ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh preferensi konsumen terhadap penggunaan produk *skincare* Korea Selatan dan lokal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan variabel preferensi konsumen dengan atribut produk *skincare*. Selain itu, juga untuk menganalisis pilihan konsumen antara produk *skincare* Korea Selatan atau lokal dan pertimbangan responden dalam memilih produk *skincare*.

Penelitian ini dilakukan pada 100 responden dengan usia 15 hingga 54 tahun. Analisis data yang digunakan adalah Uji Chi Square dan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan 74 reponden memilih produk *skincare* lokal dan 26 responden menggunakan produk *skincare* Korea Selatan. Analisis Uji Chi Square menunjukkan adanya perbedaan antara atribut merek, manfaat, kemasan, harga dan *brand ambassador* terhadap preferensi konsumen, dan atribut bahan utama yang tidak ada perbedaan dengan preferensi konsumen. Sebanyak 74 reponden memilih produk *skincare* lokal dan 26 responden menggunakan produk *skincare* Korea Selatan.

Kata Kunci : Preferensi, Produk *skincare* Korea Selatan, Produk *Skincare* lokal

SEMARANG
FEB UNDIP