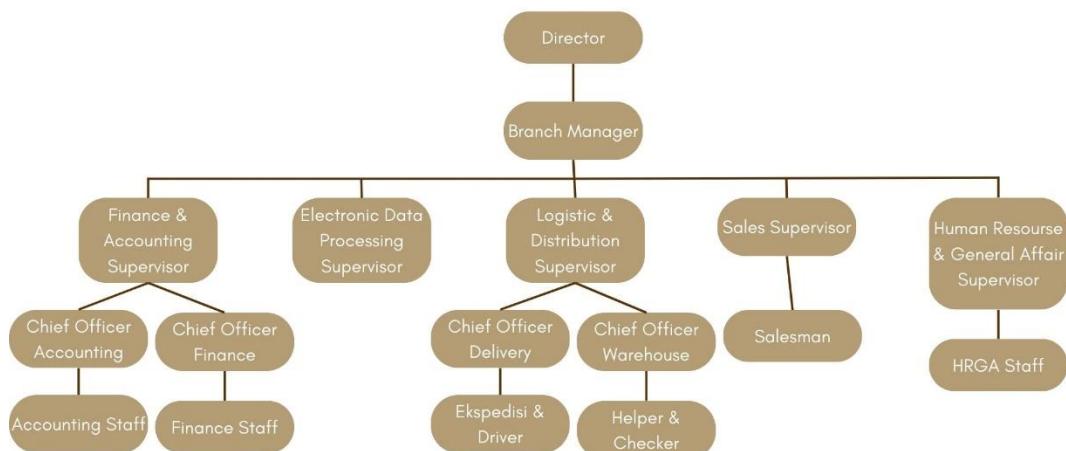


## BAB III

### DATA & ANALISIS

#### 3.1 Data Klien

Martha Tilaar merupakan salah satu merek di industri kecantikan yang cukup banyak diketahui oleh semua orang, bahkan Martha Tilaar menjadi salah satu pelopor sekaligus pelestari budaya perawatan kecantikan Indonesia. Hingga saat ini, Martha Tilaar Group terdiri atas beberapa perusahaan di berbagai bidang, diantaranya PT Martina Berto yang bergerak di bidang pemasaran dan produksi, PT Cedefindo yang merupakan perusahaan produksi, PT SAI Indonesia bergerak di bidang distributor dan logistik, PT Martha Beauty Gallery yakni sekolah dan pendidikan kecantikan Puspita Martha International School, PT Cantika Puspa Pesona perusahaan jasa spa dan salon, serta PT Kreasi Boga Primatama perusahaan penyedia tenaga kerja. (Indraini, 2022)



Gambar 3. 1 Struktur organisasi Martha Tilaar  
Sumber : (Martha Tilaar)

Martha Tilaar memiliki misi untuk mengoperasikan perusahaan kecantikan kelas dunia serta menghadirkan serangkaian perawatan produk kecantikan yang

berbahan alami asli dari warisan Budaya Indonesia yang aman, halal, sekaligus efektif untuk menjawab kebutuhan wanita dan pria di era modern ini dengan memanfaatkan kekayaan alam dan Budaya Indonesia. Interior Salon dan Spa Martha Tilaar memiliki desain yang berkesinambungan dengan cabang lainnya, serta masih terbuka untuk pelanggan umum. Oleh karena itu, untuk membuat sesuatu yang lebih spesial, maka dari itu Salon dan Spa Martha Tilaar ingin bereksperimen untuk semakin menguatkan elemen lokal, penambahan toko penjualan produk Martha Tilaar, serta salon dan spa tersebut dikhususkan untuk wanita, karena Martha Tilaar sendiri awalnya merupakan rangkaian produk kecantikan yang dibuat khusus untuk para wanita Indonesia.

Peneliti melakukan perancangan untuk memenuhi ide baru tersebut dengan memunculkan konsep Gombong didalam perancangan, karena mengingat Ibu Martha berasal dari sana (Gombong, Kebumen, Jawa Tengah), serta menambah toko agar salon dan spa tersebut bisa menjual produk-produk perawatan kecantikan dari Martha Tilaar, sehingga para pengunjung yang datang nantinya bisa melakukan perawatan sendiri dirumah serta tempat tersebut bisa menjadi *one stop beauty center*.

### 3.1.1. Analisis Site

Lokasi yang terpilih untuk perancangan salon dan spa ini terletak di Jl. Bintaro Utama 3 dekat Plaza Bintaro. Pemilihan lokasi tersebut karena di kawasan tersebut belum ada salon dan spa Martha Tilaar ataupun salon dan spa khusus wanita yang berkonsep Gombong, Kebumen, Jawa Tengah, serta belum adanya salon dan spa yang tergabung dengan toko produk kecantikan terkait. Berikut

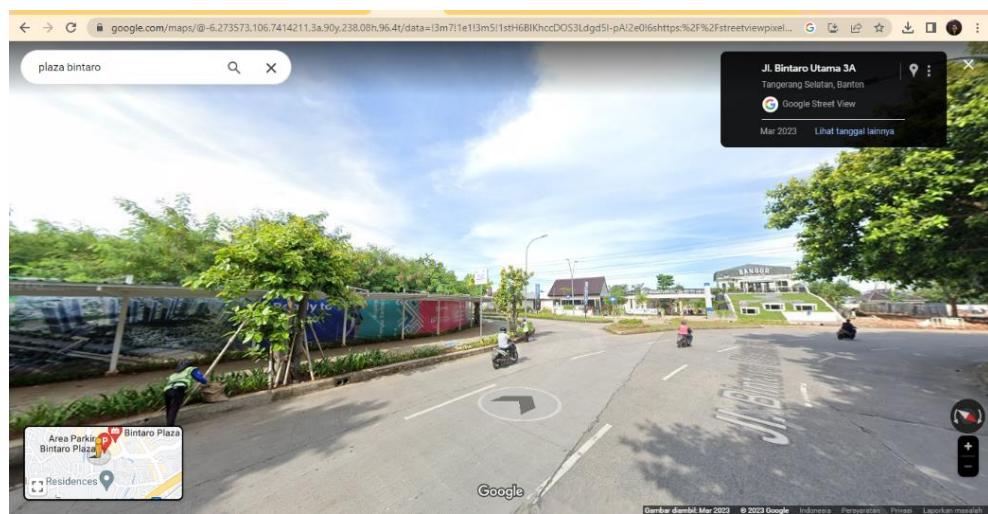
merupakan lokasi terpilih

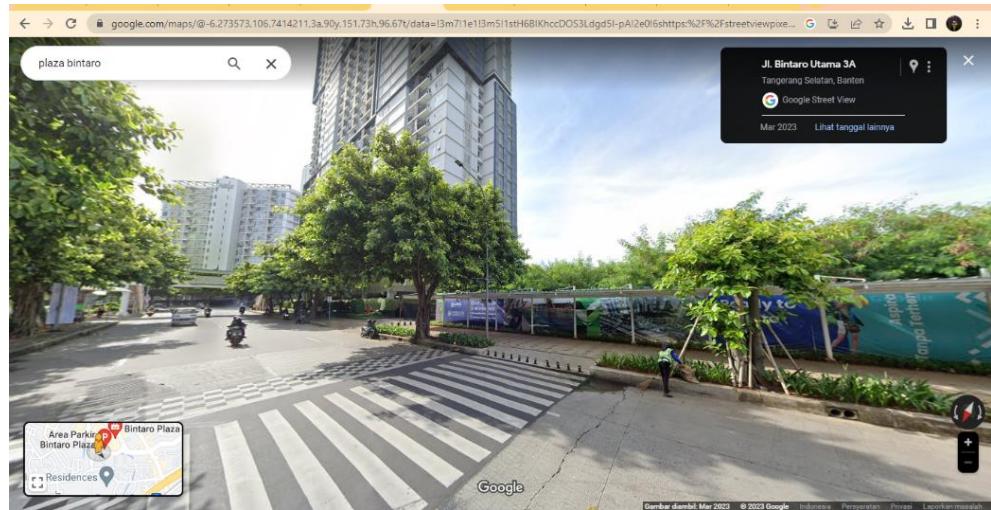


Gambar 3. 2 Lokasi terpilih  
Sumber : (google maps)

Lokasi terpilih untuk peletakan bangunan berada di dekat *Mall Plaza Bintaro*.

Analisa makro disekitar kawasan tersebut terdapat perkantoran, restoran, *mall*, kafe, dan *apartment*.



