

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMUTUSKAN  
MEMILIH PERAWATAN DI SALON BELLA ARTISTRY  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**FITRI ALLFIA OKTHARINA**

**NIM : G73216035**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SURABAYA**

**2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Fitri Allfia Oktharina

NIM : G73216035

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen

Judul skripsi Analisis Keputusan Konsumen Memutuskan Memilih Perawatan Di Salon Bella Artistry Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa, skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 29 Juni 2020

Saya yang menyatakan,



Fitri Allfia Oktharina

NIM. G73216035

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh Fitri Allfia Oktharina NIM G73216035 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 29 Juni 2020

Pembimbing



**Dr. Akhmad Yunan Atho'illah, Spd.I, M.Si**

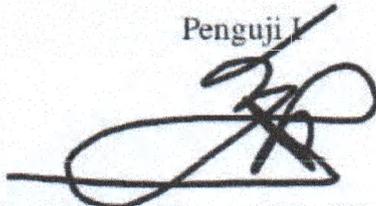
NIP. 198101052015031003

## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Fitri Allfia O. NIM: G73216035 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada Selasa, 14 Juli 2020 . Serta dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu Ilmu Manajemen.

### Majelis Munaqosah Skripsi :

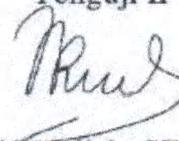
Penguji I



Dr. Akhmad Yunan Atho'illah, Spd.I. M.Si

NIP. 198101052015031003

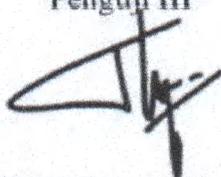
Penguji II



Hj. Nurlailah, SE, MM

NIP. 196205222000032001

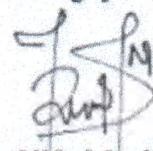
Penguji III



Hanafi Adi Putranto, S.Si., S.E., M.Si

NIP.198209052015031002

Penguji IV



Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., MM

NIP. 198612132019032009

Surabaya, 14 Juli 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. H. Ali Arifin, M.M.

NIP. 196212141993031002











suasana, kebersihan salon, kecanggihan alat-alat yang digunakan untuk perawatan, harga yang sesuai, ruang tunggu yang nyaman, fasilitas yang menarik dan produk-produk yang digunakan untuk perawatan pun harus diperhatikan. Karena dengan begitu para konsumen dapat dengan mudah untuk datang kembali dan bahkan secara tidak langsung dapat mempromosikan kepada para rekannya ataupun melalui sosial media.

Alasan dari seseorang diperlukannya melakukan perawatan diri merupakan suatu hal yang penting. Bagi seorang perempuan salon kecantikan ibarat sahabat yang sulit terpisahkan, karena bagi perempuan salon kecantikan merupakan suatu tempat yang perlu dikunjungi secara rutin. Di salon kecantikan para kaum perempuan dibuat nyaman dan relaks dengan beragam macam jenis perawatan yang ditawarkan. Selain membuat para perempuan mendapatkan kenyamanan dalam perawatan kecantikan di salon, mereka juga dapat menyegarkan secara psikologis.

Seorang dokter kecantikan menyatakan bahwa keputusan konsumen dalam memilih klinik kecantikan saat ini tergolong unik, karena pasien yang datang pada klinik kecantikan tempat prakteknya terdapat fasilitas *membership* atau menawarkan diskon yang menarik untuk beberapa *treatment* tertentu.

Daya tarik yang ditonjolkan dari setiap salon kecantikan memiliki minat tersendiri di hati para konsumennya. Dari segi harga yang ditawarkan, berbagai macam produk yang digunakan, pelayanan yang di dapat dalam melakukan perawatan, dan masih banyak lagi penawaran-penawaran yang diberikan oleh setiap pemilik usaha salon kecantikan demi memikat hati para konsumennya.

