

## ABSTRAK

**Pola Konsumsi Kosmetika Perawatan Kulit Muka ditinjau  
dari Usia dan Besarnya Penghasilan  
Studi Kasus pada Larissa Salon di Jalan C. Simanjuntak 78 Yogyakarta**

**Ami Tri Susnendriati  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2002**

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengidentifikasi profil konsumen *Larissa Salon*, (2) Untuk mengetahui pola konsumsi kosmetika perawatan kulit muka ditinjau dari usia dan besarnya penghasilan. Penelitian dilakukan di *Larissa Salon* di Jalan C. Simanjuntak 78 Yogyakarta dari bulan September sampai dengan Oktober 2001.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen *Larissa Salon* yang berjumlah  $\pm$  1000 orang perbulannya. Jumlah sampel 100 orang dan diambil secara *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner, observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis persentase dan analisis *Chi-Square*.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Konsumen *Larissa Salon* pada umumnya adalah wanita usia 20 – 24 th, berpenghasilan tinggi, berpola konsumsi golongan menengah, berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar, belum menikah, telah menggunakan perawatan kulit lebih dari 3 tahun, dan berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta. (2) Hasil analisis *Chi-Square* menunjukkan (a) Golongan usia tidak mempengaruhi pola konsumsi kosmetika perawatan kulit, (b) Besarnya penghasilan mempengaruhi pola konsumsi kosmetika perawatan kulit.

## **ABSTRACT**

**Consumption Patterns of Facial Skin-Care Cosmetics Viewed From Customers'  
Ages and Income Levels  
A Case Study at "Larissa Salon", Jl. C. Simanjuntak 78  
Yogyakarta**

**Ami Tri Susnendriati  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2002**

The purposes of this study were (1) to identify the consumer profile at "Larissa Salon", (2) to know the consumption patterns of facial skin-care viewed from consumers' ages and income levels. This study was conducted at "Larissa Salon", Jalan C. Simanjuntak 78, Yogyakarta from September to October 2001.

The population of this study consisted of "Larissa Salon's" costumers that amount to  $\pm$  1000 people every month. The sample size was determined as 100 people and taken by using purposive sampling. The data collecting techniques used were questionnaire, observation, interviews and documentation. The data analysis techniques used were percentage and Chi-Square analysis.

The results of the study showed that (1) Generally, "Larissa Salon" customers were women at 21-24 years of age, earning a high income, middle class, students, not married yet, having used skin-care cosmetics for more than 3 years, and coming from Daerah Istimewa Yogyakarta; (2) The results of the Chi-Square analysis showed that (a) the age categories did not influence the consumption patterns of skin-care cosmetics, (b) the income levels did influence the consumption pattern of skin-care cosmetics.