

## **ABSTRACT**

*Phenomenon of metrosexual men and their lifestyle had spreading all over the world. This situation had bring "rules of the game" cosmetics industries changed. Now, cosmetics not identically for the woman only but also for men. Realized that , slow but sure, one by one cosmetics industries are beginning to create cosmetics products dedicated and specialized for men. They compete each other to win market share and heart share of metrosexual segment markets. This is can be reasonable because this segment offers very big opportunity through their own fascination gravity. Therefore, in order to attract them, cosmetics industry should be understanding their needs, their preference, and their desire about cosmetics product.*

*This research is aim to get metrosexual's preference in order to modify "conventional man" body lotion product to become metrosexual body lotion products. Utilize their importance level and satisfaction level, together with raw weight ratio and technical contribution value, this research give a set of recommendation for each attributes body lotion product.*

## **ABSTRAKSI**

Fenomena pria metroseksual dan gaya hidupnya kian menyebar ke seluruh dunia. Situasi ini telah merubah aturan main industri kosmetik. Saat ini, kosmetik tidak lagi identik untuk kaum Hawa saja akan tetapi juga untuk kaum Adam. Menyadari hal ini, pelan namun pasti, satu demi satu industri kosmetik mulai membuat produk kosmetik yang didedikasikan dan dispesialisasikan untuk kaum pria. Industri kosmetik ini saling berlomba-lomba dengan yang lain untuk merebut pangsa pasar maupun menarik hati segmen pasar metroseksual ini. Hal ini dapatlah dipahami mengingat bahwa segment ini menawarkan peluang yang sangat besar melalui daya tarik yang dimilikinya. Oleh karena itu, dalam rangka menarik simpati mereka, industri kosmetik seharusnya mengerti keinginan, kebutuhan, dan preferensi mereka mengenai produk kosmetik

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan preferensi metroseksual dalam rangka memodifikasi produk *body lotion* "pria kebanyakan" menjadi produk kosmetik yang ditujukan untuk pria metroseksual. Dengan menggunakan tingkat kepentingan dan kepuasan mereka, bersama-sama dengan nilai *raw weight ratio* dan nilai kontribusi teknis, penelitian ini membuahakan hasil berupa set rekomendasi perbaikan untuk tiap-tiap atribut *body lotion*.