Salon Bella Artistry adalah salon yang bergerak di bidang kecantikan yang berdiri pada bulan Februari tahun 2019. Selama 1 tahun berdirinya salon Bella Artistry, salon kecantikan ini sudah cukup terkenal di wilayah Surabaya Barat dan dapat bersaing dengan salon-salon kecantikan yang lain. Ketika konsumen membutuhkan perawatan maka para konsumen akan membuat janji temu sebelum datang langsung ke salon. Selain itu untuk meningkatkan pelayanannya pihak Bella Artistry mempunyai sistem *home service* yang tentunya dapat mempermudah konsumen yang memiliki kesibukan yang padat. Dengan konsumen menunggu dirumah para *therapist* dari salon Bella Artistry Surabaya akan datang secara langsung tanpa konsumen repot-repot datang ke salon.

Melakukan perawatan merupakan suatu hal yang penting bagi setiap orang. Perawatan yang dilakukan secara berkelanjutan dan berupaya menjaga serta menciptakan tubuh yang indah dan bersih untuk menjaga bentuk penampilan tubuh. Selain itu jika rutin dalam melakukan perawatan maka tubuh akan terhindar dari berbagai macam penyakit kulit dan dapat meningkatkan tingkat kepercayaan diri dari setiap orang.

Keputusan konsumen untuk menentukan pilihan untuk memilih salon kecantikan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal meliputi faktor harga, pelayanan para karyawan, fasilitas yang disediakan, dan masih banyak lagi yang bisa menjadikan tolak ukur para konsumen untuk mengambil keputusan.

Manfaat terbesar dari sebuah salon kecantikan adalah memanjakan dari semua para konsumennya sehingga mereka bisa melepas penat dan menenangkan pikiran

mereka. Selain itu juga para konsumen dapat mendapat informasi perawatan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Melakukan perawatan *Manicure* (perawatan tangan) dan *Pedicure* (perawatan kaki) merupakan suatu hal penting. Hal ini dilakukan untuk merelaksasi otot-otot di dalam tubuh dan juga dapat mencegah infeksi jamur. Jika para konsumen secara teratur merawat kaki dan tangan mereka maka memungkinkan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya terjangkit penyakit dan infeksi jamur yang lain.

Salon Bella Artistry memiliki berbagai macam perawatan yang ditawarkan meliputi *Pedicure* (perawatan kaki), *Manicure* (perawatan tangan), *Facial*, Sulam alis, Sulam kelopak mata, Sulam lesung pipi, *Eyelash* (pemasangan bulu mata palsu). Dengan menggunakan produk yang di datangkan langsung dari Negara Singapura, salon Bella Artistry tidak ingin mengecewakan konsumennya dengan memilih produk yang benar-benar bagus kualitasnya. Dari segi bentuk pelayanan konsumen, pemilik usaha salon Bella Artistry memastikan dengan benar bahwasannya para pegawainya sudah benar-benar memahami teknik dan prosedur yang di tetapkan.

Keputusan dalam memilih merupakan suatu bentuk tolak ukur dalam menentukan sesuatu. Dengan adanya harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang digunakan suatu salon kecantikan dan bagusnya bentuk pelayanan dari salon kecantikan bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi seorang konsumen dalam memutuskan untuk memilih perawatan di salon yang mereka sukai. Pemilik salon Bella Artistry Surabaya yaitu Ibu Cintya yang selalu menghimbau para karyawannya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas yang diberikan, dan







dari warisan budaya turun temurun yang berguna untuk menyehatkan dan mempercantik diri wanita dan terbukti khasiatnya serta aman yang dapat membuat wanita tampil cantik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengetahuan dan cara perawatan kecantikan yang dilakukan oleh wanita karir serta harapan dan keinginan wanita karir terhadap perawatan kecantikan dengan cara tradisional di Poltekkes Surakarta. Teknik pengambilan data yang dilakukan penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*in depth interview*) dan diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discation*) dengan jumlah informan 19.<sup>4</sup> Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dan teknik pengambilan data menggunakan wawancara. Perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian.

