

ABSTRAK SKRIPSI

Berdasarkan pengamatan dewasa ini pemakaian kosmetik khususnya styling foam telah menjadi mode dikalangan remaja yang ingin tampil menarik dengan tatanan rambut yang serasi. Dari styling foam yang beredar dipasaran penulis memilih 3 (tiga) merek yaitu (Rudy Hadisuwarno, L'oreal Studio dan Wella karena ketiga merek itu berada pada posisi yang sejajar dan banyak dikonsumsi oleh mayoritas kaum remaja di Surabaya.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membandingkan atribut apa saja yang menyebabkan konsumen membeli ketiga merek itu, sehingga dapat diperoleh informasi masing-masing keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh produk styling foam dari ketiga merek tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keunggulan-keunggulan atribut produk inti, nyata dan tambahan yang dimiliki oleh styling foam merek Rudy Hadisuwarno, L'oreal Studio dan Wella serta membandingkan hasil dari keunggulan atribut produk total diantara ketiga merek tersebut.

Untuk memperoleh data dari konsumen dengan menggunakan cara atau alat kuesioner (daftar pertanyaan).

Populasinya adalah konsumen produk styling foam Rudy Hadisuwarno, L'oreal Studio dan Wella di Surabaya dengan menggunakan teknik sampling non probability sampling tipe purposive sampling karena pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan peneliti. Dimana pengambilan sampel dilakukan pada toko-toko kosmetik (UD Megah Sari jalan Pengampon 35, UD Sari Pacific jalan Pengampon 45, UD Lana jalan Pengampon 49), salon-salon kecantikan (House of Bang-bang jalan Undaan Wetan 54B, JDF Hair and Beauty Salon jalan Undaan Wetan 28), supermarket (Hero Tunjungan Plaza) dari tanggal 2 juni sampai 10 Juli 1993 dengan mendatangi tempat tersebut secara bergantian pada hari Senin sampai hari Sabtu (jam 10.00 - 15.00). Responden yang dijadikan sampel adalah orang-orang yang mendatangi tempat tersebut khususnya para remaja baik pria maupun wanita yang berumur 15 - 25 tahun (belummenikah) dan sudah pernah membeli dan

menggunakan ketiga produk styling foam merek Rudy Hadisuwarno, L'oreal Studio dan Wella.

Hasil dari penilaian konsumen ini dirata-rata serta dicari standar deviasinya. Hal ini memungkinkan karena jenis datanya adalah interval. Setelah dihitung rata-ratanya serta standar deviasinya maka uji hipotesis yang digunakan ialah uji Z.

Hasil kesimpulan dari penilaian ini adalah pada produk styling foam Rudy Hadisuwarno, atribut produk tertinggi dicapai oleh produk tambahan, disusul oleh produk inti, yang terakhir adalah produk nyata. Pada produk styling foam L'oreal Studio atribut tertinggi dicapai oleh produk tambahan, disusul oleh produk nyata, yang terakhir adalah produk inti. Pada produk styling foam Wella, atribut produk tertinggi dicapai oleh produk tambahan, disusul oleh produk nyata yang terakhir adalah produk inti. Pada produk styling foam, atribut produk total tertinggi dicapai oleh Rudy Hadisuwarno, disusul oleh L'oreal Studio dan yang terakhir adalah Wella.

Atribut produk sebagaimana terukur pada produk total Rudy Hadisuwarno sama dengan produk total L'oreal Studio dengan rincian sebagai berikut : atribut produk sebagaimana terukur pada produk inti Rudy Hadisuwarno lebih tinggi dari produk inti L'oreal Studio, atribut produk sebagaimana terukur pada produk nyata Rudy Hadisuwarno sama dengan produk nyata L'oreal Studio, atribut produk sebagaimana terukur pada produk tambahan Rudy Hadisuwarno sama dengan L'oreal Studio.

Atribut produk sebagaimana terukur pada produk total Rudy Hadisuwarno lebih tinggi dari produk total Wella dengan rincian sebagai berikut : atribut produk sebagaimana terukur pada produk inti Rudy Hadisuwarno lebih tinggi dari produk inti Wella, atribut produk sebagaimana terukur pada produk nyata Rudy Hadisuwarno sama dengan produk nyata Wella, atribut produk sebagaimana terukur pada produk tambahan Rudy Hadisuwarno lebih tinggi dari produk tambahan Wella.

Atribut produk sebagaimana terukur pada produk total L'oreal Studio lebih tinggi dari produk total Wella, dengan rincian sebagai berikut: atribut produk sebagaimana terukur pada produk inti L'oreal Studio lebih tinggi dari produk inti Wella, atribut produk sebagaimana

terukur pada produk nyata L'oreal Studio lebih tinggi dari produk nyata Wella, atribut produk sebagaimana terukur pada produk tambahan L'oreal Studio lebih tinggi dari produk tambahan Wella.

