

INTISARI

Munculnya merek kosmetik independen (*indie*) di industri kosmetik membuat pilihan konsumen semakin beragam. Saat ini produk bibir paling banyak dipilih sebagai produk perdana yang diluncurkan oleh beberapa merek kosmetik independen (*indie*). Untuk memasarkan produknya di tengah persaingan industri kosmetik yang semakin kuat perusahaan perlu mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi pilihan merek yang dilakukan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor demografi dan kesesuaian citra diri pada pemilihan merek produk bibir. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan mendapatkan 1074 sampel yang dapat digunakan dalam penelitian. Beberapa hasil penemuan dalam penelitian ini antara lain, faktor demografi yang memengaruhi pilihan merek produk bibir konsumen adalah generasi dan pendapatan. Kesesuaian citra diri memiliki hubungan positif dengan pilihan merek produk bibir.

Kata Kunci : Faktor demografi, kesesuaian citra diri, pilihan merek.

ABSTRACT

The emergence of independent (indie) brand in the cosmetic industry makes the choice of brand varied for customers. Currently, lip products are the most popular pilot product to be launched among independent cosmetics brands. To market their products in the midst of cosmetics industry's strict competition, companies need to know what factors affect brand choice by consumers. This research aims to analyze demographic factors and self image congruity on consumers brand choice of lip product. Purposive sampling used to gather 1074 samples for this research. This research resulting some findings, demographic factors that is significant on brand choice are generation and income. Self image congruity has a significant and positif relationship with brand choice.

Keywords: Demographic factors, self image congruity, brand choice.