Penelitian keempat yaitu salah satu penelitian dari Ratna Sari Rahayu, 2019 yang berjudul “Analisis *Customer Value Index* Dalam Memilih Klinik Kecantikan Di Indonesia” hasil penelitian ini adalah *customer value index* tertinggi terdapat pada kombinasi kartu tiga sebesar 0,526 yaitu klinik kecantikan yang memiliki harga sedang, kualifikasi dokter dan terapis yang memegang sertifikat dan berpengalaman, tingkat privasi diseluruh ruangan, jenis fasilitas yaitu fasilitas dasar dan brand produk bermerk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kombinasi atribut klinik kecantikan yang menghasilkan *customer value index* tertinggi serta mengetahui atribut mana yang menjadi *value driver*.<sup>5</sup> Persamaan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitiannya yaitu pelayanan jasa kecantikan. Perbedaan penelitian yang

---

<sup>4</sup> Indarto, “Studi Fenomologi Pengetahuan Dan Merawat Kecantikan Secara Tradisional Pada Wanita Karir”, *Jurnal Terpadu Ilmu Kesehatan*, No 1, Vol 4 (Mei, 2015),58.

<sup>5</sup> Ratna Sari Rahayu, “Analisis Customer Value Index Dalam Memilih Klinik Kecantikan Di Indonesia”, *Jurnal Manajemen*, No 1, Vol 6 (April, 2019), 31.





















**Bab Ketiga** yaitu membahas deskripsi secara umum tentang objek penelitian yang berisi profil perusahaan, deskripsi perawatan dan keputusan konsumen memilih perawatan di salon Bella Artistry.

**Bab Keempat** yaitu analisa dan pembahasan hasil-hasil yang di dapat dari data dan kemudian dijabarkan secara terperinci. Dalam bagian ini merupakan analisis perilaku konsumen dalam memutuskan memilih perawatan di salon Bella Artistry Surabaya. Karena jika dalam perilaku konsumen dalam mengambil keputusan dalam memutuskan memilih perawatan di salon Bella Artistry Surabaya tersebut dirasa sudah sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ada, maka adanya analisis ini dilakukan agar salon Bella Artistry Surabaya tersebut dapat dioptimalkan dalam pendayagunaan dan pelayanannya.

**Bab Kelima** adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.















hal-hal tersebut adalah proses dan aktivitas ketika seorang konsumen berhubungan secara langsung dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.<sup>33</sup>

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam jurnal Hatane Samuel, pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian adalah sebuah bentuk pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya seseorang yang membuat keputusan haruslah memiliki beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan.<sup>34</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong kepuasan pembelian adalah tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang dipergunakan.<sup>35</sup> Menurut Sumarwan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen sebagai pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative mengenai proses, cara, perbuatan membeli, dengan

---

<sup>33</sup>Boyd L Walker, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Ahli Bahasa oleh Imam Nurmawan, (Jakarta:Erlangga,1997),123.

<sup>34</sup> Hatane Samuel, "Perilaku dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discoun di Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, No. 2, Vol 2, (Mei, 2000),75.

<sup>35</sup> Lydia Geonadhi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Banjarmasin", *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, No.2, Vol 12, (Oktober, 2011),157.



































- 2) Konsumen akan bertanya mengenai jam buka salon, harga, promo-promo yang ada, tipe-tipe dari perawatan, dan jam kosong yang tersedia di salon Bella Artistry.
- 3) Setelah konsumen setuju dengan jam kosong dan harga yang ditawarkan, maka nama konsumen akan dicatat di jadwal harian pengunjung salon Bella Artistry Surabaya.
- 4) Pada satu hari sebelum konsumen datang melakukan perawatan di salon Bella Artistry Surabaya, karyawan akan mengirimkan teks pengingat kepada konsumen melalui *whatsapp*.

