

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1.1 Sejarah Al-Zena Skin Care Pati

Di era modern ini,sebagain besar wanita merasa lebih percaya diri ketika ia memiliki kulit yang terlihat cerah, keang, halus dan terbebas dari tanda-tanda penuaan. Para wanita berlomba-lomba mempercantik dirinya dengan menggunakan kosmetik yang dapat membuat penampilannya terlihat lebih menawan. Fenomena ini tidak hanya dirasakan oleh masyarakat perkotaan saja, para wanita di daerahpun juga merasakan hal yang sama. Apalagi ditunjang dengan kemudahan teknologi dan informasi yang semakin mudah untuk diakses oleh siapa saja dan di mana saja. *Trend* apapun yang sedang disukai oleh masyarakat global, tentunya akan dengan mudah diketahui dan diikuti oleh masyarakat di desa sekalipun. Tidak terkecuali *trend* kosmetik yang memang saat ini telah menjadi kebutuhan primer wanita-wanita masa kini.

Al-Zena Skin Care Pati hadir untuk menjawab tingginya kebutuhan akan produk-produk kosmetik yang berkualitas bagi masyarakat di daerah, khususnya di Kabupaten Pati dan sekitarnya. Al-Zena Skin Care Pati mulai dirintis oleh dr. Novy Oktaviana pada tahun 2009. Pada awal kemunculannya, Al-Zena Skin Care Pati masih menjadi bagian dari Klinik Bintara Husada, klinik umum yang juga milik dr. Novy Oktaviana. Kemudian pada tahun 2012, mulai membuka cabang yang pertama di Rembang dan diikuti dengan pembukaan cabang-cabang lain

yang tersebar di beberapa kecamatan di Kabupaten Pati, Blora, Grobogan, Kudus dan Pemalang.

Hingga saat ini, Al-Zena Skin Care Pati sudah membuka 13 cabang. Beberapa dari 13 cabang tersebut merupakan hasil usaha *franchise* atau kemitraan. Bentuk usaha ini kedepannya akan terus dikembangkan oleh dr. Novy Oktaviana agar mimpi Al-Zena Skin Care Pati mampu menjangkau seluruh daerah-daerah di Indonesia dapat terwujud. Dengan membangun kemitraan, kesempatan untuk menjalin kerjasama dan menciptakan banyak lapangan pekerjaan baru akan semakin terbuka lebar.

2.1.2 Visi dan Misi Al-Zena Skin Care Pati

Visi dan misi perusahaan merupakan salah satu unsur kelengkapan yang harus ada dan dimiliki oleh sebuah perusahaan. Kedua komponen ini menjadi arah dan pedoman atas semua proses pengambilan keputusan. Secara umum, visi perusahaan merupakan susunan kalimat yang mana di dalamnya terkandung tujuan dan harapan yang ingin diraih oleh perusahaan di masa yang akan datang. Sedangkan misi, secara umum misi diartikan sebagai sebuah alasan mendasar mengapa sebuah perusahaan didirikan.

Sebagai sebuah usaha bisnis yang memiliki tujuan masa depan yang jelas dan tahu bagaimana cara-cara mencapai tujuan tersebut, Al-Zena Skin Care Pati juga menyusun visi dan misi yang dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan kegiatan usahanya. Berikut ini adalah Visi dan Misi Al-Zena Skin Care Pati :

1. Menjadikan Al-Zena Skin Care menjadi pilihan skin care pertama di Indonesia sampai di kota-kota kecamatan.
2. Meningkatkan pengembangan produk Al-Zena Skin Care secara kemitraan yang profesional dan modern.
3. Menciptakan lapangan kerja bagi mereka yang memiliki kecakapan di bidang kecantikan.
4. Bekerja adalah ibadah dan selalu mengembangkan bisnis dengan warna Islami dan kekeluargaan.

2.1.3 Logo Al-Zena Skin Care Pati

Logo perusahaan berfungsi sebagai identitas yang membedakannya dengan perusahaan lain. Logo biasanya dibuat unik dan disesuaikan dengan karakter perusahaan agar mudah diingat oleh masyarakat. Logo juga digunakan sebagai penanda keaslian produk dan menghindarkan perusahaan dari upaya pemalsuan produk yang dapat merusak citra perusahaan di mata masyarakat. Berikut ini merupakan logo perusahaan yang digunakan oleh Al-Zena Skin Care Pati :

Gambar 2.1

Logo Al-Zena Skin Care Pati



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

Logo Al-Zena Skin Care Pati berupa huruf “A” untuk Al dan “Z” untuk Zena, yang mana jika dilihat secara seksama kedua huruf tersebut membentuk siluet wajah seorang wanita. Warna hijau pada huruf “A” diberikan untuk menonjolkan nuansa islami dan warna ungu pada huruf “Z” diberikan untuk memberikan kesan mewah. Nama Al-Zena sendiri dalam Bahasa Arab berarti “wanita cantik yang tangguh”. Makna yang mendalam dari nama tersebut, mengandung harapan bahwa baik kini dan nanti Al-Zena Skin Care Pati akan tetap tangguh dan mampu mengikuti perkembangan zaman.