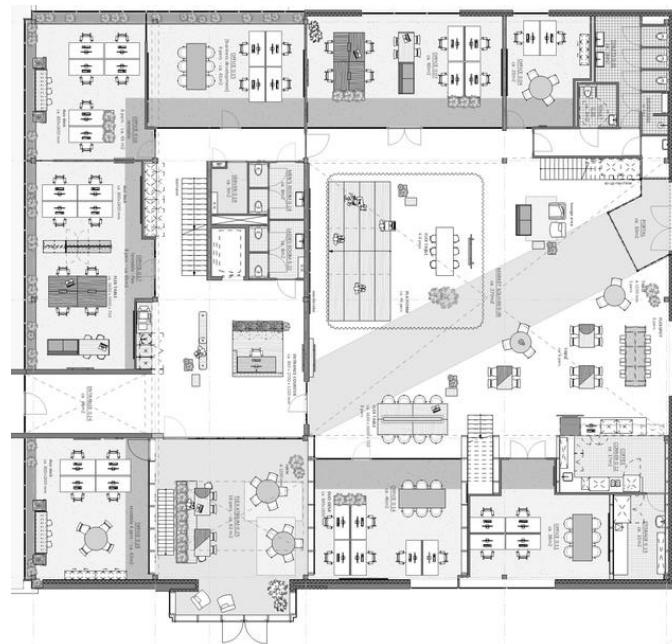


Gambar 3. 3 Suasana sekitar lokasi

Sumber : (google maps)

### 3.1.2. Denah eksisting

Denah terpilih untuk perancangan salon dan spa ini adalah sebuah bangunan universitas (2 lantai) yang terletak di Belanda dan memiliki luas bangunan 2000m<sup>2</sup>.





Gambar 3. 4 Denah terpilih  
Sumber : (archdaily.com)

### 3.2 Observasi

Observasi adalah suatu aktifitas pengamatan mengenai suatu objek tertentu secara langsung di lokasi penelitian tersebut berada, terdapat juga pendapat lain yang mengatakan bahwa observasi merupakan salah stau cara untuk mendapatkan suatu informasi atau sekadar membuktikan kebenaran dari suatu penelitian (Ananda, 2021). Peneliti melakukan observasi secara langsung dengan mendatangi beberapa salon dan spa wanita di sekitaran Gading Serpong, Tangerang dan Cikini, Jakarta. Saat melakukan observasi, peneliti memperhatikan suasana salon dan spa, pembagian ruang pelayanan, penataan produk, serta elemen-elemen interior lainnya seperti dekorasi dan pencahayaan.

#### 3.2.1. Observasi Salon dan Spa

Peneliti mengumpulkan data observasi secara *offline* dan juga *online*. Observasi secara *offline* dilakukan dengan mendatangi langsung tempat tersebut

dan melakukan perbandingan beberapa salon dan spa di daerah Gading Serpong, Tangerang dan Cikini, Jakarta. Observasi secara *online* dilakukan dengan cara mencari salon dan spa yang serupa di internet dan melakukan perbandingan. Peneliti melakukan perbandingan mengenai lokasi, pelayanan, tempat perawatan, dinding, lantai, ceiling, lighting, dan juga ciri khas dari masing-masing tempat tersebut. Berikut merupakan hasil observasi yang peneliti dapatkan :

a. Moir Salon

Moir Salon yang di survei merupakan cabang di Gading Serpong, berlokasi di Ruko Sentra Gading SG2 No.15. Moir Salon menawarkan berbagai pelayanan kecantikan mulai dari perawatan rambut, *nail art*, *eyelash* & *eyebrow*. Terdapat 1 area pelayanan terbuka yaitu area salon. Cirikhas yang coba ditampilkan oleh Moir Salon adalah feminim karena salon didominasi oleh warna *pink*.



Gambar 3. 5 Moir Salon  
Sumber : Data Pribadi

b. Blooms Beauty Studio

Blooms Beauty Studio yang di survei berlokasi di Ruko Odessa Gading Serpong, Jl. Klp. Puan Raya No.32. Pelayanan yang ditawarkan adalah berbagai macam perawatan rambut, perawatan wajah (*facial*, *eyelash extension*), perawatan tubuh (*waxing*, pijat), dan *nail art*. Area pelayanan yang

tersedia terdapat pada lantai 1 untuk salon dan *nail art*, sementara di lantai 2 merupakan area untuk perawatan tubuh. Interior yang ditampilkan didominasi oleh warna putih dan dihiasi oleh banyak dekorasi bunga.



Gambar 3. 6 Blooms Beauty Studio  
Sumber : Data Pribadi

### c. Martha Tilaar Salon Day & Spa

Martha Tilaar Salon Day & Spa yang di survei berlokasi di Jl. Cikini Raya No.83, Kota Jakarta Pusat. Pelayanan yang ditawarkan adalah berbagai macam perawatan tubuh, wajah, rambut, tangan dan kaki, *make up*, dan berbagai macam jenis spa. Interior tempat ini sangat menonjolkan cirikhas Indonesia, didominasi oleh warna putih, krem dan material kayu. Saat memasuki ruang spa pengunjung disambut oleh suara music tradisional dan bebauan yang menenangkan.



Gambar 3. 7 Martha Tilaar Salon Day & Spa Cikini  
Sumber : Data Pribadi

#### d. Moz5 Salon Muslimah

Peneliti melakukan observasi ke Moz5 Salon cabang Palmerah secara *online*, lokasi tempatnya berada di Jl. Palmerah Barat No.50, Jakarta Barat. Pelayanan yang ditawarkan antara lain berbagai macam perawatan rambut, wajah (*facial*, totok aura), perawatan tubuh (pijat, lulur, spa, masker tubuh, mandi susu/rempah), *reflexy*, *manicure*, *pedicure*, dan perawatan lainnya. Sementara untuk area perawatan terdapat ruang tunggu, area salon, area refleksi, ruang perawatan tubuh (antar Kasur disekat oleh gorden), serta tambahan mushola.



Gambar 3. 8 Moz5 Salon Muslimah  
Sumber : (Moz5 salon Palmerah)

#### e. Tsabitah Salon Muslimah

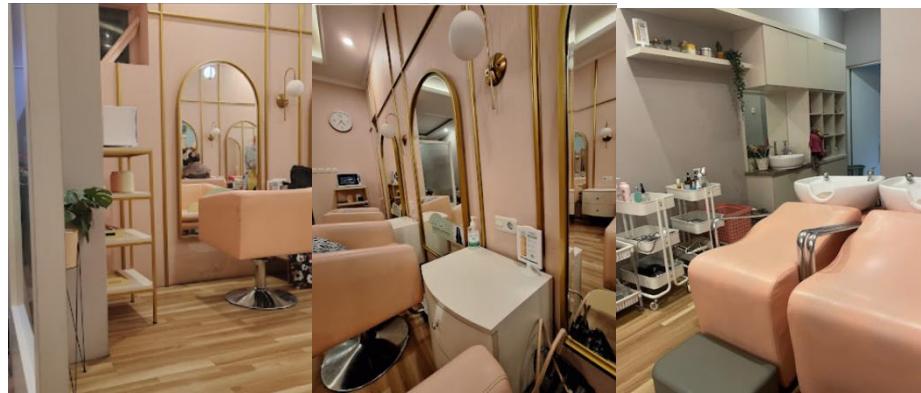
Peneliti melakukan observasi secara *online* ke Tsabitah Salon, berlokasi di Jl. Radio Dalam Raya No.3E, Jakarta Selatan. Pelayanan yang ditawarkan di Tsabitah Salon antara lain adalah perawatan rambut, kreasi hijab, perawatan wajah dan tubuh (*manicure, pedicure, foot reflexy, scrub, pijat, totok wajah*). Area pelayanan yang disediakan terdapat area salon, area perawatan kaki, perawatan tubuh (disekat oleh dinding partisi dan ditutup oleh gorden), serta tambahan mushola.



Gambar 3. 9 Tsabitah Salon Muslimah  
Sumber : (Tsabitah salon)

#### f. Ayana Salon Msulimah

Peneliti melakukan observasi ke Ayana Salon secara *online*, berlokasi di Jl. Tebet Raya No.11F, Jakarta Selatan. Pelayan yang ditawarkan diantaranya perawatan rambut, wajah (*facial, face spa*), tubuh (pijat, lulur, *scrub*, totok tubuh, mandi susu/rempah, spa), perawatan tangan dan kaki (*manicure, pedicure, hand spa, foot spa*), *waxing, nail art, makeup*, perawatan pranikah, dan lainnya. Area pelayanan yang ditawarkan adalah Terdapat area salon, dan perawatan kaki.



