

## ABSTRAK

Byklana adalah salah satu usaha bisnis yang bergerak di bidang *fashion*. Byklana mempunyai beberapa produk yaitu celana kulot, *blazer*, *one set*, *blouse*, dan *skirt*. Diantara beberapa produk tersebut terdapat produk yang paling unggul yaitu celana kulot. Penjualan celana kulot mengalami naik turun atau fluktuatif yang disebabkan oleh persaingan dengan kompetitor yang mempunyai produk serupa. Byklana memiliki permasalahan dalam penjualan yang dimana penjualan sering kali tidak mencapai target yang telah ditentukan. Salah satu permasalahan yang menyebabkan Byklana tidak dapat mencapai target karena produk memiliki variasi produk yang sedikit. Produk yang dimiliki Byklana memiliki pilihan warna yang tidak bervariasi, satu variasi model, satu pilihan ukuran yaitu *allsize*, dan satu variasi bahan. Hal tersebut menjadi salah satu penyebab penjualan Byklana yang tidak dapat memenuhi target penjualan. Permasalahan target penjualan yang tidak tercapai membuat pendapatan perusahaan tidak maksimal, hal ini dapat disebabkan karena perusahaan kurang memahami preferensi konsumen. Oleh karena itu Byklana perlu mengembangkan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Tujuan Tugas akhir ini yaitu merancang rekomendasi perbaikan pada produk celana kulot Byklana berdasarkan preferensi konsumen dan mengidentifikasi atribut hingga level atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen terhadap produk. Metode yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode *conjoint analysis*. Metode *Conjoint Analysis* dapat digunakan untuk mengetahui kepentingan atribut dan level atribut yang sesuai preferensi konsumen. Penentuan teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden yang ditujukan kepada wanita pengguna celana kulot.

Terdapat beberapa atribut yang menjadi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk khususnya celana kulot. Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan 5 atribut yang akan digunakan yaitu bahan, warna, model, ukuran, dan *waistline*. Hasil menunjukkan bahwa warna adalah kriteria keputusan paling penting untuk pembelian celana kulot, diikuti oleh model, *waistline*, bahan, dan ukuran. Selain itu, dari 5 atribut yang digunakan terdapat

3 atribut yang berbeda dengan produk eksisting dan belum terpenuhi oleh Byklana. Oleh karena itu Byklana perlu menambahkan beberapa variasi dalam atribut sesuai dengan hasil perancangan yang telah dilakukan. Pada atribut model, perlu menambahkan variasi model *basic* dan *pocket*. Pada atribut bahan, perlu menambahkan bahan polyester dan katun. Pada atribut ukuran, perlu ditambahkan variasi ukuran standar *size* dengan ukuran yang bervariasi seperti (S, M, L, XL).

Berdasarkan hasil perancangan atribut pada produk celana kulot Byklana, pemilik Byklana dapat mengetahui informasi mengenai keinginan konsumen terhadap produk celana kulot. Hasil rekomendasi tersebut diharapkan dapat mengatasi keluhan konsumen mengenai produk celana kulot Byklana. Atribut dan level atribut celana kulot berdasarkan preferensi konsumen, secara spesifik telah diketahui oleh pemilik Byklana. Hasil perancangan perbaikan atribut produk celana kulot ini diharapkan dapat dipertimbangkan dan diimplementasikan oleh Byklana. Dengan harapan dapat meningkatkan penjualan produk celana kulot Byklana dengan perubahan yang sesuai dengan preferensi konsumen tetapi tidak mengubah ciri khas Byklana. Dalam mengimplementasikan hasil perancangan, Byklana perlu melakukan riset secara berkala untuk mengetahui informasi terbaru mengenai tren *fashion* dan preferensi konsumen terhadap produk, karena preferensi konsumen akan terus berubah seiring berjalannya waktu.

***Kata kunci — Preferensi Konsumen, Conjoint analysis, Atribut Produk, Celana Kulot***