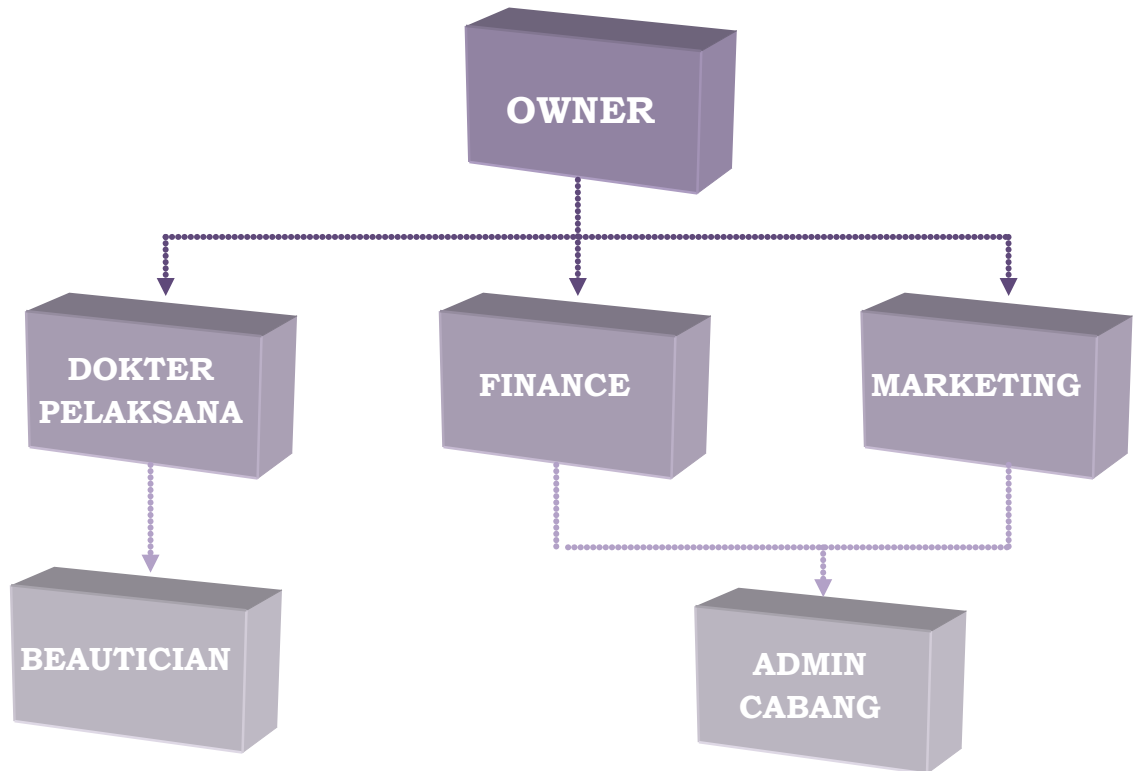
2.1.4 Struktur Organisasi Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong

Al-Zena Skin Care Pati merupakan sebuah usaha perorangan dalam bentuk CV atau persekutuan komanditer yang dimiliki oleh pasangan suami istri Ir. Indiyatno Nur Setyadi dan dr. Novy Oktaviana. Al-Zena Skin Care Pati dipimpin langsung oleh Ir.Indiyatno Nur Setyadi dan membawahi beberapa orang karyawan pada beberapa divisi yang terbagi dalam suatu struktur organisasi.

