

Analysing the Potential of New Skincare Brands in the Beauty Market Through Consumer Profiling = Analisis Potensi Merek Perawatan Kulit Baru di Pasar Kecantikan Melalui Profil Konsumen

Indriyani Sekarputri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920545641&lokasi=lokal>

Abstrak

Karena perawatan kulit atau skincare adalah salah satu kategori terlaris di industri kecantikan, pelaku-pelaku bisnis makin giat bersaing di pasar dengan menghadirkan inovasi terbaru. Namun, bisnis-bisnis baru perlu bekerja lebih keras untuk memasuki pasar tersebut. Dengan menggunakan profil konsumen dan wawancara dengan konsumen dari demografi yang ditargetkan sebagai metode analisis, penelitian ini bertujuan untuk memahami variabel yang perlu dipertimbangkan sebelum memperkenalkan produk baru ke pasar, seperti segmentasi konsumen, proses pengambilan keputusan konsumen, dan perilaku konsumen serta mengintegrasikannya ke dalam praktik pemasaran melalui rekomendasi berdasarkan analisis profil konsumen dan empat "P" dalam pemasaran.

.....As skincare is one of the beauty industry's best-selling categories, businesses are actively trying to compete within the market by coming up with the newest innovations. However, new brands in particular need to spare more effort in order to penetrate into said market. Using consumer profiling and an interview with a consumer from the targeted demographic as methods of analysis, this research aims to understand the variables that need to be taken into consideration before introducing new products into the market such as consumer segmentation, consumer decision making process, and consumer behaviour as well as integrating them into marketing practices through proposed recommendations based on the consumer profile analysis and the four Ps of marketing.