

RINGKASAN

Kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar perempuan. Di sisi lain, konsumen sebagai pengguna maupun penikmat barang dalam hal ini kosmetik memiliki penilaian dan harapan sendiri terhadap kosmetik yang digunakannya. Ketersediaan produk kosmetik di Kota Tasikmalaya sudah sangat beragam dan terdiri dari produk kosmetik domestik (produk dalam negeri) maupun produk impor. Dengan semakin beragamnya pilihan kosmetik yang tersedia di pasaran, preferensi konsumen kosmetik akan semakin beragam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen kosmetik.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data primer yang diambil dari 100 orang responden berjenis kelamin perempuan berusia 15 - 64 tahun melalui media kuesioner. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala likert yang kemudian diubah ke data interval dengan metode MSI. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pendapatan, harga, fitur, merek, dan pilihan produk tidak mempengaruhi preferensi konsumen. Sedangkan informasi dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen. Secara bersama-sama seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen.

Implikasi pada penelitian ini adalah diharapkan produsen dapat tetap menjaga atau bahkan meningkatkan kualitas produk kosmetik yang mereka jual serta menyediakan dan mencantumkan informasi selengkap-lengkapny mengenai produk kosmetik yang di pasarkan.

Kata Kunci: Preferensi konsumen, kosmetik, pendapatan, harga, fitur, merek, informasi, kualitas, pilihan produk, impor, domestik.

SUMMARY

Cosmetics have become a primary need for most women. On the other hand, consumers as users and connoisseurs of goods, in this case cosmetics, have their own assessments and expectations of the cosmetics they use. The availability of cosmetic products in Tasikmalaya City is very diverse and consists of local cosmetic products (domestic products) and imported products. With the increasing variety of cosmetic choices available in the market, cosmetic consumer preferences will be more diverse. This research aims to analyze what factors influence cosmetics consumer preferences.

This research is a quantitative research and uses primary data taken from 100 female respondents aged 15 - 64 years through the media of questionnaire. The questionnaire used are uses a likert scale which is then converted to interval data using the MSI method. The analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results of this research showed that partially income, price, features, brand, and product choice do not affect consumer preferences. Meanwhile, information and quality have a significant effect on consumer preferences. Simultaneously all variables have a significant effect on consumer preferences.

The implication of this research is that it is hoped that producers can maintain or even improve the quality of the cosmetic products they sell and provide and include as complete information as possible about the cosmetic products being marketed.

Keywords: Consumer preferences, cosmetics, income, price, features, brand, information, quality, product choice, imported, local.