ANALISIS PREFERENSI MEREK PRODUK SABUN KECANTIKAN BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN

( Tinjauan pada Merek Olay, Pond's, dan Biore )

Oleh :

Ety Kurniawati

Manajemem

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Preferensi, Ponds, Olay, Biore

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepentingan atribut produk, kualitas produk serta tingkat preferensi merek produk berdasarkan persepsi konsumen pada merek sabun kecantikan Pond's, Olay, dan Biore. Karena itu, untuk mengetahui kepentingan atribut, kualitas atribut serta tingkat preferensi merek produk Pond's, Olay dan Biore dapat dilihat dari dimensi atribut produk yang terdiri dari kesegaran produk saat dipakai, melembutkan kulit, mengurangi kekusaman, mencerahkan kulit, mengangkat sel kulit mati, kelembutan busa, mengencangkan kulit, kemasan produk, serta estetika tampilan produk. Sampel dalam penelitian adalah mahasiswa kampus II Program ( S-1 ) Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang masih aktif terhadap 100 responden yang diolah dengan metode analisis data Model Kompensatory. Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 100 responden yang pernah memakai produk Pond's, Olay, dan Biore, diketahui bahwa responden lebih suka memakai Olay karena memberikan banyak manfaat dibanding Pond's dan Biore.