Gambar 3. 10 Ayana Salon Muslimah

Sumber : (Ayana salon)

### 3.2.2. Tabel rangkuman objek observasi

Berikut merupakan tabel rangkuman hasil dari observasi secara *online* dan

*offline* :

No.	Kategori	Moir Salon	Blooms Beauty Studio	Martha Tilaar Salon & Day Spa
1.	Foto salon dan spa			
2.	Lokasi	Mall Serpong, Ruko Sentra Gading SG2 No.15	Ruko Odessa, Gading Serpong, Jl. Klp. Puan Raya No.32	Jl. Cikini Raya No.83, Kota Jakarta Pusat
3.	Pelayanan	Berbagai perawatan rambut, perawatan kuku, dan <i>eyelash extension</i> (perawatan lebih lengkap ada di cabang Tebet)	Berbagai macam perawatan rambut, perawatan tubuh (pijat, <i>waxing</i> , <i>facial</i> , <i>eyelash extension</i> , dan perawatan kuku	Berbagai macam perawatan tubuh, wajah, rambut, tangan dan kaki, <i>make up</i> , dan berbagai macam jenis spa
4.	Tempat perawatan	Moir Salon cabang Gading Serpong hanya menyediakan satu area pelayanan yang terbuka yaitu area	Blooms Beauty cabang Gading Serpong menyediakan beberapa area perawatan. Di lantai satu terdapat	Martha Tilaar Spa cabang Cikini menyediakan beberapa area seperti area salon, area untuk perawatan

		perawatan rambut	area perawatan rambut dan perawatan kuku yang terbuka, di lantai dua terdapat area untuk perawatan tubuh yang masing-masing Kasur disekat oleh gorden	tangan dan kaki, dan ruang-ruang untuk melakukan spa serta berendam
5.	Dinding	Menggunakan dinding dengan <i>finishing cat</i> berwarna <i>baby pink</i>	Menggunakan dinding dengan <i>finishing cat</i> berwarna putih polos	Menggunakan dinding dengan <i>finishing cat</i> berwarna putih
6.	Lantai	Menggunakan <i>wood vinyl parquete</i> berwarna <i>light grey</i>	Menggunakan lantai HT bercorak marmer berwarna putih	Menggunakan lantai tegel Jawa
7.	<i>Ceiling</i>	<i>Ceiling</i> yang digunakan rata, polos, dan hanya berwarna putih	<i>Ceiling</i> yang digunakan rata, berwarna putih, dan terdapat lis sehingga membentuk kotak-kotak	<i>Ceiling</i> yang digunakan bermotif batik kawung
8.	<i>Lighting</i>	Penerangan secara umum menggunakan <i>downlight</i> , dan untuk aksen terdapat lampu gantung, <i>spot light</i> , dan <i>LED strip</i> dibelakang cermin	Penerangan secara umum menggunakan <i>downlight</i> , dan untuk aksen terdapat lampu gantung, <i>spot light</i> , dan <i>LED strip</i> dibelakang cermin	Penerangan secara umum menggunakan <i>downlight</i> , dan untuk aksen terdapat <i>spotlight</i> , <i>wall lamp</i> , dan <i>LED strip</i>
9.	Ciri khas	Tampilan salon terkesan sangat feminin karena didominasi oleh warna <i>pink</i>	Interior didominasi oleh warna putih, tetapi banyak terdapat dekorasi berbentuk bunga	Menggunakan <i>furniture</i> bermaterial kayu, didominasi oleh dekorasi ala Indonesia, pada saat masuk ruang spa, terdengar suara musik Jawa dan juga terciptum aroma khas

Tabel 3.1 Tabel perbandingan salon dan spa *offline*

Sumber : Data pribadi

No.	Kategori	Moz5 Salon	Tsabitah Salon	Ayana Salon
1.	Foto salon dan spa			
2.	Lokasi	Jl. Palmerah Barat No.50, Jakarta Barat	Jl. Radio Dalam Raya No.3E, Jakarta Selatan	Jl. Tebet Raya No.11F, Jakarta Selatan
3.	Pelayanan	Berbagai perawatan rambut, wajah, tubuh, <i>make up</i> , <i>hijab styling</i> , <i>Reflexy</i> , Totok Aura, <i>Eye/Ear Treatment</i>	Berbagai macam perawatan rambut, tubuh, dan wajah, serta refleksi kaki	Berbagai macam perawatan tubuh, wajah, rambut, tangan dan kaki, <i>waxing</i> , <i>make up</i> , perawatan kuku, dan <i>hijab styling</i>
4.	Tempat perawatan	Terdapat ruang tunggu, area salon, area refleksi, ruang perawatan tubuh (antar Kasur disekat oleh gorden), serta tambahan mushola	Terdapat area salon, area perawatan kaki, perawatan tubuh (disekat oleh dinding partisi dan ditutup oleh gorden), serta tambahan mushola	Terdapat area salon, dan perawatan kaki
5.	Dinding	Menggunakan dinding dengan <i>finishing cat</i> berwarna <i>baby pink</i> dan hijau toska. Beberapa sisi dinding menggunakan <i>wallpaper</i>	Menggunakan dinding dengan <i>finishing cat</i> berwarna <i>baby pink</i> dan hijau muda. Beberapa sisi dinding menggunakan <i>wallpaper</i>	Menggunakan dinding dengan <i>finishing cat</i> berwarna <i>baby pink</i> dan <i>baby blue</i> , serta terdapat lis berwarna <i>gold</i>
6.	Lantai	Menggunakan <i>wood vinyl parquete</i> berwarna cokelat di beberapa area, dan lantai HT di area lainnya	Menggunakan <i>wood vinyl parquete</i> berwarna <i>light brown</i> di beberapa area, dan lantai HT di area lainnya	Menggunakan <i>wood vinyl parquete</i> berwarna cokelat di beberapa area, dan lantai HT di area lainnya

7.	<i>Ceiling</i>	<i>Ceiling</i> yang digunakan polos, berwarna putih, serta sedikit bagian <i>downceiling</i> berbentuk lengkung berwarna <i>pink</i>	<i>Ceiling</i> yang digunakan rata, polos, dan hanya berwarna putih	<i>Ceiling</i> yang digunakan polos, berwarna putih dan <i>baby pink</i> , serta sedikit bagian <i>upceiling</i> dengan lis berwarna <i>pink tua</i>
8.	<i>Lighting</i>	Penerangan secara umum menggunakan <i>downlight</i> , dan untuk aksen terdapat <i>spot light</i> , dan <i>LED strip</i> dibelakang cermin	Penerangan secara umum menggunakan <i>downlight</i> , dan untuk aksen terdapat lampu gantung	Penerangan secara umum menggunakan <i>downlight</i> , dan untuk aksen terdapat <i>wall lamp</i> , dan lampu gantung
9.	Ciri khas	Tampilan salon terkesan sangat feminin karena didominasi oleh warna <i>pink</i> dan toska serta beberapa dekorasi bunga	Tampilan salon terkesan sangat feminin karena didominasi oleh warna <i>pink</i> dan hijau muda serta <i>wallpaper</i> dan seprai bercorak bunga	Tampilan salon terkesan sangat feminin karena didominasi oleh warna <i>baby pink</i>

Tabel 3.2 Tabel perbandingan salon dan spa *online*

Sumber : Data pribadi

### 3.2.3. Kesimpulan Perbandingan Observasi Salon dan Spa

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan baik secara *online* maupun *offline*, maka terdapat beberapa kesimpulan diantaranya yaitu, kebanyakan salon dan spa wanita menggunakan warna-warna yang feminine utamanya warna *pink*, lalu ditambah dengan dekorasi yang mendukung seperti bunga, *wallpaper* bercorak bunga, dan lain sebagainya. Pencahayaan yang digunakan sebagian besar berwarna putih, hal ini dimaksudkan agar staf dan pelanggan bisa dengan jelas melihat hasil

akhir perawatan di salon dan spa tersebut. Pada perancangan salon dan spa ini, peneliti akan menggabungkan beberapa fasilitas dan pelayanan objek yang di survei sesuai kebutuhan untuk diterapkan pada perancangan ini.

### 3.3 Kuisisioner

Kuesisioner adalah instrumen penelitian yang didalamnya terdiri dari rangkaian pertanyaan dengan tujuan mendapatkan informasi dari pada responden yang dituju. Kuesisioner sendiri kerap dianggap sebagai teknik wawancara tertulis. Selain itu, cara ini juga bisa dilakukan dalam beberapa cara, mulai dari tatap muka, melalui telepon atau bahkan melalui pos (Nandy, 2021).

