

## ABSTRAK

Perkembangan industri kecantikan di Indonesia semakin berkembang, hal itu terjadi dikarenakan saat ini tren di masyarakat yang mulai memperhatikan penampilan. Sehingga membuat wanita menjadi sasaran pasar yang berpotensi dan memiliki banyak kebutuhan. Salah satu kebutuhannya adalah menggunakan kosmetik untuk mempercantik diri mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut dan level manakah yang paling mempengaruhi kesukaan pelanggan terhadap produk Wardah Cosmetics dan kombinasi atribut apa yang paling mempengaruhi kesukaan pelanggan terhadap produk Wardah Cosmetics.

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian kuantitatif yang dilaksanakan menggunakan metode analisis konjoin. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* kemudian pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 23. Didapatkan responden berjumlah 385 responden yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan produk dari Wardah Cosmetics.

Hasil penelitian menunjukkan nilai kegunaan tertinggi adalah pada level kualitas yang baik dengan nilai utilitas sebesar 0,341, dan atribut yang memiliki nilai kepentingan tertinggi adalah atribut kualitas sebesar 35.961.

Konsumen yang menyukai produk Wardah Cosmetics karena mempunyai manfaat untuk meningkatkan rasa percaya diri, mempunyai kualitas produk yang baik, produk mudah didapat saat konsumen ingin membeli, harga sesuai dengan kualitas produk, dan bentuk kemasan produk terbuat dari kaca.

**Kata Kunci : Analisis Konjoin, Preferensi Konsumen, dan Wardah Cosmetics.**