

Analysis of Consumer Behavior towards Korean Beauty Products in Indonesia: Factors that Influence Market Preferences

Kharisma¹ , Mahir Pradana²,

^{1,2} Department of Business Administration, Telkom University.

chstntalmnd@student.telkomuniversity.ac.id¹, mahirpradana@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen terhadap produk kecantikan Korea di Indonesia serta faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pasar. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif yaitu mengambil sampel pengguna aktif produk kecantikan Korea dan produk kecantikan Indonesia dengan menggunakan Google Forms. Data dianalisis menggunakan regresi linier untuk mengetahui hubungan antara variabel kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan strategi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik dan strategi pemasaran yang menarik sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk. Temuan ini memberikan wawasan bagi pemasar untuk mengoptimalkan strategi promosi dan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam pembelian produk. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk menyusun strategi pemasaran produk kecantikan yang lebih efektif di pasaran.

Kata Kunci: Tren produk kecantikan, pasar kecantikan Indonesia, kecantikan impor Korea, Survei Kuantitatif, Perilaku Konsumen, Strategi Pemasaran

