

ABSTRAK

Salah satu lapisan masyarakat yang mengkonsumsi *skin care* adalah masyarakat usia produktif. Karena pada dasarnya masyarakat usia produktif adalah masyarakat yang mengedepankan citra diri dan tinggi akan sifat selektif terhadap suatu produk. Masyarakat usia produktif dan tingkat konsumsi *skin care* terbanyak saat ini terdapat di Kota Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Banten.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut, level atribut dan kombinasi atribut dan level *skin care* seperti apakah yang paling disukai konsumen usia produktif Indonesia sehingga pelaku usaha di bidang industri *skin care* dapat melakukan pengembangan produk *skin care* sesuai dengan keinginan konsumen. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner kepada 400 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan rumus *Slovin*. Kemudian dalam mengolah data menggunakan software SPSS versi 25 menggunakan teknik analisis data Konjoin.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut harga menjadi atribut yang paling penting bagi konsumen dalam pemilihan produk *skin care* di Indonesia. Level *skin care* yang paling penting bagi konsumen dalam pemilihan produk *skin care* di Indonesia adalah kualitas tersertifikasi BPOM. Stimuli kartu 13 menjadi stimuli yang paling disukai konsumen dalam pemilihan produk *skin care* di Indonesia. Kombinasi atribut dan level yang terdapat pada stimuli kartu ke 13 terdiri dari menghidrasi kulit, bersertifikasi BPOM, terbuat dari bahan alami 100%, tidak menimbulkan iritasi dan harga *skin care* yang terjangkau.

Kata Kunci: *Skin Care*, Atribut, Level, Konjoin