

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN *FACIAL* DI BEAUTYLICIOUS PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains
Terapan Pada Departemen Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Pariwisata dan
Perhotelan Universitas Negeri Padang*



Oleh:

**ASIH FAJRIANI
18078091/2018**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS DAN KECANTIKAN
DEPARTEMEN TATA RIAS DAN KECANTIKAN
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

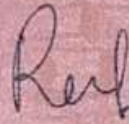
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN *FACIAL* DI BEAUTYLICIOUS PADANG

Nama : Asih Fajriani
NIM/BP : 18078091/2018
Program Studi : Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan
Departemen : Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2023

Disetujui oleh:
Pembimbing



dr. Prima Minerva, M.Biomed.
NIP. 19830124 201012 2 002

Mengesahin

Kepala Departemen Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Murni Astuti, S.Pd., M.Pd.T.
NIP. 19741201 200812 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan
Departemen Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen
terhadap Pelayanan *Facial* di *Beautifulicious* Padang
Nama : Asih Fajriani
NIM/BP : 18078091/2018
Program Studi : Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2023

Tim Penguji

1. Ketua : dr. Prims/Anuerva M.Biomed.
2. Anggota : Dra. Rahmianti, M.Pd., Ph.D.
3. Anggota : Mimi Yupelmi, S.ST., M.Pd.

1. 
2. 
3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN TATA RIAS DAN KECANTIKAN

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
Telp. (0751)7051186 e-mail: tatariasdankecantikan@gmail.com
Website <http://trk.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Asih Fajriani
NIM/BP : 18078091/2018
Program Studi : Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan
Departemen : Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN *FACIAL* DI BEAUTYLICIOUS PADANG"**

Adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di instansi UNP maupun dimasyarakat negara. Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Kepala Departemen Tata Rias dan Kecantikan
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Saya yang menyatakan,

Murni Astuti, S.Pd, M.Pd.T.
NIP. 19741201 200812 2002



Asih Fajriani
NIM. 18078091/2018

ABSTRAK

Asih Fajriani. 2023. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen terhadap Pelayanan *Facial* di BeautyLicious Padang

Kecantikan merupakan hal yang identik dengan perempuan. Salah satu perawatan kecantikan adalah yang paling diminati di BeautyLicious Padang adalah *facial*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen memilih *facial* di BeautyLicious Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 80 konsumen yang melakukan perawatan *facial* di BeautyLicious Padang dengan sampel 66 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi, dan angket. Teknik analisis data menggunakan analisa univariat dan pengujian asumsi klasik.

Hasil penelitian adalah faktor gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat konsumen. Faktor daya tarik iklan tidak berpengaruh terhadap minat konsumen. Faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat konsumen. Faktor reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat konsumen. Variabel gaya hidup (X_1), daya tarik iklan (X_2), kualitas layanan (X_3) dan reputasi perusahaan (X_4) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen pada pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi (r) sebesar 0,553 atau 55,3% menunjukkan bahwa gaya hidup, daya tarik iklan, kualitas layanan dan reputasi perusahaan mempunyai pengaruh yang cukup terhadap minat konsumen pada pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.

Diharapkan kepada perusahaan perawatan kecantikan untuk meningkatkan daya Tarik iklan, kualitas pelayanan, dan reputasi perusahaan dalam melayani konsumen.

Kata kunci: Faktor-faktor, Minat konsumen, Pelayanan *Facial*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Pelayanan *Facial* di BeautyLicious Padang**”. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi besar yaitu, Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada kita jalan yang lurus berupa ajaran agama Islam yang sempurna dan menjadikan anugerah serta rahmat bagi seluruh alam semesta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak dapat bantuan dan arahan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu dr. Prima Minerva, M.Biomed selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Rahmiati, M.Pd, Ph.D penguji I yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis sehingga penulis sampai pada tahap ini.
3. Ibu Mimi Yupelmi, S.ST, M.Pd, selaku dosen penguji II dua yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.
4. Ibu Siska Miga Dewi, S.ST, M.Pd selaku dosen Pembimbing Akademik memberikan arahan dan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini.
5. Seluruh staff pengajar dan teknisi Jurusan Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

