

## ABSTRAK

Perawatan wajah dan tubuh sudah dilakukan banyak pria untuk tampil percaya diri dan menjadi tuntutan dari pekerjaan yang mereka jalani. Pertumbuhan industri kecantikan pria dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dan di estimasikan 75% pria tidak memakai produk perawatan wajah dan kulit tapi ketertarikan pada perawatan wajah terus meningkat sehingga adanya beberapa faktor pendorong, mengapa pria memutuskan untuk memakai produk perawatan wajah khusus pria.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada produk facial wash Garnier Men. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu, analisis faktor pendorong pembelian produk skin care pria pada facial wash Garnier Men (X) yang terdiri dari :belief in product attribute, aging effect, health concern, self image, sense of belonging, self fulfilment, male image, maskuliniti.

Metode penelitian yang digunakan metode quantitative, jenis penelitian ini adalah kausal dengan sample 100 responden dan populasi tidak diketahui secara pasti, pengambilan sample dilakukan dengan metode non-probability sampling dengan pengelompokan purposive sampling, metode analisis deskriptif dan analisis faktor.

Hasil analisis menunjukkan analisis faktor pendorong pembelian produk skin care pria (study pada facial wash Garnier Men) (X) di peroleh dua komponen faktor yaitu health concern dengan nilai 0,808 dan komponen faktor 2 aging effect dengan nilai 0,906. Sehingga faktor pendorong pembelian produk skin care pria pada facial wash Garnier Men yaitu Health Concern

**Kata kunci :** Aging Effect, faktor analisis, Garnier Men, Health Concern, Skin Care