

## ABSTRAK

Annamiyya merupakan salah satu usaha *fashion* hijab brand lokal asal Bandung yang didirikan oleh Citra Rizkyanda dan telah berdiri sejak tahun 2020. Annamiyya fokus menjual berbagai macam jenis hijab dan juga menjual atasan. Annamiyya menggunakan saluran penjualan *online* untuk pemasaran produknya. Secara umum, diketahui bahwa *growth rate* dari pendapatan Annamiyya adalah 5%, nilai tersebut masih dibawah pertumbuhan pembelanjaan fashion muslim tahun 2022. Adapun hal-hal yang menyebabkan rendahnya pertumbuhan pendapatan Annamiyya adalah tidak melakukan pemasaran, tidak memproduksi produk baru dan adanya pengaruh kompetitor yang memproduksi dan menjual produk dengan segmen pasar yang hampir sama. Oleh karena itu, rumusan masalah yang tepat untuk permasalahan tersebut adalah bagaimana rekomendasi rancangan perbaikan produk baru hijab Annamiyya agar meningkatkan minat beli konsumen.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *conjoint analysis*. Metode *conjoint analysis* digunakan untuk mengidentifikasi kombinasi atribut yang dianggap penting berdasarkan preferensi konsumen. Atribut yang digunakan pada penelitian ini adalah bahan, kualitas jahitan, warna, harga, dan model. Jumlah *stimuli* yang terbentuk adalah 16 *stimuli*, kemudian *stimuli* tersebut akan digunakan untuk membuat *plan card* pada kuesioner yang nantinya responden akan memberikan *Rating* pada setiap *plan card* yang tersedia. 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 pengguna hijab.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa atribut yang paling dianggap penting dalam keputusan pembelian produk hijab Annamiyya oleh konsumen adalah atribut warna. Lalu, atribut terpenting kedua adalah bahan dan diikuti dengan atribut model, kualitas jahitan, harga. Rekomendasi perbaikan atribut untuk produk hijab Annamiya yaitu dengan memperbanyak produksi bahan *polycotton* dan menambahkan bahan *ceruty babydoll* pada produk hijabnya, memproduksi lebih

banyak hijab berkualitas premium dengan jahitan tepi hijab yang rapi, mempertahankan variasi warna soft dan deep yang sudah ada, perlu menjaga kestabilan harga pada range Rp20.000 - Rp35.000 dan merilis produk hijab dengan model pashmina instan.

**Kata kunci :** *Annamiyya, Atribut, Conjoint analysis, Preferensi Konsumen*