36 – 40 tahun yaitu sebanyak 1 orang (1%).

2.6.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan karakteristik yang dimiliki oleh responden. Jenis pekerjaan responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui variasi pekerjaan dari masing – masing responden. Gambaran mengenai usia responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel 2.4 berikut :

Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Swasta	22	22 %
Pegawai Negeri	7	7 %
Pelajar/Mahasiswa	60	60 %
Ibu Rumah Tangga	3	3 %
Lainnya	8	8 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.4 tersebut dapat dilihat bahwa responden dengan jenis pekerjaan Pelajar yang paling mendominasi yaitu sebanyak 60 orang (60%). Kemudian, responden dengan jenis pekerjaan Pegawai Swasta berada pada posisi kedua yaitu sebanyak 22 orang (22%). Pegawai Negeri sebanyak 7 orang (7%). Sementara, dengan jenis pekerjaan Ibu Rumah Tangga sebanyak 3 orang (3%). Serta, jenis pekerjaan lainnya yakni sebanyak 8 orang (%).

2.6.4 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam Satu Bulan

Ketertarikan seseorang terhadap suatu produk atau jasa, salah satunya dapat dilihat dari seberapa sering penggunaan produk atau jasa tersebut. Frekuensi pembelian yang dimaksud adalah frekuensi pembelian Maybelline di Semarang dalam satu bulan. Berikut data responden berdasarkan frekuensi pembelian dalam satu bulan :

Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam Satu Bulan

Intensitas	Jumlah	Persentase
1x	67	67 %
2x	19	19 %
3x	10	10 %
4x	4	4 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.5 dapat diketahui bahwa responden dengan frekuensi pembelian 1 kali dalam satu bulan merupakan responden terbanyak dengan jumlah persentase 67% , 2 kali sebanyak 19%, frekuensi pembelian 3 kali dalam satu bulan sebanyak 10%, dan pembelian 4 kali merupakan responden paling sedikit dengan jumlah persentase 4%.

2.6.5 Identitas Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan

Dalam penelitian ini pengeluaran per bulan adalah pengeluaran total yang dikeluarkan oleh responden selama satu bulan. Pengeluaran per bulan dapat diketahui dengan menghitung jumlah rupiah yang dikeluarkan oleh responden selama sebulan, baik itu untuk keperluan sehari-hari maupun untuk keperluan

lainnya.. Berikut adalah sajian data pengelompokan besaran pengeluaran responden per bulan :

Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp. 500.000	56	56 %
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	29	29 %
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	6	6 %
Rp. 2.000.000 – Rp. 2.500.000	3	3 %
> Rp. 2.500.000	6	6 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.6 dapat dilihat bahwa jumlah responden dalam penelitian ini di dominasi oleh responden yang memiliki pengeluaran sebesar <Rp. 500.000 per bulan yakni sebanyak 56 orang (56%). Lalu, menyusul dengan responden yang memiliki pengeluaran Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 per bulan sebanyak 29 orang (29%). Pengeluaran sekitar Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 per bulan sebanyak 6 orang (6%). Pengeluaran diatas Rp. 2.500.000 sebanyak 6 orang (6%). Kemudian, dengan jumlah pengeluaran yang paling sedikit ialah sekitar Rp. 2.000.000 – Rp. 2.500.000 per bulan sebanyak 3 orang (3%).