ABSTRAK

Voute Denim Co merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam subsektor *fashion* yang didirikan di Kota Bandung sejak 2017 dan berfokus pada produk denim dengan tagline *Precision Makes Perfection*. Pada saat ini penjualan produk Celana Denim mengalami ketidak stabilan di setiap bulannya, hal ini disebabkan oleh total pendapatan tidak pernah mencapai target penjualan. Tujuan pada tugas akhir ini adalah dapat mengidentifikasi kombinasi atribut dan level pada atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen Voute Denim Co.

Metode yang digunakan dalam pengolahan data untuk mengetahui preferensi konsumen ini adalah *conjoint analysis*. *Conjoint analysis* juga merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menentukan nilai utilitas yang dilampirkan konsumen ke berbagai tingkat produk atribut.

Pengolahan data yang telah dilakukan menunjukkan perancangan atribut pada produk Celana Denim Voute Denim Co yang disukai oleh konsumen dengan perbaikan atribut berdasarkan importance value terbesar dan atribut yang belum tersedia. Produk yang diinginkan konsumen yaitu *Fitting sraigh leg*, harga >Rp800.000, warna *black*, dengan bahan *denim cotton 13 oz* dan *recycle cotton 14 oz*, dan *model selvedge*.

Penulisan tugas akhir ini dapat mengidentifikasi atribut dan level atribut sesuai dengan preferensi konsumen Voute Denim Co, terdapat 108 stimuli dari kombinasi 5 atribut dan 14 level atribut yang dibuat dengan menggunakan *full-profile procedure*. Dapat membandingkan atribut produk eksisting pada Voute Denim Co dengan atribut produk berdasarkan preferensi konsumen. Dapat merancang rekomendasi perbaikan atribut pada produk Celana Denim Voute Denim Co agar disukai oleh konsumen.

Kata Kunci: *Celana Denim, Voute Denim Co, Preferensi Konsumen, Atribut dan Level Atribut, Conjoint analysis*