Peneliti mulai menyebarluaskan kuisioner pada tanggal 12 Maret 2023 melalui *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Line* kepada responden khusus perempuan. Setelah peneliti memenuhi target untuk mendapatkan minimal 100 responden, peneliti menutup penerimaan responden di *GForm* pada tanggal 1 April 2023. Peneliti mendapatkan total 103 responden, setelah itu peneliti segera menganalisa data yang telah didapatkan dari responden tersebut.

#### 3.3.1. Tabel Sederhana

Usia	Responden	Responses
12-16 tahun	10	9,71%
17-25 tahun	83	80,58%
26-35 tahun	3	2,91%
36-45 tahun	2	2%
>45 tahun	5	4,85%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100,00%</b>

Tabel 3.3 Tabel umur  
Sumber : Data pribadi

Dari 103 responden yang peneliti dapatkan, sebanyak 80,5% diantaranya berumur 17-25 tahun, 9,7% berusia 12-16 tahun, 4,8% berusia diatas 45 tahun, 2,9% berusia 26-35 tahun, dan 2% berusia 36-45 tahun. Lewat tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mereka yang berusia kisaran 17-25 tahun lebih sering mengunjungi salon dan spa karena di rentang usia tersebut merupakan usia produktif yang masih sangat memperhatikan penampilan.

Pekerjaan	Responden	Responses
Ibu rumah tangga	4	3,88%
Wiraswasta	4	3,88%
Karyawan swasta	8	7,77%
PNS	1	1%
Mahasiswa	77	74,76%
Profesional	2	2%
Pensiunan	0	0%
Belum bekerja	7	6,80%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100,00%</b>

Tabel 3.4 Tabel pekerjaan

Sumber : Data pribadi

Dari total 103 responden, sebanyak 74,7% merupakan Mahasiswa, 7,7% merupakan Karyawan Swasta, 6,8% merupakan belum bekerja, 3,8% merupakan Ibu Rumah Tangga, dan 3,8% lainnya merupakan Wiraswasta, 2% merupakan Profesional, dan 1% merupakan PNS. Lewat tabel diatas dapat dilihat bahwa Mahasiswa lebih sering mengunjungi salon dan spa karena seperti yang sudah disebutkan sebelumnya bahwa Mahasiswa masih sering memperhatikan penampilan dan mengikuti *trend*.

No	Kapan anda biasanya pergi ke salon dan spa?	Responden	Responses
1	A. Rutin (tiap minggu/ bulan)	2	2%
	B. Saat liburan saja	10	10%
	C. Saat ada promo saja	3	3%
	D. Saat sedang ada event (pernikahan, acara besar, dll)	9	9%
	E. Tidak tentu (saat sedang mau saja)	79	77%
<b>TOTAL</b>		<b>103</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.5 Pertanyaan 1

Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengetahui kapan biasanya para wanita pergi ke sebuah salon dan spa. Presentase terbesar ada pada opsi E. Tidak tentu (saat sedang mau saja) yaitu 77%, dan presentasi terkecil ada pada opsi A. Rutin (tiap minggu/bulan) yaitu 2%. Hasil tabel menunjukan bahwa kebanyakan wanita mengunjungi salon dan spa jika sedang mau saja, tergantung kebutuhan.

No	Apa tujuan anda pergi ke salon dan spa?	Responden	Responses
2	A. Merawat kesehatan tubuh (pijat, lulur, scrub)	38	21%
	B. Mempercantik diri (gunting rambut, creambath)	78	43%
	C. Mengisi waktu luang	18	10%
	D. Untuk relaksasi	29	16%
	E. Karena sedang ada promo	18	10%
<b>TOTAL</b>		<b>181</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.6 Pertanyaan 2

Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengetahui apa yang biasa dilakukan oleh para wanita jika pergi ke salon dan spa. Presentase terbesar ada pada opsi B. Mempercantik diri (gunting rambut, creambath) yaitu 43%, dan presentasi terkecil ada pada opsi C. Mengisi waktu luang dan E. Karena sedang ada promo. Hasil tabel menunjukan bahwa kebanyakan dari mereka lebih sering memperhatikan kecantikan rambutnya dengan melakukan gunting rambut, creambath, dsb. Sementara sisanya pergi ke salon spa untuk beristirahat merelaksasikan diri.

No	Hal apa yang menjadi alasan anda dalam memilih sebuah salon dan spa?	Responden	Responses
3	A. Pegawainya harus wanita	16	16%
	B. Brand (harus menggunakan brand tertentu)	3	3%
	C. Loyal dengan staff yang dipilih (harus dilayani dengan staff tertentu)	0	0%
	D. Kelengkapan fasilitas dan pelayanannya	37	36%
	E. Pelayanan yang ramah	12	12%
	F. Rekomendasi orang sekitar	10	10%
	G. Harganya terjangkau	17	17%
	H. Dekat dari rumah	8	8%
TOTAL		103	100%

Tabel 3.7 Pertanyaan 3

Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengetahui apa yang menjadi pertimbangan para wanita saat hendak ke salon dan spa. Presentase terbesar ada pada opsi D. Kelengkapan fasilitas dan pelayanannya yaitu 36%, sementara presentase terkecil ada pada opsi C. Loyal dengan staff yang dipilih (harus dilayani dengan staff tertentu). Hasil tabel menunjukan bahwa kelengkapan fasilitas dan pelayanan merupakan kunci utama sebuah salon dan spa agar dipilih oleh wanita, karena ada kemungkinan bahwa wanita ingin melakukan banyak perawatan kecantikan hanya di satu tempat saja. Sementara jarang wanita pergi ke salon dan spa hanya karena ingin dilayani oleh staff tertentu atau menggunakan brand tertentu, yang lebih mereka utamakan yaitu kelengkapan fasilitasnya.

No	Jenis pelayanan apa yang sering anda minta di salon ?	Responden	Responses
4	A. Creambath	74	23%
	B. Gunting rambut	76	24%
	C. Keriting rambut	5	2%
	D. Smoothing	15	5%
	E. Cat rambut	20	6%
	F. Perawatan kulit kepala (kering/ berminyak)	20	6%
	G. Hair mask	25	8%
	H. Make Up	8	3%
	I. Facial	23	7%
	J. Totok wajah	2	1%
	K. Masker	14	4%
	L. Nail art	16	5%
	M. Pedicure/ manicure	19	6%
	<b>TOTAL</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.8 Pertanyaan 4

Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengatahui hal apa yang sering dilakukan wanita saat sedang di salon. Presentase terbesar ada pada opsi B. Gunting rambut dan beda tipis dengan opsi A. Creambath yaitu 24% dan 23%, sementara presentase terkecil ada pada opsi J. Totok wajah. Hasil tabel menunjukkan bahwa gunting rambut dan creambath merupakan hal yang sangat lumrah dilakukan (sebagian besar wanita pernah melakukannya), dan seperti sudah menjadi 1 paket perawatan. Sementara, totok wajah jarang dipilih karena totok wajah jarang ada didalam pelayanan salon, totok wajah lebih mengarah kepada terapi dan refleksi.

No	Jenis pelayanan apa yang sering anda minta di spa?	Responden	Responses
5	A. Lulur	46	20%
	B. Pijat	68	30%
	C. Scrub	32	14%
	D. Waxing	13	6%
	E. Totok tubuh	3	1%
	F. Perawatan pra nikah	4	2%
	G. Perawatan sebelum 7 bulanan (untuk ibu hamil)	3	1%
	H. Refleksi kaki dan tangan	22	10%
	I. Aromaterapi	19	8%
	J. Sauna	10	4%
	K. Berendam (ex. mandi susu)	10	4%
	<b>TOTAL</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.9 Pertanyaan 5

Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengatahui pelayanan apa yang sering wanita minta di tempat spa. Presentase terbesar ada pada opsi B. Pijat yaitu 30%, sementara presentase terkecil ada pada opsi E. Totok tubuh dan G. Perawatan sebelum 7 bulanan (untuk ibu hamil). Hasil tabel menunjukan bahwa pijat menjadi pilihan utama karena itu merupakan pelayanan paling basic yang hampir semua orang pernah lakukan, diikuti dengan pelayanan lulur yang juga cukup sering diminta oleh wanita. Sementara totok tubuh jarang dipilih karena totok tubuh lebih mengarah ke terapi kesehatan, juga perawatan sebelum 7 bulanan jarang dipilih karena responden yang mengisi kuisioner ini yang kemungkinan sudah memiliki anak juga sedikit.

