

## ABSTRAK

En-Zy Store merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* di Kota Jakarta yang memiliki *feature* unik dengan mengkombinasikan produk *fashion* nya dengan unsur batik. Salah satu cara En-Zy Store menjual produknya yaitu melalui *website*. Berdasarkan hasil survei pendahuluan diperoleh keluhan pada produk En-Zy yang menunjukkan ketidakpuasan konsumen terhadap produk. Oleh karena itu perlu adanya perbaikan kualitas produk En-Zy. Penelitian ini bertujuan untuk membuat rancangan perbaikan produk En-Zy dengan cara menganalisis preferensi konsumen, dan merumuskan kombinasi antara atribut dan taraf terkuat sebagai rancangan rekomendasi kepada pihak En-Zy. Dalam mengidentifikasi nilai yang responden berikan pada atribut, fitur, dan kegunaan produk, analisis *conjoint* menciptakan fungsi *part-worth utilities* atau nilai guna. Hasil analisis *conjoint* berupa informasi kuantitatif yang dapat memodelkan preferensi konsumen untuk beberapa kombinasi fitur produk. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain pakain, jenis motif yang digunakan, harga pakaian, garis badan dan bentuk lengan baju. Sampel dari penelitian ini berjumlah 100 responden konsumen En-Zy, dan domisili Bandung. Data penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuisioner yang bersifat *online* dan *offline*. Data tersebut akan dijadikan input untuk pengolahan data dengan cara *conjoint*. Setelah diolah dengan menggunakan *conjoint*, dihasilkan kombinasi atribut dan taraf terkuat. Atribut jenis motif yang digunakan dengan motif tujuh rupa memiliki nilai paling tinggi, hal ini menunjukkan atribut dan taraf tersebut memiliki peran yang paling penting.

**Kata Kunci : *Conjoint, E-Commerce, En-Zy, Atribut, Preferensi Masyarakat.***