6. Orang tua, Mama (Etti Sumarni), Papa (Anis), incim, teta, abang, bg randa, dan adit, serta kakak dan abang yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan dorongan serta bantuan moril dan materil yang merupakan alasan terbesar penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat tercinta yang selalu ada saat senang dan yang tidak pernah bosan dalam memberikan dukungan, perhatian dan memberikan yang terbaik bagi kelancaran skripsi penulis. Terkhusus Sari, Laura, Nadia dan Suci.
8. Serta teman-teman Departemen Tata Rias dan Kecantikan angkatan 2018 terkhusus Nurul Izzah, Euis, dan Indah yang telah memberikan dukungan dan masukan untuk penulisan skripsi ini.
9. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih telah berjuang bersama melewati semua ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah dan selalu yakin bahwa kita mampu. Terima kasih telah menjadi diri sendiri dengan versi terbaik yang dimiliki

Penulis berdo'a semoga bantuan, bimbingan dan dorongan yang telah diberikan menjadi amal baik dan ditempatkan Allah SWT sebagai ibadah dan bernilai pahala disisi-Nya. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk skripsi ini. Akhir kata penulis harapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan bagi penulis pribadi.

Padang, Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	11
1. Minat Konsumen	11
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen	16
3. <i>Facial</i>	34
B. Kerangka Konseptual	35
C. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	38
B. Waktu dan Tempat Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Variabel Penelitian	40
E. Definisi Operasional Variabel	41
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	43
G. Instrumen Penelitian	46

H. Uji Coba Penelitian	48
I. Teknik Pengolahan Data	54
J. Teknik Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian	60
1. Deskripsi Data Penelitian	60
2. Uji Univariat	60
3. Uji Asumsi Klasik	67
4. Analisis Regresi Berganda	69
5. Uji F	71
6. Uji t	72
7. Koefisien Korelasi (r)	74
B. Pembahasan	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	83
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA86

LAMPIRAN..... 90

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1....Data Kunjungan Konsumen pada Pelayanan <i>Facial</i> pada Tiga cabang BeautyLicious bulan Maret-Agustus 2022.....	5
2....Bobot Nilai Skala Likert.....	46
3....Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	46
4....Rekapitulasi Hasil Validasi Isi Angket.....	49
5....Rekapitulasi Hasil Validasi Angket.....	50
6....Indeks Koefisien Reliabilitas.....	52
7....Uji Reliabilitas Instrumen.....	52
8....Tingkat Capaian Responden (TCR).....	55
9....Nilai Koefisien Korelasi.....	58
10..Distribusi Frekuensi Karakteristik Umur.....	60
11..Distribusi Frekuensi Karakteristik Profesi Responden.....	60
12..Distribusi Frekuensi Karakteristik Penghasilan Responden.....	62
13..Distribusi Frekuensi Minat Konsumen.....	62
14..Distribusi Frekuensi Gaya Hidup.....	63
15..Distribusi Frekuensi Daya Tarik Iklan.....	64
16..Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	65
17..Distribusi Frekuensi Reputasi Perusahaan.....	66
18..Uji Normalitas.....	67
19..Uji Linearitas.....	68
20..Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
21..Uji Anova.....	71
22..Hasil Uji t.....	72
23..Model Summary.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1....Kerangka Konseptual.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Validitas
2. Reabilitas
3. Uji SPSS
4. Validasi Angket
5. Dokumentasi Penelitian
6. Kuesioner Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kecantikan merupakan hal yang identik dengan perempuan. Semua perempuan berhak memiliki predikat cantik. Kecantikan dianggap sesuatu hal yang penting bagi perempuan. Dalam buku *Getar Gender* karya A Nunuk Murtiati, bahwa kecantikan merupakan sesuatu hal yang diutamakan untuk dapat diterima dalam pekerjaan, maka dari itu perempuan berusaha untuk bisa dianggap cantik dengan berbagai cara (Murniati, 2004: 184).