No	Fasilitas apa yang anda inginkan di sebuah salon dan spa ?	Responden	Responses
6	A. Ruang tunggu yang luas	58	24%
	B. Toilet yang memadai	51	21%
	C. Tempat ibadah (mushola)	44	18%
	D. Ruang sauna	24	10%
	E. Tempat tenang meditatif (kolam renang santai, kolam ikan, taman)	55	22%
	F. Tempat bermain untuk anak	14	6%
		<b>TOTAL</b>	<b>246</b>
			<b>100%</b>

Tabel 3.10 Pertanyaan 6

Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengetahui fasilitas apa yang bisa mendukung kenyamanan pawa wanita saat sedang berada di sebuah salon dan spa. Presentase terbesar ada pada opsi A. Ruang tunggu yang luas yaitu 24% dan beda tipis dengan opsi E. Tempat tenang meditatif (kolam renang santai, kolam ikan, taman) yaitu 22% dan B. Toilet yang memadai yaitu 21%. Hasil tabel menunjukan bahwa ruang tunggu menjadi pilihan pertama, mengingat ruang tunggu merupakan

salah satu tempat yang pertama kali dilihat saat memasuki tempat salon dan spa, sehingga hal itu harus menjadi kesan pertama yang baik. Kemudian tempat tenang meditatif dibutuhkan di tempat spa untuk mendukung pelayanan yang ada, toilet menjadi salah satu fokus utama juga karena toilet merupakan salah satu tempat yang penting, sehingga kebersihan dan fasilitas didalamnya harus dijaga, lalu tempat ibadah yang masih jarang terdapat di salon dan spa di indonesia juga cukup diperlukan. Opsi F. Tempat bermain untuk anak jarang dipilih karena lagi-lagi responden yang mengisi kuisioner ini yang sudah memiliki anak kemungkinan sedikit, atau ada juga kemungkinan bahwa jarang wanita pergi ke sebuah salon dan spa sambil membawa anaknya.

No	Pertanyaan seperti apa yang anda inginkan? (pilih 1 bagian A dan 1 bagian B)	Responden	Respones
	(A1) Tempat pelayanan yang private (tertutup) 	78	43%
	(A2) Tempat pelayanan semi private (disekat dengan gorden) 	17	9%
7	(A3) Tempat pelayanan terbuka (tidak disekat, terlihat oleh pengunjung lain) 	4	2%
	(B1) 1 ruang spa untuk 1 orang 	60	33%
	(B2) 1 ruang spa untuk beberapa orang 	22	12%
<b>TOTAL</b>		<b>181</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.11 Pertanyaan 7  
Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengetahui bahwa saat menerima pelayanan spa, para wanita menyukai tempat yang seperti apa. Presentase terbanyak ada pada opsi (A1) Tempat pelayanan yang private (tertutup) yaitu 43%, sementara presentase terkecil ada pada opsi (A3) Tempat pelayanan terbuka (tidak disekat, terlihat oleh pengunjung lain). Hasil tabel menunjukan bahwa, saat sedang datang sendiri, mereka menyukai kombinasi ruang yang tertutup untuk 1 orang saja, sedangkan jika mereka datang bersama teman, mereka memilih tempat yang berada di 1 ruang yang hanya disekat dengan gorden saja.

No	Fasilitas dan pelayanan apa yang anda inginkan di ruang tunggu?	Responden	Responses
8	A. Buku /majalah bacaan	7	7%
	B. TV	5	5%
	C. Makanan dan minuman	27	26%
	D. Sofa yang nyaman	28	27%
	E. Wifi	36	35%
<b>TOTAL</b>		<b>103</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.12 Pertanyaan 8

Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengetahui fasilitas atau pelayanan apa yang perlu ada di area ruang tunggu untuk mendukung kenyamanan pelanggan saat sedang menunggu antrian. Presentase terbesar ada pada opsi E. Wifi 35% D. Sofa yang nyaman yaitu 27% dan C. Makanan dan minuman yaitu 26%, sementara presentasi terkecil ada pada opsi A. TV dan B. Buku/ majalah bacaan. Hasil tabel menunjukan bahwa sofa dan konsumsi yang disediakan merupakan kombinasi yang cocok untuk mendukung kenyamanan pelanggan saatberada di ruang tunggu, sementara tv dan buku jarang dipilih karena mungkin pengunjung lebih suka dan sering melihat handphone-nya masing-masing ketimbang melihat tv yang belum tentu menayangkan acara yang disuka ataupun membaca buku/majalah,

maka dari itu wifi menjadi opsi dnegan responden tertinggi.

No	Berapa lama biasanya anda menghabiskan waktu di salon dan spa dalam sekali kunjungan?	Responden	Responses
9	A. 1 Jam	28	27%
	B. 2 Jam	47	46%
	C. 3 Jam	12	12%
	D. > 3 Jam	16	16%
<b>TOTAL</b>		<b>103</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.13 Pertanyaan 9

Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengetahui berapa lama rata-rata pelanggan menghabiskan waktu di salon dan spa dalam sekali kunjungan. Presentase terbesar ada pada opsi B. 2 Jam yaitu 46% dan presentase terkecil ada pada opsi C. 3 Jam yaitu 12%. Hasil tabel menunjukan bahwa waktu 2 jam merupakan waktu yang pas, tidak terlalu sebentar ataupun terlalu lama untuk menikmati pelayan lengkap di salon dan spa.

No	Apa yang membuat anda nyaman (betah berlama-lama) di salon dan spa?	Responden	Responses
10	A. Pelayanan yang baik	27	26%
	B. Suasana yang tenang	24	23%
	C. Karena jarang ke salon dan spa (hanya sesekali)	16	16%
	D. Aroma ruangan yang membuat rileks	15	15%
	E. Ruangan yang bersih, sunyi, dan dingin	21	20%
<b>TOTAL</b>		<b>103</b>	<b>100%</b>

Tabel 3.14 Pertanyaan 10

Sumber : Data pribadi

Lewat pertanyaan ini, peneliti ingin mengetahui alasan apa yang membuat pelanggan betah berlama-lama di salon dan spa. Presentase terbesar ada pada opsi A. Pelayanan yang baik yaitu 26%, dan presentase terkecil ada pada opsi D. Aroma ruangan yang membuat rileks. Hasil tabel menunjukan presentase tiap opsinya tidak berbeda terlalu jauh, membuktikan bahwa faktor-faktor seperti pelayanan staff maupun pendukung interior seperti suasana, aroma, dan ruangan yang bersih, sunyi

itu merupakan hal-hal penting yang harus ada di sebuah salon dan spa agar membuat pengujung merasa betah.

### 3.3.2. Tabel Kompleks

Tabel Kompleks 1 (data penghasilan & no. 2)		Jawaban	Pendapatan						TOTAL
Pertanyaan 2			Rp 1jt	Rp 1-5jt	Rp 6-10jt	Rp11-15jt	Rp15-20	Rp >20jt	
Apa tujuan anda pergi ke salon dan spa? (boleh pilih >1)	Merawat kesehatan tubuh (scrub, pijat, lulur)	20	15	1	2	0	0	38	
	Mempercantik diri (gunting rambut, creambath)	44	28	0	3	1	2	78	
	Mengisi waktu luang	8	10	0	0	0	0	18	
	Untuk relaksasi	17	10	0	2	0	0	29	
	Karena sedang ada promo	10	7	0	0	0	1	18	
		99	70	1	7	1	3	181	

Tabel 3.15 Tabel Kompleks 1 Angka  
Sumber : Data pribadi

Tabel Kompleks 1 (Presentase data penghasilan & no. 2)		Jawaban	Pendapatan						TOTAL
Pertanyaan 2			Rp 1jt	Rp 1-5jt	Rp 6-10jt	Rp11-15jt	Rp15-20	Rp >20jt	
Apa tujuan anda pergi ke salon dan spa? (boleh pilih >1)	Merawat kesehatan tubuh (scrub, pijat, lulur)	11%	8%	1%	1%	0%	0%	21%	
	Mempercantik diri (gunting rambut, creambath)	24%	15%	0%	2%	1%	1%	43%	
	Mengisi waktu luang	4%	6%	0%	0%	0%	0%	10%	
	Untuk relaksasi	9%	6%	0%	1%	0%	0%	16%	
	Karena sedang ada promo	6%	4%	0%	0%	0%	1%	10%	
		54%	39%	1%	4%	1%	2%	100%	

Tabel 3.16 Tabel Kompleks 1 Persentase  
Sumber : Data pribadi

Penggabungan pertanyaan ini dibuat untuk mengetahui hubungan antara pendapatan dengan pelayanan yang dipilih di salon dan spa. Presentase terbanyak menunjukan bahwa mayoritas pelanggan berapapun pendapatannya, kebanyakan dari mereka datang ke salon dan spa untuk melalukan perawatan yang basic seperti gunting rambut, creambath. Mereka jarang datang ke salon dan spa hanya untuk relaksasi atau hanya untuk promo, kemungkinan karena kalau untuk relaksasi terdapat opsi lain seperti liburan,yoga, dll meskipun, spa juga bisa termasuk kedalam relaksasi. Sementara kalau promo, tidak semua promo yang ada itu sesuai dengan apa yg kita sedang butuhkan.

