

ABSTRAK

PROSES ADOPSI PRODUK KOSMETIK PREMIUM LOKAL DI PASAR JAKARTA TAHUN 2017

Nama: Vitrie Maulani

Dosen Pembimbing: Ir. Eva Zhoriva Yusuf, M.M., Ph.D.

Indonesia diprediksi akan muncul sebagai salah satu pasar kosmetik Asia terbesar pada 10-15 tahun mendatang dimana konsumen kecantikan berpusat di daerah urban dan kota-kota besar di Indonesia. Penjualan produk kosmetik domestik di Indonesia tahun 2015 adalah sebesar Rp 11 Triliun, namun, 50% penjualan kosmetik di pasar domestik pada tahun 2015 masih dikuasai oleh merek internasional. Sementara penjualan untuk merek kosmetik lokal sendiri, masih di dominasi oleh merek kelas menengah dengan harga yang tergolong murah (*drugstore makeup*).

Permasalahan ini menarik untuk diteliti lebih lanjut dalam upaya mengetahui perilaku pasar dalam mengadopsi produk kosmetik premium lokal di pasar Jakarta. Selain itu juga untuk mengetahui kesiapan konsumen pasar kosmetik premium lokal di Jakarta sebagai dasar untuk meluncurkan lini produk premium lokal untuk bersaing dengan kosmetik premium merek internasional.

Untuk itu, akan dilakukan uji deskriptif dan uji analisa SEM dimana peneliti akan mengukur interaksi antara beberapa variabel bebas terhadap variabel adopsi produk kosmetik premium lokal. Kemudian dilakukan uji *goodness of fit* untuk ketepatan model yang telah dibuat menggunakan uji SEM.

Kata kunci: adopsi pasar, perilaku pasar, kosmetik premium

ABSTRACT

ADOPTION PROCESS OF PREMIUM COSMETIC PRODUCTS IN JAKARTA MARKET 2017

Name: Vitrie Maulani

Mentor: Ir. Eva Zhoriva Yusuf, M.M., Ph.D.

Indonesia is predicted to emerge as one of Asia's largest cosmetics markets in the next 10-15 years where beauty consumers are based in urban areas and major cities in Indonesia. The sales of domestic cosmetics products in Indonesia in 2015 is Rp 11 Trillion, however, 50% of cosmetics sales in the domestic market in 2015 are still dominated by international brands. While sales for local own cosmetics brands, still dominated by middle-class brands with a relatively cheap price (drugstore makeup).

This issue is interesting to investigate further in an effort to know the market behavior in adopting local premium cosmetic products in Jakarta market. In addition, to find out the readiness of consumers of local premium cosmetics market in Jakarta as a basis for launching local premium product line to compete with international premium brand cosmetics.

Therefore, descriptive and SEM analysis will be conducted where the researcher will measure the interaction between several independent variables to the adoption variable of local premium cosmetic product. Then tested the goodness of fit for the accuracy of the model that has been made using the SEM test.

Keywords: market adoption, market behavior, premium cosmetics