Salon kecantikan adalah sebuah tempat usaha yang bergerak di bidang jasa kecantikan yang berhubungan dengan perawatan kecantikan dan kosmetik untuk pria dan wanita. Dimana salon kecantikan sebagai tempat untuk memperindah dan mempercantik tubuh dengan menyediakan perawatan berkaitan dengan kesehatan kulit, keindahan rambut, estetika wajah, perawatan kaki, perawatan kuku, *waxing* atau *hair removal* (Siregar, 2013:7). Salon kecantikan berbasis kesehatan (*skin care/beauty care*) merupakan sarana pelayanan umum untuk pemeliharaan kecantikan khususnya memelihara dan merawat kesehatan kulit (Minerva : 2019).

Menurut Peraturan Direktur Jenderal Bina Gizi dan Kesehatan Ibu dan Anak Nomor HK.01.01/BI.4/4051/2011 menyatakan salon kecantikan adalah “fasilitas pelayanan untuk memperbaiki penampilan melalui tata rias dan pemeliharaan kecantikan kulit dan rambut dengan menggunakan kosmetik secara manual, preparatif, aparatif dan dekoratif yang dilakukan oleh para ahli

kecantikan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki”. Sedangkan menurut Githa, 2012 salon kecantikan adalah jasa yang berkaitan dengan pelayanan perawatan kecantikan dari ujung rambut sampai ujung kuku, seperti pengguntingan rambut, *creambath*, *hair spa*, *hair mask*, *facial*, totok wajah, *body scrub*, *manicure*, dan *pedicure* (Githa, 2012: 169). Salon kecantikan juga mengingatkan akan kesehatan yang menjadi prioritas. (Rahmiati, 2018)

Salah satu perawatan kecantikan adalah yang paling diminati adalah *facial*. *Facial* merupakan tindakan untuk menjaga kesehatan dan kebugaran kulit wajah agar terhindar dari sel-sel kulit mati, debu, kotoran, sisa-sisa *make up* yang menempel pada kulit wajah, dan juga untuk menghindari terjadinya berbagai masalah pada kulit (Rachmi :2001). Kulit berfungsi sebagai pelindung tubuh dari berbagai pengaruh buruk dari luar, sehingga perlu untuk dirawat agar tidak mudah terserang penyakit, terutama (Rahmiati, 2018)

Facial bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kesehatan fungsi kulit. Kulit wajah tidak bisa terbebas dari kotoran baik debu maupun kosmetik yang menempel pada kulit, terutama bagi seseorang yang bepergian. Keadaan seperti ini akan menimbulkan beberapa gangguan pada kulit wajah, seperti komedo, jerawat, pigmentasi, kerutan dan sebagainya. Maka diperlukan *facial* secara teratur. *facial* secara teratur dapat dilakukan dengan teknik yang benar dan dengan kosmetik yang sesuai (Tresna, 2015). Facial terdiri dari perawatan kulit wajah secara manual dan *facial* secara khusus (Hakim dkk, 1998). *Facial* secara manual meliputi perawatan kulit wajah tanpa masalah yang terdiri dari perawatan kulit wajah normal, kering,

berminyak, kombinasi dan sensitif. *Facial* secara khusus merupakan perawatan kulit khusus yang bermasalah terdiri dari perawatan kulit berjerawat, kulit hiperpigmentasi, kulit *kering* dan dehidrasi dan kulit yang aging atau menua (Rostamailis, 2005). Banyak hal yang dilakukan wanita dalam menjaga kesehatan dan kecantikan kulit salah satunya dengan menggunakan kosmetika berbahan alami (Minerva, 2022)

Facial pada prinsipnya adalah prosedur yang melibatkan berbagai perawatan kulit, termasuk diantaranya pembersihan, diagnosa kulit, *skin peeling*, massage atau pijatan, pemberian nutrisi kulit, dan pemakaian masker wajah (Ermavianti, 2016). Kegiatan *facial* biasanya dilakukan di salon-salon kecantikan, tetapi juga umum di perawatan SPA. Menurut Rostamailis mengemukakan bahwa “*Facial* memiliki manfaat yaitu memberi kelembaban, merangsang sel sel kulit, mengeluarkan kotoran dan sel sel tanduk yang melekat dikulit, menormalkan kulit dari gangguan jerawat, bintik hitam dan mengeluarkan lemak yang berlebih pada kulit, mencegah, mengurangi keriput keriput dan hyperpigmentasi dan melancarkan peredaran darah”(Rostamailis, 2005:152)