Tabel Kompleks 1.1 (Vertikal)		Jawaban	Pendapatan					
Pertanyaan 2			Rp 1jt	Rp 1-5jt	Rp 6-10jt	Rp11-15jt	Rp15-20	Rp >20jt
Apa tujuan anda pergi ke salon dan spa? (boleh pilih >1)	Merawat kesehatan tubuh (scrub, pijat, lulur)	20%	21%	100%	29%	0%	0%	0%
	Mempercantik diri (gunting rambut, creambath)	44%	40%	0%	43%	100%	67%	
	Mengisi waktu luang	8%	14%	0%	0%	0%	0%	
	Untuk relaksasi	17%	14%	0%	29%	0%	0%	
	Karena sedang ada promo	10%	10%	0%	0%	0%	33%	
		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabel 3.17 Tabel Kompleks 1 Persentase Vertikal

Sumber : Data pribadi

Penggabungan pertanyaan ini dibuat untuk mengetahui hubungan antara pendapatan dengan pelayanan yang dipilih di salon dan spa. Hasil data menunjukkan bahwa, mereka dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih sering melakukan perawatan di salon ketimbang mereka yang penghasilannya masih terbatas.

Tabel Kompleks 1.2 (Horizontal)		Jawaban	Pendapatan						TOTAL
Pertanyaan 2			Rp 1jt	Rp 1-5jt	Rp 6-10jt	Rp11-15jt	Rp15-20	Rp >20jt	
Apa tujuan anda pergi ke salon dan spa? (boleh pilih >1)	Merawat kesehatan tubuh (scrub, pijat, lulur)	53%	39%	3%	5%	0%	0%	100%	
	Mempercantik diri (gunting rambut, creambath)	56%	36%	0%	4%	1%	3%	100%	
	Mengisi waktu luang	44%	56%	0%	0%	0%	0%	100%	
	Untuk relaksasi	59%	34%	0%	7%	0%	0%	100%	
	Karena sedang ada promo	56%	39%	0%	0%	0%	6%	100%	

Tabel 3.18 Tabel Kompleks 1 Persentase Horizontal

Sumber : Data pribadi

Penggabungan pertanyaan ini dibuat untuk mengetahui hubungan antara pendapatan dengan pelayanan yang dipilih di salon dan spa. Hasil data menunjukkan bahwa, mereka dengan pendapatan yang masih terbatas sedikit jarang melakukan perawatan ke salon atau spa, mereka hanya pergi di saat tertentu saja yaitu saat sedang promo, atau saat sedang liburan untuk merelaksasikan diri.

Tabel Kompleks 2 (no.1 & no. 2)		Jawaban	Kapan anda biasanya pergi ke salon dan spa?					TOTAL
Pertanyaan 2			Rutin (tiap minggu/bulan)	Saat liburan saja	Saat ada promo saja	Saat sedang ada event (pernikahan, acara besar)	tidak tentu (saat sedang mau saja)	
Apa tujuan anda pergi ke salon dan spa? (boleh pilih >1)	Merawat kesehatan tubuh (scrub, pijat, lulur)	2	3	0	4		29	38
	Mempercantik diri (gunting rambut, creambath)	2	7	3	7		53	78
	Mengisi waktu luang	0	2	1	2		13	18
	Untuk relaksasi	0	4	1	2		22	29
	Karena sedang ada promo	0	0	1	1		16	18
		4	16	6	16		139	181

Tabel 3.19 Tabel Kompleks 2 Angka

Sumber : Data pribadi

Tabel Kompleks 2 [Presentase no.1 & no. 2]		Kapan anda biasanya pergi ke salon dan spa?					TOTAL
Pertanyaan 2	Jawaban	Rutin (tiap minggu/bulan)	Saat liburan saja	Saat ada promo saja	Saat sedang ada event (pernikahan, acara besar)	Tidak tentu / saat sedang mau saja	
Apa tujuan anda pergi ke salon dan spa? (boleh pilih >1)	Merawat kesehatan tubuh (scrub, pijat, lulur)	1%	2%	0%	2%	16%	21%
	Mempercantik diri (gunting rambut, creambath)	1%	4%	2%	4%	33%	43%
	Mengisi waktu luang	0%	1%	1%	1%	7%	10%
	Untuk relaksasi	0%	2%	1%	1%	12%	16%
	Karena sedang ada promo	0%	0%	1%	1%	3%	10%
		2%	9%	3%	3%	77%	100%

Tabel 3.20 Tabel Kompleks 2 Persentase

Sumber : Data pribadi

Penggabungan pertanyaan ini dibuat untuk mengetahui hubungan antara kapan biasanya pelanggan pergi ke salon dan spa dan untuk apa. Presentase terbesar menunjukkan bahwa mereka pergi ke salon dan spa hanya pada saat sedang mau saja (tidak menentu), dan pelayanan yang dilakukan adalah pelayanan seperti creambath dan gunting rambut. Kemungkinan mereka datang hanya di saat tertentu, misalkan saat rambutnya sudah panjang, akhirnya mereka pergi ke salon untuk potong rambut. Sementara kecil kemungkinan mereka pergi ke salon dann spa hanya untuk mengisi waktu luang atau hanya karena promo.

Tabel Kompleks 2.1(Vertikal)		Kapan anda biasanya pergi ke salon dan spa?				
Pertanyaan 2	Jawaban	Rutin (tiap minggu/bulan)	Saat liburan saja	Saat ada promo saja	Saat sedang ada event (pernikahan, acara besar)	Tidak tentu / saat sedang mau saja
Apa tujuan anda pergi ke salon dan spa? (boleh pilih >1)	Merawat kesehatan tubuh (scrub, pijat, lulur)	50%	19%	0%	25%	21%
	Mempercantik diri (gunting rambut, creambath)	50%	44%	50%	44%	42%
	Mengisi waktu luang	0%	13%	17%	13%	8%
	Untuk relaksasi	0%	25%	17%	13%	16%
	Karena sedang ada promo	0%	0%	17%	6%	12%
		100%	100%	100%	100%	100%

Tabel 3.21 Tabel Kompleks 2 Persentase Vertikal

Sumber : Data pribadi

Penggabungan pertanyaan ini dibuat untuk mengetahui hubungan antara kapan biasanya pelanggan pergi ke salon dan spa dan untuk apa. Hasil data menunjukkan bahwa, mereka yang pergi ke salon dan spa secara rutin kemungkinan untuk melakukan potong rambut secara rutin atau melakukan pijat di akhir pekan. Sementara mereka juga pergi ketika spa sedang mengadakan promo.

Tabel Kompleks 2.1(Horizontal)		Kapan anda biasanya pergi ke salon dan spa?						TOTAL
Pertanyaan 2	Jawaban	Rutin (tiap minggu/bulan)	Saat liburan saja	Saat ada promo saja	Saat sedang ada event (pernikahan, acara besar)	tidak tentu/ saat sedang mau saja		
Apa tujuan anda pergi ke salon dan spa? (boleh pilih > 1)	Merawat kesehatan tubuh (scrub, pijat, lulur)	5%	8%	0%	11%	76%	100%	
	Mempercantik diri (gunting rambut, cream bath)	3%	9%	4%	9%	76%	100%	
	Mengisi waktu luang	0%	11%	6%	11%	72%	100%	
	Untuk relaksasi	0%	14%	6%	11%	76%	100%	
	Karena sedang ada promo	0%	0%	6%	6%	89%	100%	

Tabel 3.22 Tabel Kompleks 2 Persentase Horizontal

Sumber : Data pribadi

Penggabungan pertanyaan ini dibuat untuk mengetahui hubungan antara kapan biasanya pelanggan pergi ke salon dan spa dan untuk apa. Hasil dari tabel ini menunjukan bahwa pengunjung akan semakin tertarik untuk datang ke salon dan spa jika tempat tersebut mengadakan promo.

