ABSTRAK

Men's Skin Centres by Bella adalah usaha yang merupakan anak cabang dari Bella Skin Care yang bergerak di bidang kecantikan khususnya pada perawatan kulit yang diperuntukkan bagi kaum lelaki. Meskipun hampir sama, namun konsep yang mereka miliki berbeda. Men's Skin Centres by Bella memiliki konsep yang lebih sederhana dibandingkan dengan Bella Skin Care. Dimana perawatan di Men's Skin Centres by Bella hanya ditawarkan bagi kaum lelaki. Sedangkan Bella Skin Care tidak hanya bagi kaum lelaki namun juga bagi kaum wanita. Oleh karena itu, Men's Skin Centres by Bella Mall Galaxy Surabaya harus jeli dalam menarik minat konsumen dengan cara mengetahui variabel-variabel yang dapat mendukung berhasilnya usaha tersebut.

Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui apakah motivasi konsumen, persepsi konsumen, pembelajaran konsumen, dan sikap konsumen laki - laki pada jasa perawatan kulit mempengaruhi keputusan perawatan di Men's Skin Centres by Bella Mall Galaxy Surabaya. Pengambilan obyek dalam penelitian ini yaitu pada Men's Skin Centres by Bella yang berlokasi di Mall Galaxy Extention Lt.3 Unit 321-A, Surabaya. Sedangkan untuk perhitungannya menggunakan alat bantu komputer program *SPSS for windows 14.00.*

Berdasarkan hasil perhitungan Uji f menunjukkan adanya pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas dengan variabel terikat, terbukti dengan diperoleh f_{hitung} (14,451) > f_{tabel} (2,61). Berarti dapat disimpulkan bahwa motivasi konsumen (X_1), persepsi konsumen (X_2), pembelajaran konsumen (X_3), dan sikap konsumen (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan perawatan kulit oleh konsumen laki - laki pada jasa perawatan kulit di Men's Skin Centres by Bella Mall Galaxy Surabaya (Y).

Secara parsial variabel motivasi konsumen (X_1) dan sikap konsumen (X_4) berpengaruh terhadap keputusan perawatan kulit oleh konsumen laki - laki pada jasa perawatan kulit di Men's Skin Centres by Bella Mall Galaxy Surabaya (Y). Hal ini diketahui berdasarkan Uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} variabel motivasi konsumen (X_1) tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel}. Dan variabel sikap konsumen (X_4) nilai t hitung < - t tabel. Dengan kata lain ada pengaruh secara signifikan dari variabel motivasi konsumen (X_1) dan sikap konsumen (X_4) dalam keputusan perawatan kulit oleh konsumen laki - laki pada jasa perawatan kulit di Men's Skin Centres by Bella Mall Galaxy Surabaya (Y).

Secara parsial variabel persepsi konsumen (X_2) dan pembelajaran konsumen (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan perawatan kulit oleh konsumen laki - laki pada jasa perawatan kulit di Men's Skin Centres by Bella Mall Galaxy Surabaya (Y). Hal ini diketahui berdasarkan Uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} kedua variabel tersebut lebih kecil dari nilai t_{tabel}. Dengan kata lain tidak ada pengaruh secara signifikan dari persepsi konsumen (X_2), dan pembelajaran konsumen (X_3) dalam keputusan perawatan kulit oleh konsumen laki - laki pada jasa perawatan kulit di Men's Skin Centres by Bella Mall Galaxy Surabaya (Y).