Struktur organisasi merupakan penentuan bagaimana pekerjaan dibagi-bagi dan dikelompokkan secara formal. Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan. Struktur organisasi menunjukkan dengan jelas pembagian jabatan dan tugas masing-masing orang dalam suatu perusahaan sehingga setiap pekerjaan dapat dilaksanakan dengan baik. Berikut ini merupakan struktur organisasi Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong :

Gambar 2.2

Struktur Organisasi Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

Berdasarkan bentuknya, struktur organisasi yang digunakan oleh Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong merupakan struktur organisasi fungsional, di mana tugas dan jabatan dibagi berdasarkan fungsi-fungsi manajemen seperti keuangan, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia. Karyawan-karyawan yang memiliki *skill* dan tugas yang sama akan dikelompokkan ke dalam satu unit kerja. Berikut ini adalah tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan :

a. *Owner*

Pemilik perusahaan bertanggung jawab melakukan kontrol dan evaluasi kinerja bawahannya. Sebagai pemilik perusahaan, *owner* memiliki tugas sebagai

pengambil keputusan. Di sini *owner* juga merangkap sebagai manajer HRD yang berkewajiban menyusun rencana pelatihan dan pengembangan karyawan termasuk juga melakukan perekrutan karyawan baru.

b. Dokter pelaksana

Tenaga dokter bertugas melakukan pemeriksaan dan pelayanan konsultasi, meresepkan produk dan menyarankan jasa *treatment* kecantikan apa yang perlu digunakan oleh pelanggan. Selain itu, dokter pelaksana juga bertugas mendampingi dan memastikan *beautician* yang melayani *treatment* kecantikan tidak melakukan kesalahan.

c. *Finance*

Penyusunan laporan keuangan, pencatatan transaksi keuangan, penetapan harga, perencanaan keuangan dan penggajian karyawan menjadi tugas dan tanggung jawab seorang manajer *finance*.

d. *Marketing*

Manajer *marketing* bertugas menyusun katalog produk dan *treatment*, menyusun program potongan harga dan menginformasikan program potongan harga tersebut ke admin masing-masing cabang. Manajer *marketing* juga bertugas untuk melakukan penawaran kepada calon mitra *franchise*.

e. *Beautician*

Tenaga *beautician* bertugas untuk melayani pelanggan baik untuk pembelian produk maupun penggunaan *treatment*. Kebersihan ruangan dan peralatan *treatment* juga merupakan tanggung jawab *beautician*.

f. Admin cabang

Admin cabang bertugas untuk menginformasikan program potongan harga ke pelanggan melalui media sosial. Selain itu, admin cabang juga bertugas untuk melayani pelanggan yang melakukan pembelian secara *online*. *Stock opname* dan *quality control* produk menjadi tanggung jawab admin cabang. Pengelolaan dan pencatatan transaksi keuangan perhari juga menjadi tanggung jawab admin cabang.

2.1.5 Produk dan Jasa *Treatment* Kecantikan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong

Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong merupakan sebuah klinik kecantikan yang tidak hanya menawarkan produk perawatan kecantikan kulit, tetapi juga jasa *treatment* perawatan kecantikan kulit. Berikut ini merupakan jenis produk dan jasa *treatment* kecantikan yang ditawarkan oleh Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong :

2.1.5.1 Produk Kecantikan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong

Jenis produk kecantikan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong dibagi menjadi dua yaitu *face product* dan *body product*. Berikut ini merupakan jenis-jenis beserta fungsi dan manfaat dari masing-masing produk :

1. *Face product*

a. *Day cream*

Padatnya aktivitas *outdoor* di siang hari dapat menjadi pemicu munculnya masalah pada kulit wajah. Paparan sinar matahari dan polusi menjadi penyebab utama terjadinya gangguan yang mengakibatkan kulit menjadi tidak sehat. Produk *daily care* memiliki fungsi utama sebagai pelindung kulit dari efek buruk sinar matahari dan polusi. Selain berfungsi sebagai pelindung, *day cream* juga bermanfaat melembabkan kulit agar kulit tetap terjaga kelembutannya dan membantu *make up* lebih tahan lama.

Gambar 2.3

Day cream



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

b. *Night cream*

Malam hari merupakan waktu yang paling tepat untuk menutrisi kulit wajah. Saat kulit sedang istirahat, penyerapan zat-zat yang terkandung dalam produk akan lebih mudah diserap oleh kulit. Fungsi utama dari *night cream* adalah membantu proses peremajaan kulit yang tidak sehat menjadi sehat kembali. Dosis yang diberikan juga harus disesuaikan dengan kondisi kulit konsumen, penggunaan *night cream* yang tepat tentu akan mempercepat proses peremajaan kulit.