Tabel Kompleks 3 (Pertanyaan no.7 & no. 3)		Hal apa yang menjadi alasan anda dalam memilih sebuah salon dan spa?								TOTAL
Pertanyaan 7	Jawaban	Pegawai nya harus wanita	Brand (harus menggunakan brand tertentu)	Loyal dengan staff yang dipilih (harus diliyani dengan staff tertentu)	Kelengkapan fasilitas dan pelayanan	Pelayanan yang ramah	Rekomendasi orang sekitar	Harganya terjangkau	Dekat dari rumah	
Tempat pelayanan seperti apa yang anda inginkan? (pilih 1 bagian A dan 1 bagian B)	(A) Tempat pelayanan yang private (ter tutup)	12	3	0	30	7	6	14	6	78
	(A) Tempat pelayanan semi private (dilekat dengan gorden)	3	1	0	5	1	3	2	2	17
	(A) Tempat pelayanan terbuka (tidak dilekat, terlihat oleh pengunjung lain)	0	1	0	2	0	1	0	0	4
	(B) 1 ruang spa untuk 1 orang	10	0	0	23	5	5	11	4	58
	(B) 1 ruang spa untuk beberapa orang	4	0	0	7	2	4	3	2	22
		29	5	0	67	15	19	30	14	179

Tabel 3.23 Tabel Kompleks 3 Angka

Sumber : Data pribadi

Pertanyaan 7	Jawaban	Hal apa yang menjadi alasan anda dalam memilih sebuah salon dan spa?								TOTAL
		Pegawai nya harus wanita	Brand (harus menggunakan brand tertentu)	Loyal dengan staff yang dipilih (harus dibayani dengan staff tertentu)	Kelengkapan fasilitas dan pelayanan	Pelayanan yang ramah	Rakomikndasi orang sekitar	Harganya terjangkau	Dekat dari rumah	
Tempat pelayanan seperti spa yang anda inginkan? (pilih 1 bagian A dan 1 bagian B)	(A) Tempat pelayanan yang private (ter tutup) 	7%	2%	0%	17%	4%	3%	8%	3%	44%
	(A) Tempat pelayanan semi private (dilekat dengan gorden) 	2%	1%	0%	3%	1%	2%	1%	1%	9%
	(A) Tempat pelayanan terbuka (tidak dilekat, terlihat oleh pengunjung lain) 	0%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	2%
	(B) 1 ruang spa untuk 1 orang 	6%	0%	0%	13%	3%	3%	6%	2%	32%
	(B) 1 ruang spa untuk beberapa orang 	2%	0%	0%	4%	1%	2%	2%	1%	12%
		16%	3%	0%	37%	8%	11%	17%	8%	100%

Tabel 3.24 Tabel Kompleks 3 Persentase

Sumber : Data pribadi

Penggabungan pertanyaan ini dibuat untuk mengetahui hubungan antara alasan seseorang untuk memilih sebuah salon dan spa dengan tempat seperti apa yang diinginkan saat sedang menerima pelayanan khususnya spa. Presentase terbesar ada pada ruang privat (44%), kemungkinan responden banyak memilih ini karena konteksnya adalah spa, mereka ingin saat menerima pelayanan spa, suasannya sepi dan sunyi, tidak ada orang lain. Selain itu, kelengkapan fasilitas (17%) juga menjadi hal utama yang diperhatikan pelanggan saat memilih salon dan spa.

Pertanyaan 7		Hal apa yang menjadi alasan anda dalam memilih sebuah salon dan spa?								
	Jawaban	Pegawai nya harus wanita	Brand (harus menggunakna brand tertentu)	Loyal dengan staff yang dipilih (harus dilayani dengan staff tertentu)	Kelengkapan fasilitas dan pelayanan	Pelayanan yang ramah	Rokomo ndari orang sekitar	Harganya terjangkau	Dekot dari rumah	
Tempat pelayanan seperti apa yang anda inginkan? (pilih 1 bagian A dan 1 bagian B)	(A) Tempat pelayanan yang private (ter tutup)		41%	60%		45%	47%	32%	47%	43%
	(A) Tempat pelayanan semi private (dilekat dengan gorden)		10%	20%		7%	7%	16%	7%	14%
	(A) Tempat pelayanan terbuka (tidak dilekat, terlihat oleh pengunjung lain)		0%	20%		3%	0%	5%	0%	0%
	(B) 1 ruang spa untuk 1 orang		34%	0%		34%	33%	26%	37%	29%
	(B) 1 ruang spa untuk beberapa orang		14%	0%		10%	13%	21%	10%	14%
		100%	100%		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabel 3.25 Tabel Kompleks 3 Persentase Vertikal

Sumber : Data pribadi

Penggabungan pertanyaan ini dibuat untuk mengetahui hubungan antara alasan seseorang untuk memilih sebuah salon dan spa dengan tempat seperti apa yang diinginkan saat sedang menerima pelayanan khususnya spa. Hasil data menunjukkan bahwa, mayoritas dari mereka yang memilih ruang private sebagai ruang pelayanan, juga memilih untuk menggunakan brand tertentu tetapi juga dengan harga yang terjangkau, lalu pegawainya pun harus wanita dengan pelayanan yang ramah. Sementara tidak ada satu pun responden yang memilih opsi untuk dilayani dengan staff tertentu, ini membuktikan bahwa pelanggan lebih mengutamakan kualitas dari tempat tersebut (brand, pelayanan, harga yang terjangkau) ketimbang harus dilayani dengan orang tertentu, dan yang terpenting 41% wanita mengutamakan dilayani oleh staff wanita, yang terpenting adalah staff wanita.

Pertanyaan 7		Hal apa yang menjadi alasan anda dalam memilih sebuah salon dan spa?									TOTAL
	Jawaban	Pegawai nya harus wanita	Brand (harus menguasai brand tertentu)	Loyal dengan staff yang dipilih (harus dilayani dengan staff tertentu)	Kelengkapan fasilitas dan pelayanan	Pelayanan yang ramah	Riokome (ndasi) orang sekitar	Harganya terjangkau	Dekat dari rumah		
Tempat pelayanan seperti spa yang anda inginkan? (pilih 1 bagian A dan 1 bagian B)	(A) Tempat pelayanan yang private (ter tutup)		15%	4%	0%	38%	3%	8%	18%	8%	100%
	(A) Tempat pelayanan semi private (disekat dengan gorden)		18%	6%	0%	23%	6%	18%	12%	12%	100%
	(A) Tempat pelayanan terbuka (tidak disekat, terlihat oleh pengunjung lain)		0%	25%	0%	50%	0%	25%	0%	0%	100%
	(B) 1 ruang spa untuk 1 orang		17%	0%	0%	40%	3%	3%	15%	7%	100%
	(B) 1 ruang spa untuk beberapa orang		18%	0%	0%	32%	3%	18%	14%	9%	100%

Tabel 3.26 Tabel Kompleks 3 Persentase Horizontal  
Sumber : Data pribadi

Penggabungan pertanyaan ini dibuat untuk mengetahui hubungan antara alasan seseorang untuk memilih sebuah salon dan spa dengan tempat seperti apa yang diinginkan saat sedang menerima pelayanan khususnya spa. Hasil data menunjukkan bahwa, responden yang memilih kelengkapan fasilitas sebagai hal terpenting, juga mengharapkan tempat pelayanan dengan berbagai tipe, diantaranya tempat pelayanan tanpa sekat dan juga *private*.

