



## ABSTRAK

Analisis tanggapan konsumen salon kecantikan terhadap atribut produk, pelayanan dan harga ditinjau dari status wanita bekerja dan wanita tidak bekerja. Studi kasus pada beberapa daerah di Kabupaten Sleman.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada perbedaan tanggapan terhadap atribut produk, pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh salon kecantikan ditinjau dari status wanita bekerja dan wanita tidak bekerja. Penelitian dilakukan pada bulan November 1995 sampai bulan Januari 1996.

Dalam melakukan analisis terhadap data yang diperoleh penyusun menggunakan analisis diskriptif yaitu untuk mengetahui gambaran konsumen salon kecantikan. Kemudian analisis kuantitatif yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *Chi-Square*. Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan tanggapan konsumen salon kecantikan ditinjau dari status wanita bekerja dan wanita tidak bekerja di beberapa daerah Kabupaten Sleman dengan langkah-langkah sebagai berikut: menentukan pengujian hipotesis nihil dan hipotesis alternatifnya, memilih *level of significance*, kriteria pengujian, test kriteria dan kesimpulan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tidak ada perbedaan tanggapan terhadap atribut produk yang ditawarkan oleh salon kecantikan ditinjau dari status wanita bekerja dan wanita tidak bekerja. Ada perbedaan tanggapan terhadap atribut pelayanan yang ditawarkan oleh



A B S T R A C T

**ANALYSIS OF THE BEAUTY SALON CUSTOMERS' RESPONSE TO THE  
PRODUCT ATTRIBUTE, SERVICE AND PRICE REVIEWED FROM CAREER  
AND NON CAREER WOMEN**

**Eustasia Wawuk Saptarini  
Sanata Dharma University Yogyakarta**

This study is to understand whether there is response difference of product attribute, service and price offered by the beauty salon reviewed from career and non career women. The subjects were beauty salon customers in Sleman Regence from November, 1995 to January, 1996.

The sample technique was non random purposive sampling. The subjects group was selected based in certain characteristics considered to be related closely, or population known previously.

The results show that there is no significant response difference of product attribute, but there is a significant response difference of service and of price attributes, offered by the beauty salon reviewed from career and non career women.