

ABSTRAK

Perkembangan industri kosmetik Korea di Indonesia ini terus meningkat, semakin banyak nya produk - produk kosmetik yang beredar di pasaran. Kosmetik Korea saat ini sudah menduduki peringkat atas di Asia terutama di Indonesia yang mengeksport kategori jenis produk kosmetik berbeda-beda, yang terbagi menjadi lima kategori umum yaitu *lip make up*, *eye make up*, *nail polish product*, *make up powder*, dan *skincare* kecantikan, baik dari segi merek, kualitas, harga, maupun jenis lain. Masyarakat Indonesia harus lebih selektif dalam memilih produk.

Tujuan dari penelitian ini untuk mencari preferensi masyarakat dalam memilih kosmetik Korea di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data dengan kuesioner. Jumlah sampel dari penelitian ini yaitu 388 orang. Item kuesioner berjumlah 16 pertanyaan dan menggunakan alat ukur skala *likert*. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan nilai kegunaan tertinggi adalah pada tingkat bentuk kemasan kosmetik yang besar mempunyai nilai utilitas 0.091, atribut yang memiliki nilai kepentingan tertinggi adalah atribut bentuk kemasan kosmetik dengan nilai kepentingan 37.840, dan masyarakat yang menyukai kosmetik Korea karena harga kosmetik yang murah, bentuk kemasan kosmetik yang besar, jenis kosmetik disukai masyarakat jenis padat, kemasan kosmetik berbahan dasar melamin, wangi kosmetik yang natural, dan terdapat kandungan di dalam kosmetik yang mengandung vitamin.

Kata Kunci : Atribut, Analisis Konjoin, Kosmetik, Preferensi.