### 3.3.3. Poin-poin Tabel Kompleks

Berdasarkan hasil analisis tabel kompleks diatas, berikut merupakan poin-poin yang bisa didapatkan :

- Kebanyakan orang yang datang ke salon dan spa biasanya melakukan perawatan rambut
- Sebagian besar dari mereka juga hanya datang di saat tertentu saja, misal saat rambut sudah panjang dan ingin dipotong, dan lain sebagainya

- Sementara sebagian lainnya yang datang rutin, kemungkinan melakukan potong ujung rambut rutin atau pijat di akhir pekan
- Mereka yang memiliki penghasilan lebih besar cenderung lebih mudah dan sering pergi ke salon dan spa daripada mereka yang penghasilannya masih terbatas
- Pengunjung akan semakin tertarik dan akan lebih sering mengunjungi salon dan spa jika terdapat promo
- Saat menerima pelayanan spa, mereka yang datang sendiri lebih suka dilayani di ruangan yang *private* dan hanya ada mereka sendiri saja
- Kebanyakan responden lebih mengutamakan pelayanan dan kualitas spa, serta *staff* yang harus wanita, membuktikan bahwa kebanyakan responden yang mengisi kuisioner ini menginginkan adanya salon dan spa yang memisahkan *gender*

### 3.4 Wawancara

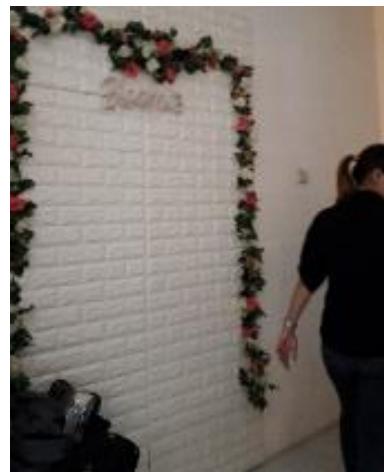
Menurut (Yuda, 2021), Wawancara atau dikenal juga dengan istilah *interview* adalah percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tanya jawab antara pewawancara dan narasumber ini bertujuan untuk mendapatkan sebuah informasi, pendapat, data, dan keterangan. Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa narasumber yang bersangkutan. Narasumber pertama yang peneliti wawancarai merupakan seorang pekerja di sebuah salon dan spa, hal ini karena pekerja tersebut memiliki informasi-informasi seputar salon dan spa beserta kebiasaan-kebiasaan pelanggan yang datang. Narasumber kedua yaitu mba Kinanti Anindita yang merupakan seorang Project Design

Supervisor Martha Tilaar, karena tentunya beliau mengetahui desain seperti apa yang menjadi cirikhas dari Martha Tilaar itu sendiri.

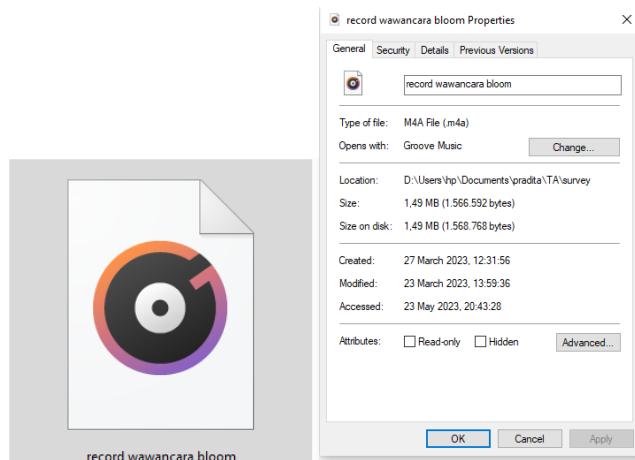
### 3.4.1. Wawancara dengan salah satu Pekerja di Blooms Beauty Studio

Peneliti melakukan wawancara secara langsung (tatap muka) dengan salah satu pekerja Blooms Beauty Gading Serpong pada tanggal 23 Maret 2023, lebih tempatnya pukul 13.59 WIB. Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan narasumber :

Jawaban : Blooms Beauty Studio mulai beroperasi sekitar tahun 2019. Interior dari Blooms Studio ini kebanyakan didominasi oleh warna putih dengan dekorasi tambahan bunga sesuai dengan nama tempatnya. Pelayanan yang ditawarkan disini cukup banyak mulai dari berbagai macam perawatan rambut, tubuh (pijat, waxing), wajah (*facial*), dan *nail art*. Pelayanan lain yang diberikan adalah, selagi pelanggan menunggu mereka bisa mengakses *wifi* yang ada disana serta disediakan minum untuk mereka. Blooms Beauty ini sebenarnya salon untuk wanita, tetapi terkadang masih ada pelanggan pria yang datang, walaupun sebagian besar masih banyak pelanggan wanita, *staff* yang bekerja disini juga masih ada *staff* pria. Area pelayanan di Blooms Studio Gading Serpong ini ada area salon dan *nail art* di lantai satu, kemudian ruang untuk perawatan tubuh dan wajah di lantai dua. Satu ruang itu terdapat tiga kasur yang disekat oleh gorden. Blooms Studio tidak menyediakan ruang *private* untuk wanita berhijab yang ingin *treatment* disini. Produk yang digunakan disini ada produk sendiri dan ada juga produk dari luar, dan produk tidak dijual, pengunjung harus melakukan *treatment* disini jika ingin menggunakan produk tersebut.



Gambar 3. 11 Bukti datang langsung ke tempat untuk wawancara  
Sumber : Data Pribadi



Gambar 3. 12 Bukti rekaman wawancara  
Sumber : Data Pribadi

### 3.4.2. Wawancara dengan Project Design Supervisor Martha Tilaar

Peneliti melakukan wawancara secara langsung (tatap muka) dengan mba Kinanti Anindita (mba Anin) pada tanggal 15 Agustus 2023, lebih tempatnya pukul 10.58 WIB. Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan narasumber :

Jawaban : Martha Tilaar Spa merupakan unit bisnis (*franchise*) dibawah Martha Tilaar Group dengan PT Puspa Cantika Pesona. Martha Tilaar Spa saat ini memiliki dua konsep yaitu Martha Tilaar Salon Day Spa dan Martha Tilaar Spa Express, secara konsep dibedakan karena secara *range* harga juga berbeda. Martha Tilaar

SDS memiliki pelayanan yang lebih lengkap, waktu *treatment* lebih lama, dan target marketnya lebih kepada wanita dewasa muda hingga tua. Konsep interiornya lebih mengarah ke etnik modern, warna yang digunakan *warm undertone* (coklat kekuningan atau kemerahan), material yang digunakan berbahan natural seperti kayu, bata, batu alam, batu paras, batu candi dll, bentuk-bentuk yang ditampilkan seperti mega mendung untuk plafon, dan kawung untuk dekorasi didalam ruang spa, serta tambahan dekorasi seperti lampu gantung dan tegel jawa. Martha Tilaar Express memiliki pelayanan yang kurang lebih sama, tetapi durasinya lebih cepat yaitu sekitar 60-90 menit. Lokasinya lebih strategis seperti di *mall*, hotel, dan bandara, karena target marketnya juga berbeda, lebih ke arah orang-orang yang memiliki tingkat kesibukan tinggi seperti mahasiswa, dan para pebisnis. Saat ini mulai dibuat versi ruko tetapi dengan konsep yang berbeda dengan SDS. Martha Tilaar Express memiliki konsep interior yang lebih modern, karena menyesuaikan dengan target marketnya tadi, tetapi tetap tidak melupakan unsur Indonesia. Martha Tilaar Spa menekankan *etno wellness* sebagai fondasi *treatment* dari Martha Tilaar, yaitu tradisi budaya kesehatan Nusantara yang mengkombinasikan kekuatan penguapan suhu tinggi (menggunakan *steam box*) yang mematikan virus, rempah & tumbuhan anti-virus dan anti-bakteri serta pijat yang membantu memperlancar peredaran darah sehingga meningkatkan kemampuan produksi anti-*body* tubuh. Martha Tilaar berharap tempatnya bisa menjadi oasis, tempat *refreshing* dari hiruk pikuknya ibukota, sehingga para pelanggan yang selesai melakukan *treatment* disana bisa merasa *relax* dan *refresh*. Target market dari produk Martha Tilaar secara keseluruhan adalah untuk usia 25-40 tahun, setiap tahunnya Martha Tilaar

pasti mengeluarkan produk baru, tetapi tidak semua produk Martha Tilaar itu digunakan di tempat salon dan spa. produk yang digunakan disana tidak 100% produk Indonesia, karena martha Tilaar tidak menutup kemungkinan untuk bisa bekerjasama dengan merek luar, tetapi bahannya harus natural dan *core*-nya tetap Indonesia. Saat ini Marth tilaar sedang bekerjasama dengan Etrea Klinik, jadi di Martha Tilaar cabang cikini nantinya di lantai dua akan terdapat klinik, dulunya adalah sebuah tempat layanan akupuntur, tetapi sejak pandemi menjadi berganti dengan klinik. Jika akan dibuka cabang baru, Martha Tilaar memiliki ide/konsep baru yaitu *heritage*.



Gambar 3. 13 Bukti wawancara dan survei langsung ke Martha Tilaar Cikini  
Sumber : Data pribadi