#### **B. Keputusan Konsumen Memilih Perawatan di Salon Bella Artistry Surabaya**

Keputusan konsumen dalam memutuskan memilih suatu produk atau layanan jasa berdasarkan pada harga. Harga merupakan nilai finansial yang dimanfaatkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, harga ialah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Artinya harga seringkali digunakan sebagai indikator seseorang dalam memutuskan atau dalam menentukan keputusan pembelian. Harga juga akan berpengaruh terhadap konsep pertukaran nilai barang terhadap manfaat barang atau produk tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga adalah pertimbangan keputusan konsumen terkait manfaat atau kualitas produk dengan pemenuhan kebutuhannya.

Suatu keputusan konsumen memutuskan memilih perawatan di salon Bella Artistry Surabaya juga dipengaruhi oleh kualitas produk yang digunakan. Kualitas



- b. Bersikap sopan santun, ramah dan hormat kepada setiap konsumen yang datang tanpa bersikap rendah diri.
- c. Berlaku jujur dan adil, tidak membeda-bedakan dalam hal pelayanan konsumen.
- d. Menghormati pendapat dan perasaan konsumen dengan cara mendengarkan keluhan dan keinginannya secara sabar.
- e. Menepati janji yang telah dibuat dengan konsumen.
- f. Mengadakan percakapan yang masuk akal, bermakna, sopan dan patut.

Suatu keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, fasilitas yang diberikan, dan kualitas pelayanan yang *professional* sehingga dapat membentuk suatu sikap yang baik ditujukan pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul terhadap produk atau jasa apa yang akan dibeli. Sedangkan keputusan pembelian konsumen dapat diartikan sebagai bentuk kepuasan yang diambil oleh seorang calon pembeli menyangkut kepastian akan membeli atau tidak.



kecantikan tidak dapat dengan baik melaksanakan kegiatan pelayanannya.

- b) Toilet, diharus benar-benar bersih agar terhindar dari penyakit dan bau tidak sedap. Terdapat *tissue*, sabun cuci tangan, dan tempat sampah.
- c) Televisi, supaya para konsumen yang melakukan perawatan tidak bosan maka disela-sela *treatment* konsumen bisa merasa terhibur.
- d) *Air Conditioner* (AC), pendingin ruangan yang wajib ada di setiap ruangan perawatan. Agar konsumen merasa nyaman dan tidak kepanasan saat berada didalam ruangan salon.
- e) WiFi, dengan adanya koneksi internet yang dapat diakses secara gratis akan dapat menambah minat konsumen untuk melakukan perawatan di salon Bella Artistry Surabaya.
- f) Ruang tunggu, sebuah ruangan yang dibuat senyaman mungkin supaya seseorang yang menunggu tidak merasa bosan karena dilengkapi dengan kursi yang empuk dan terdapat lemari es.

Kualitas produk (*product quality*) menurut Kotler (2009:190) merupakan cirri dan karakteristik suatu barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat terpenuhi. Keinginan konsumen terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat























- . *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Narkubo, C dan Abu Achmadi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Mulyadi, Nasusastro. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Nugroho. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Panjaitan, Hotman. *Analisis Respon Konsumen Melalui Sistem Teknologi Informasi*. Surabaya: PT Refka Petra Media, 2013.
- Papundu, M Tika. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Rostamalis. *Perawatan Badan, Kulit dan Rambut*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Setiadi, J Nugroho. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Sutanto, Kusumadewi. *SPA Pengetahuan, Aplikasi dan Manfaat*. Jakarta: PT Gramedia Putaka Utama, 2002.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sutrisno, Hadi. *Metode Research*. Yogyakarta: UGM, 2002.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Soeratno. *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Revisi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing, 2006.
- Walker, Boyd. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Ahli Bahasa Indonesia oleh Imam Nurmawan. Jakarta: Erlangga, 1997.