Gambar 2.4

Night cream



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

c. *Cleansing*

Cleansing berfungsi sebagai pembersih wajah dari minyak, debu dan *make up* yang menepel pada kulit wajah. Penggunaan *cleansing* sangat diperlukan karena produk ini mampu membersihkan kulit secara menyeluruh sampai ke dalam pori-pori kulit. Selain itu, *cleansing* juga berfungsi membunuh bakteri penyebab masalah kulit seperti jerawat dan iritasi.

Gambar 2.5

Cleansing



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

d. Face tonic

Setelah penggunaan *cleansing*, tahap selanjutnya adalah penggunaan *face tonic*. Produk ini berfungsi sebagai penyegar dan peringkas pori-pori kulit. Sama halnya dengan *cleansing*, *face tonic* juga berfungsi sebagai pembunuh bakteri penyebab jerawat dan iritasi kulit.

Gambar 2.6

Face tonic



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

e. *Face wash*

Mencuci wajah menggunakan *face wash* merupakan tahap akhir pembersihan minyak, debu dan sisa *make up* yang masih menempel pada kulit meskipun telah dibersihkan dengan *cleansing* dan disegarkan dengan *face tonic*. Produk ini juga bermanfaat sebagai pembunuh bakteri penyebab jerawat dan iritasi kulit. Setelah penggunaan *face wash*, kulit wajah akan terasa benar-benar bersih.

Gambar 2.7

Face wash



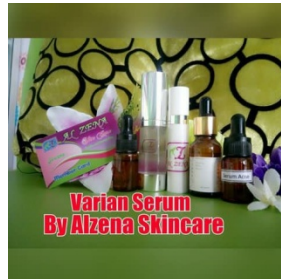
Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

f. Serum

Serum merupakan produk penunjang *night cream* agar dapat berfungsi secara maksimal. Penggunaan *night cream* dan serum secara bersamaan akan lebih cepat hasilnya dibandingkan dengan pemakaian hanya salah satunya saja.

Gambar 2.8

Serum



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

g. Bedak

Bedak bermanfaat menutupi kekurangan yang ada pada wajah agar terlihat lebih sempurna. Bedak biasanya digunakan untuk menyamarkan noda hitam, jerawat dan keriput. Selain itu, penggunaan bedak berfungsi untuk mencerahkan warna kulit dan membuatnya terlihat lebih segar. Bedak juga memiliki kemampuan melindungi kulit dari efek buruk sinar matahari dan polusi.

Gambar 2.9

Bedak



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

2. Body product

a. Handbody lotion

Handbody lotion berfungsi mencerahkan, melembabkan dan menghaluskan kulit tangan dan kaki. Biasanya, *handbody lotion* terdiri dari dua jenis yaitu *handbody lotion* untuk penggunaan siang hari dan *handbody lotion* untuk penggunaan malam hari. Fungsinya sama dengan *day cream* dan *night cream*, *handbody lotion* siang untuk melindungi dari efek buruk sinar matahari dan polusi sedangkan *handbody lotion* malam berfungsi untuk mencerahkan kulit.

Gambar 2.10

Handbody lotion



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

b. Body wash

Body wash berfungsi sebagai pembersih kulit dari debu dan keringat yang menempel pada kulit. Selain membersihkan, nutrisi yang terkandung dalam *body wash* juga membantu melembabkan, melembutkan dan mencerahkan kulit.

Gambar 2.11

Body wash



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

3. *Lip care*

Terlalu sering menggunakan pemerah bibir seperti *lipstick*, *liptint* dan lain sebagainya, seringkali menimbulkan masalah seperti bibir menghitam, kasar dan pecah-pecah. *Lip care* berfungsi sebagai produk perawatan yang dibuat khusus untuk membantu melembabkan bibir dan mencerahkan warna bibir.

Gambar 2.12

Lip care



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

4. *Eye gel*

Eye gel berfungsi untuk mengurangi mengurangi *wrinkle* atau kerut halus di sekitar mata dan lingkaran hitam di sekitar mata atau biasa disebut “mata panda”.

Gambar 2.13

Eye gel

Eye Gel

by
dr. Novy Oktaviana



Sumber Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong, 2017

2.1.5.2 Jasa *Treatment* Kecantikan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong

Jenis jasa *treatment* kecantikan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong dibagi menjadi dua yaitu *face treatment* dan *body treatment*. Berikut ini merupakan jenis-jenis beserta fungsi dan manfaat dari masing-masing jasa *treatment* :

1. *Face treatment*

a. *Facial*

a) *Facial whitening*

Facial whitening bermanfaat untuk mencerahkan dan mempertahankan kelembaban kulit wajah. Untuk hasil maksimal, biasanya *treatment* ini harus dilakukan minimal sebulan sekali secara kontinyu.