Minat adalah *berarti* kecederungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu (Syah, 2003). Masing-masing ahli mendefinisikannya sesuai dengan pandangan dan disiplin keilmuan masing-masing. Keinginan atau minat dan kemauan atau kehendak sangat mempengaruhi corak perbuatan yang akan dilakukan seseorang. Minat konsumen merupakan seberapa besar kemungkinan konsumen berpindah dari satu merek ke merek lainnya (Keller, 2008). Menurut Sunyoto (2012) ada dua

faktor dasar yang mempengaruhi minat konsumen yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Untuk faktor internal terdiri dari gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari daya Tarik iklan, kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan.

Berdasarkan penelitian oleh Lisayinnimah tahun 2016 menunjukkan hasil bahwa faktor persepsi, motivasi dan gaya hidup mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial oxyflash* di Klinik Kecantikan Duraskin Surabaya(Lisayinnimah, 2016). Sedangkan penelitian Mita Yuniarti tahun 2013 menunjukkan hasil bahwa faktor daya tarik iklan, kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan mempengaruhi minat konsumen terhadap produk Rabbani (Mita, 2013). Usaha tidak harus berhubungan dengan benda atau bahan tetapi juga dihubungkan dengan jasa seperti usaha salon, pengiriman barang dan sebagainya. (Yupelmi, 2014)

BeautyLicious Padang merupakan salah satu salon yang ramai dan *branding* di Kota Padang yang terletak di Jl. S. Parman, No. 187, Ulak Karang Utara, Kec. Padang Utara, Padang, Sumatera Barat. BeautyLicious memiliki tiga cabang, cabang 1 yang terletak di Jl. S. Parman, No. 187, Ulak Karang Utara, Kec. Padang Utara, cabang 2 Jl. Proklamasi No.18, Alang Laweh, Kec. Padang Selatan dan cabang 3 di Bukittinggi terletak di Jl. Pemuda No.15F, Aur Tajungkang Tengah Sawah, Kec. Guguk Panjang. BeautyLicious Padang mempunyai karyawan sebanyak empat orang di cabang 1, pada cabang 2 mempunyai karyawan lima orang dan cabang 3 Bukittinggi empat orang. Karyawan BeautyLicious merupakan terapis

terampil dan handal dibuktikan bahwa terapis merupakan lulusan SMK Kecantikan. BeautyLicious memiliki lokasi strategis yang memudahkan pengunjung untuk melakukan perawatan, serta memiliki lahan parkir yang cukup luas dan juga dilengkapi dengan fasilitas seperti: WiFi, ruang tunggu yang nyaman, musik dan TV. BeautyLicious menjadi salah satu tempat kepercayaan kampus dan SMK Kecantikan di Kota Padang untuk dijadikan sebagai tempat praktek lapangan industri.

BeautyLicious mempunyai berbagai pelayanan meliputi perawatan kulit wajah, perawatan kulit kepala dan rambut, perawatan seluruh badan, perawatan tangan dan kaki serta penataan rambut. Ada beberapa perawatan wajah dibawah pengawasan dokter. Salah satu perawatan yang paling diminati oleh konsumen adalah *facial*.

Berdasarkan data kunjungan selama enam bulan terakhir yang diperoleh di BeautyLicious dari hasil observasi sebagai berikut:

Tabel 1. Data Jumlah Kunjungan Konsumen pada Pelayanan *Facial* pada Tiga Cabang BeautyLicious bulan Maret-Agustus 2022

No	Bulan	Cabang			Jumlah ketiga cabang
		BeautyLicious Padang Cabang 1	BeautyLicious Padang Cabang 2	BeautyLicious Cabang Bukittinggi	
1	Maret	125	120	100	345
2	April	140	125	120	385
3	Mei	150	150	144	444
4	Juni	180	164	150	494
5	Juli	90	60	60	210
6	Agustus	180	180	100	460

Sumber : BeautyLicious Padang

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung di tiga cabang pada bulan Maret sebanyak 345 konsumen. Pada bulan April

kunjungan meningkat sebanyak 385. Pada bulan Mei mengalami kenaikan dengan jumlah pengunjung 444. Bulan Juni mengalami kenaikan dengan jumlah pengunjung sebanyak 494. Pada bulan juli mengalami penurunan dengan jumlah pengunjung sebanyak 210. Sedangkan pada bulan agustus mengalami kenaikan jumlah pengunjung sebanyak 460.

