

ABSTRAK

Meningkatnya minat terhadap produk kecantikan terutama lipstik di Indonesia dilatar belakangi oleh kebutuhan terhadap kecantikan yang kini menjadi prioritas utama kaum wanita dalam menunjang penampilan sehari-hari. Hal ini menyebabkan wanita kian lebih selektif menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginannya. Keinginan yang muncul pada konsumen tersebut merupakan preferensi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *atribut* lipstik yang paling penting bagi konsumen dalam pemilihan produk kosmetik lipstik, mengetahui *level* lipstik yang paling bermanfaat bagi konsumen, dan mengetahui *stimuli* atau kombinasi lipstik yang paling disukai konsumen di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan teknik analisis konjoin dengan jenis sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*. Kemudian pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner *online* yang menghasilkan 423 responden.

Terdapat 6 *atribut* dengan beberapa *level* dari masing-masing *atribut* yang akan dianalisis nilai kepentingan dan nilai kegunaannya bagi konsumen pada penelitian ini. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa *atribut* lipstik yang paling penting bagi konsumen adalah *atribut* warna dengan nilai kepentingan terbesar yaitu 24,592% dan *level* lipstik yang paling bermanfaat bagi konsumen adalah *level* warna cocok dengan warna kulit dengan nilai kegunaan positif terbesar yaitu 0,161.

Terdapat 25 *stimuli* kartu yang terdiri dari *atribut* dan *level* lipstik yang telah diolah menggunakan SPSS 25 pada penelitian ini. Adapun *Stimuli* lipstik yang menjadi *stimuli* yang paling disukai konsumen adalah *stimuli* kartu dua dengan nilai total kegunaan tertinggi yaitu sebesar 0,373. Adapun kombinasi *atribut* dan *level* lipstik yang terdapat pada *stimuli* kartu dua yaitu terdiri dari manfaat lipstik sebagai pelembab bibir, keunggulan produk lipstik yang tahan lama, memiliki fitur lipstik yang mengandung antioksidan, dengan kecocokan lipstik yang tidak menyebabkan iritasi, lipstik berwarna lembut, dan lipstik dengan harga yang sesuai manfaat.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pelaku bisnis di bidang industri kosmetik lipstik di Indonesia dalam pengembangan produk dengan memperhatikan preferensi konsumen dalam pemilihan produk kosmetik lipstik sehingga dapat memberikan produk lipstik yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Kata Kunci : lipstik, *atribut*, *level*, *stimuli*, dan preferensi konsumen