b) *Facial acne*

Facial acne bermanfaat untuk membunuh bakteri penyebab munculnya jerawat. *Treatment* ini sangat cocok bagi para pemilik kulit yang cenderung mudah berjerawat.

c) *Facial detox*

Facial detox bermanfaat untuk membuang racun yang disebabkan oleh polusi dan zat kimia berbahaya yang menumpuk pada kulit akibat terlalu lama menggunakan skin care yang mengandung merkuri, hidrokinon dan zat kimia berbahaya lainnya.

b. *Peeling*

a) *Peeling whitening*

Treatment ini bermanfaat untuk mengangkan sel-sel kulit mati yang menumpuk pada kulit wajah. Selain untuk mencerahkan kulit, *peeling whitening* juga berfungsi untuk menyamarkan flek hitam dan bekas jerawat.

b) *Peeling acne*

Peeling acne bermanfaat untuk mengempeskan jerawat dan mencegah pertumbuhan jerawat baru.

c. *Dermaroller*

Treatment ini bermanfaat untuk mengurangi bopeng atau bekas jerawat yang berupa cekungan pada kulit. *Dermaroller* merangsang pertumbuhan kulit baru yang nantinya akan menutup bagian kulit yang cekung.

d. *Microdermabasi*

Microdermabasi bermanfaat untuk mengecilkan pori-pori dan menghaluskan kulit. Selain itu, *treatment* ini juga bermanfaat untuk mengencangkan kulit dan menyamarkan keriput.

2. *Body peeling*

Body peeling bermanfaat untuk mencerahkan, mengencangkan dan menghaluskan kulit tangan dan kaki. Setelah melakukan *treatment* ini, sel-sel kulit mati akan mengelupas dan digantikan oleh sel-sel kulit baru yang lebih cerah dan halus.

3. *Eye treatment*

Eye treatment bermanfaat untuk menghilangkan lingkaran hitam dan menyamarkan garis-garis halus di sekitar mata.

2.2 GAMBARAN IDENTITAS RESPONDEN

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil responden 100 pelanggan wanita berusia di atas 15 tahun yang memiliki *member card* dan minimal dalam 3 bulan terakhir aktif melakukan pembelian serta menggunakan produk sekaligus jasa

treatment kecantikan di Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong. Gambaran umum yang diperoleh pada pengisian identitas responden meliputi nama, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan besarnya pengeluaran per bulan dan dari mana mengenal Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.

2.2.1. Responden Berdasarkan Usia

Secara umum, pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong terdiri dari wanita-wanita dengan usia yang berbeda-beda sehingga responden dalam penelitian ini juga memiliki usia yang berbeda-beda. Tabel berikut merupakan pengelompokan responden berdasarkan usia :

Tabel 2.1
Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	%
1	16 – 25 tahun	35	35
2	26 – 35 tahun	43	43
3	36 – 45 tahun	15	15
4	46 – 55 tahun	7	7
5	>55 tahun	0	0
TOTAL		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong didominasi oleh kalangan usia 16-25 tahun yaitu sebanyak 35 orang atau sebesar 35% dan kalangan usia 26-35 tahun yaitu sebanyak 43 orang atau sebesar 43%. Hal ini menunjukkan bahwa produk dan jasa *treatment* kecantikan yang ditawarkan oleh klinik kecantikan tersebut lebih banyak diminati

oleh wanita muda yang memang kebanyakan wanita pada usia tersebut memiliki ketertarikan yang lebih terhadap perawatan kulit dibandingkan dengan wanita pada usia di atas 35 tahun.

2.2.2 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Secara umum, pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong memiliki tingkat pendidikan akhir yang berbeda-beda sehingga responden pada penelitian ini juga memiliki pendidikan akhir yang berbeda-beda. Berikut ini adalah pengelompokan responden berdasarkan tingkat pendidikan akhir :

Tabel 2.2
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Frekuensi	%
1.	SD	8	8
2.	SMP	53	53
3.	SMA	16	16
4.	Diploma/Sarjana	22	22
5.	S2	1	1
TOTAL		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Data primer di atas menunjukkan bahwa pelanggan didominasi oleh wanita dengan pendidikan terakhir pada Sekolah Menengah Pertama yaitu sebanyak 53 orang atau sebesar 53%. Pelanggan dengan tingkat pendidikan menengah pertama biasanya merupakan remaja yang sedang menempuh pendidikan pada Sekolah Menengah Atas. Atau bisa juga memang pelanggan tersebut tidak melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tidak atau belum berpendidikan tinggi, pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang

Winong tersebut tetap memiliki keinginan untuk memelihara dan mempercantik kulitnya.