Berdasarkan observasi dan wawancara awal yang dilakukan penulis pada tanggal 5 September 2022 di BeautyLicious Padang, penulis mewawancarai manager salon dengan Ibu Melisa. Hasil wawancara tersebut mengemukakan bahwa perawatan kulit wajah yang paling diminati oleh konsumen adalah *facial*, ditandai adanya jumlah konsumen dalam satu bulan dengan rata-rata 80-120 konsumen. Jumlah konsumen dalam satu hari adalah rata-rata 3-6 konsumen. Besarnya minat terhadap facial diatas juga dibenarkan oleh owner BeautyLicious Ibu Delfi mengatakan bahwa konsumen berminat melakukan *facial* dikarenakan daya tarik iklan yang dilakukan oleh BeautyLicious melalui promosi di media sosial seperti instagram dengan adanya promo setiap hari dan hasil wawancara dengan beberapa konsumen diantaranya dengan Ibu Sulastri umur 45 tahun, mengemukakan bahwa pelayanan facial di BeautyLicious Padang aman karena kualitas pelayanan pada kehandalan terapis. Sejalan dengan pernyataan Ibu Miranda umur 30 tahun bahwa *facial* di BeautyLicious karena sering mendapatkan diskon yang menarik dalam transaksi di BeautyLicious. Dengan adanya promo pelanggan berminat untuk melakukan

perawatan *facial*, serta memiliki fasilitas lengkap, pelayanan yang bagus, dan ramah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik meneliti lebih dalam mengenai “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen terhadap Pelayanan *Facial* di Beauty Licious Padang**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Gaya hidup konsumen pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang rata-rata menengah keatas.
2. Daya Tarik iklan yang dipromosikan oleh BeautyLicious Padang membuat konsumen terperdaya untuk melakukan pelayanan *facial*.
3. Kualitas pelayanan di BeautyLicious Padang dalam memberikan daya tanggap kurang baik.
4. Reputasi perusahaan belum diteliti lebih lanjut kepada konsumen yang melakukan pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.
5. Belum diteliti mengenai faktor gaya hidup, daya tarik iklan, kualitas pelayanan, dan reputasi perusahaan yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada penulis membuat batasan masalah sebagai berikut :

1. Faktor gaya hidup yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.
2. Faktor daya Tarik iklan yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.
3. Faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.
4. Faktor reputasi perusahaan yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.
5. Faktor gaya hidup, daya tarik iklan, kualitas penelitian, dan reputasi perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi minat konsumen pada pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang

D. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor gaya hidup mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang?
2. Apakah faktor daya tarik iklan mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang?
3. Apakah faktor kualitas pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang?
4. Apakah faktor reputasi perusahaan mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang?
5. Apakah faktor gaya hidup, daya tarik iklan, kualitas penelitian, dan reputasi perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang dicapai adalah sebagai berikut :

1. Tujuan umum

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.

2. Tujuan khusus

- a. Untuk mengetahui faktor gaya hidup yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.
- b. Untuk mengetahui faktor daya tarik iklan yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.
- c. Untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.
- d. Untuk mengetahui faktor reputasi perusahaan yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.
- e. Untuk mengetahui faktor gaya hidup, daya tarik iklan, kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan secara bersama-sama yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak diantaranya :

1. Bagi Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Menambah dan memperkaya pengetahuan serta sebagai referensi di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan khususnya Jurusan Tata Rias dan Kecantikan.

2. Bagi mahasiswa

Memberikan ilmu pengetahuan kepada mahasiswa tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap pelayanan *facial* di BeautyLicious Padang.

3. Bagi peneliti

Sebagai salah satu media untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat di bangku perkuliahan dengan kenyataan yang ada di lapangan dan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan dan mendapatkan gelar S.ST.