

ABSTRAK

Industri kosmetik merupakan industri yang strategis dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Perkembangan kosmetik di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Hal ini dapat dilihat melalui pendapatan Indonesia dari industri kosmetik mengalami peningkatan. Menurut *Indonesia Finance Today* sendiri pendapatan pasar kosmetik di Indonesia pada 2013 6,87% menjadi Rp 11,2 triliun dari sebelumnya Rp 9,76 triliun, menurut asosiasi industri. Selain itu dapat dilihat dari segi pengguna di masyarakat yang mengalami peningkatan menjadi 9,4%. Brand produk Innisfree dan Nature Republic bersaing dalam persaingan atribut produk. Innisfree dan Nature Republic outlet Paris Van Java Mall dan Trans Studio Mall adalah salah satu dari beberapa outlet di kota Bandung dengan mayoritas konsumen kelas menengah keatas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui terdapat perbedaan atribut produk serta tanggapan konsumen terhadap atribut produk Aloe Revil Soothing Gel 300 ML *By Innisfree* dengan Soothing & Moisture Aloe Vera 92% Soothing Gel *by Nature Republic*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yang melibatkan 100 konsumen Aloe Revil Soothing Gel 300 ML *By Innisfree Outlet* Paris Van Java Mall dan 100 konsumen Soothing & Moisture Aloe Vera 92% Soothing Gel *by Nature Republic Outlet* Trans Studio Mall Bandung dengan pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling tipe incidental sampling. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan metode analisis perbandingan.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Berdasarkan hasil uji beda dengan menggunakan Mann-Whitney U-test maka dapat disimpulkan bahwa perbedaan atribut produk Aloe Revil Soothing Gel 300 ML *By Innisfree* dengan Soothing & Moisture Aloe Vera 92% Soothing Gel *by Nature Republic* secara signifikan.

Kata kunci : Analisis Perbandingan, Atribut Produk, Kosmetik