

ABSTRAK

Wanita senang mempercantik diri dengan menggunakan berbagai jenis produk perawatan kecantikan salah satunya yaitu kosmetik. Beragamnya merek kosmetik yaitu krim wajah saat ini telah membuat konsumen mempunyai keinginan untuk beralih ke merek yang lain dari merek sebelumnya. Model rantai Markov sering digunakan dalam permasalahan pada kesetiaan merek (*brand loyalty*) dan perpindahan merek (*brand switching*) terutama untuk memprediksi pangsa pasar suatu produk yang akan dicapai dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan rantai Markov dalam menganalisis tren merek kosmetik salah satunya adalah krim wajah (pagi/siang hari) yaitu Wardah, Emina, Pond's, Garnier, Fair & Lovely, Skin Aqua, Safi, Pixy, Nivea, L'oreal, Olay, Natur-E, Innisfree, Acnes, Viva, Citra, Oriflame, The Body Shop, Hada Labo, dan Lainnya yang paling laku di pasaran.

Berdasarkan hasil analisis, merek kosmetik krim wajah (pagi/siang hari) yang paling banyak dipakai oleh responden yaitu merek Lainnya sekitar 34% atau berjumlah 69 responden.

Oleh karena itu, produsen kosmetik dari masing-masing merek dapat mempersiapkan ataupun merancang strategi pemasaran untuk ditawarkan kepada pelanggan sehingga tidak kehilangan pelanggan di periode yang akan datang.

Kata kunci: Analisis Rantai Markov, Stokastik, *Brand Switching*, *Brand Loyalty*, Matriks Probabilitas Transisi.

ABSTRACT

Women like to beautify themselves by using various types of beauty care products, one of which is cosmetics. The variety of cosmetic brands, namely face creams today, has made consumers have the desire to switch to other brands from the previous brand. The Markov chain model is often used in problems of brand loyalty and brand switching, especially to predict the market share of a product that will be achieved in the long term. This study aims to determine the application of the Markov chain in analyzing cosmetic brand trends, one of which is facial cream (morning/afternoon) namely Wardah, Emina, Pond's, Garnier, Fair & Lovely, Skin Aqua, Safi, Pixy, Nivea, L'oreal, Olay, Natur-E, Innisfree, Acnes, Viva, Citra, Oriflame, The Body Shop, Hada Labo, and others are the best sellers in the market.

Based on the results of the analysis, the cosmetic brands of facial creams (morning/afternoon) that are most widely used by respondents are Other brands, around 34% or totaling 69 respondents.

Therefore, cosmetic manufacturers from each brand can prepare strategies or design marketing strategies to be offered to customers so that they do not lose customers in the coming period.

Keywords: Markov Chain Analysis, Stochastic, Brand Switching, Brand Loyalty, Transition Probability Matrix.