

## ABSTRAK

Scratchline merupakan salah satu pelaku UMKM di bidang *fashion* asal Kota Bandung yang berfokus pada produksi dan penjualan tas. Selama tahun 2019, terdapat masalah pada Scratchline yaitu penjualan yang cenderung naik turun. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu kompetitor yang memiliki segmentasi pasar yang sama dan variasi produk yang kurang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk merancang rekomendasi produk berdasarkan kombinasi atribut dan taraf yang dinilai penting sesuai dengan preferensi konsumen menggunakan *conjoint analysis* dengan pendekatan *full-profile*. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, bahan, model, warna, dan motif. Sampel dari penelitian ini berjumlah 100 responden konsumen Scratchline yang berusia 13-35 tahun. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa atribut yang dianggap penting oleh konsumen saat membeli sebuah produk tas adalah harga, lalu diikuti oleh warna, bahan, model, dan motif. Kemudian penelitian ini juga menghasilkan rekomendasi rancangan produk Scratchline yaitu tas dengan harga Rp.100.000 – Rp.175.000, bahan cordura, model *backpack*, warna *deep* (warna gelap) dan memiliki motif.

**Kata Kunci:** *Conjoint Analysis*, Scratchline, Atribut, Preferensi Konsumen