

ABSTRAK

Saat ini perkembangan industri kosmetik di Indonesia berkembang pesat. Potensi-potensi dalam industri kosmetik menimbulkan timbulnya persaingan dalam industri tersebut. Agar perusahaan dapat bertahan diperlukan strategi pemasaran yang baik guna memanfaatkan potensi tersebut. Untuk dapat melakukan hal tersebut perusahaan harus mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran tersebut. Tingginya potensi pangsa pasar dan penghasilan menimbulkan adanya persaingan pada industri kosmetik. Persaingan tersebut dapat timbul dikarenakan adanya kompetitor baru. Tidak menutup kemungkinan skincare Atmosphere beauty menemui kendala dalam persaingan di masa depan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, data yang dibutuhkan yaitu data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, observasi dengan penelitian 96,04. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan metode Importance Performance Analysis (IPA) serta Customer Satisfaction Index (CSI).

Hasil analisis deskriptif rata rata nilai dari data pengukuran mengenai kenyataan (*Performance*) dari tinjauan *customer satisfaction* berdasarkan dimensi *Servqual* pada Atmosphere beauty sebesar 93.48% nilai ini menunjukkan bahwa berada di posisi garis antara 81,25%-100% yang artinya sangat tinggi sedangkan hasil analisis deskriptif rata rata nilai dari data pengukuran mengenai harapan (*Importance*) pada tinjauan *customer satisfaction* berdasarkan dimensi *Servqual* pada atmosphere beauty sebesar 94.80% yang berada diposisi garis antara 81,25%-100% yang artinya sangat tinggi .

Kata Kunci: *Importance Performance Analysis, Customer Index, Service Quality*