2.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Secara umum pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong memiliki tingkat pendidikan akhir yang berbeda-beda sehingga jenis pekerjaan yang mereka miliki juga berbeda. Responden pada penelitian ini juga memiliki jenis pekerjaan yang berbeda-beda. Berikut ini adalah pengelompokan responden berdasarkan jenis pekerjaan :

Tabel 2.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pendidikan	Frekuensi	%
1	Pelajar/Mahasiswa	21	21
2	Pengusaha	4	4
3	Pegawai Swasta	24	24
4	Pegawai Negeri	12	12
5	Ibu Rumah tangga	35	35
6	Profesional (ex : Pengacara, Dokter, dll)	2	2
7	Pensiunan	1	1
8	Lainnya	1	1
TOTAL		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Pada tabel di atas, data menunjukkan bahwa pelanggan paling banyak adalah berprofesi sebagai ibu rumah tangga yaitu sebanyak 35 orang atau sebesar 35 %. Artinya, meskipun lokasinya di daerah pedesaan, para ibu rumah tangga tetap mempercayakan perawatan kulitnya pada Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong yang memiliki berbagai macam keunggulan yang tentunya telah dirancang dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggannya.

2.2.4 Responden Berdasarkan Besarnya Pengeluaran

Berdasarkan tabel 2.3 dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini memiliki pekerjaan sekaligus penghasilan yang berbeda-beda sehingga pengeluaran per bulan pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong berbeda. Oleh karena itu, responden pada penelitian ini juga memiliki pengeluaran per bulan yang berbeda-beda. Berikut ini adalah pengelompokan responden berdasarkan tingkat besarnya pengeluaran perbulan :

Tabel 2.4
Responden Berdasarkan Besarnya Pengeluaran

No.	Pengeluaran Per Bulan	Frekuensi	%
1.	<Rp.500.000	6	6
2.	>Rp.500.000-Rp.1.500.000	48	48
3.	>Rp.1.500.000-Rp.2.500.000	39	39
4.	>Rp.2.500.000-Rp.3.500.000	5	5
5.	>Rp.3.500.000-Rp.4.500.000	2	2
TOTAL		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa pelanggan didominasi oleh kalangan ekonomi menengah dengan pengeluaran per bulan berkisar antara >Rp.500.000-Rp.1.500.000 sebesar 48% responden dan >Rp.1.500.000-Rp.2.500.000 sebesar 39% responden. Hal ini menunjukkan bahwa Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong telah sukses meraih segmen pasarnya yaitu masyarakat pedesaan yang memiliki biaya hidup yang cukup rendah. Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong mampu memosisikan dirinya sebagai satu-satunya klinik kecantikan yang menawarkan produk dan jasa *treatment* kecantikan yang sesuai

dengan daya beli masyarakat di Pati khususnya masyarakat yang tinggal di wilayah Kecamatan Winong dan sekitarnya.

2.2.5 Responden Berdasarkan Darimana Mengenal Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong

Pelanggan memperoleh informasi mengenai produk dan jasa *treatment* kecantikan pada Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong dengan cara yang berbeda-beda sehingga responden dalam penelitian ini juga memperoleh informasi dengan cara yang berbeda-beda. Berikut ini adalah pengelompokan responden berdasarkan dari mana mengenal Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong :

Tabel 2.5
Responden Berdasarkan Darimana Mengenal Al Zena Skin Care Pati
Cabang Winong

No.	Dari Mana Mengenal Al-Zena Skin Care	Frekuensi	%
1.	Teman	44	44
2.	Keluarga	11	11
3	Media Sosial	41	41
4	Internet	4	4
5	Iklan	0	0
6.	Lainnya	0	0
TOTAL		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebanyak 44 orang atau sebesar 44% pelanggan mengenal Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong dari teman. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran melalui *word of mouth* menjadi

cara yang paling efektif untuk menarik simpati pelanggan. Selain itu, sebanyak 41 orang atau sebesar 41% mengenal Al-Zena Skin Care Cabang Winong dari Media Sosial. Promosi produk dan jasa *treatment* kecantikan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong yang dilakukan secara konsisten di Media Sosial seperti Facebook dan Instagram mempermudah pelanggan untuk memperoleh informasi tentang produk dan juga informasi tentang promo potongan harga yang selalu bervariasi setiap bulannya.