ABSTRAK

Berkembangnya industry transportasi di Indonesia ditandai dengan benyaknya produesn mobil dan motor yang melakukan penetrasi ke pasar di Indonesia dan tingginya tingkat penjualan mobil dan motor. Data statistik menunjukan bahwa dalam tiga tahun terakhir perbandingan penjualan kendaraan di Indonesia dikuasai oleh sepeda motor dengan angka penjualan sebesar 7.064.457 unit pada tahun 2012. Penjualan sepeda motor di Indonesia lebih dikuasai oleh sepeda motor jenis skuter *matic* yang mencapai 59.33% dari penjualan nasional, dibandingkan dengan sepeda motor jenis lainnya.

Penelitian ini bertujuan mengkaji atribut-atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih sepeda motor jenis skuter *matic* dan juga dapat memberikan suatu rekomendasi bagi perusahaan-perusahaan terkait guna menawarkan produk sepeda motor jenis skuter *matic* yang diinginkan oleh konsumen.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *conjoint* yang menghasilkan nilai utilitas dan nilai kepentingan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesoiner kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut tertinggi adalah harga berli (55.50%) dengan taraf Rp 10.000 – Rp 15.000.000 (0.567). Tertinggi kedua adalah atribut kapasitas isi silinder mesin (13.95%%) dengan taraf >140cc (0.136). Teritinggi ketiga adalah atribut lokasi servis dan waktu pelayanan servis (11.71%) dengan taraf lokasi servis jauh, waktu pelayanan cepat (0.144). Keempat adalah atribut tenaga (10.90%) dengan taraf kencang, BBM boros (0.134). Kelima adalah atribut desain dan warna (5.09%) dengan taraf menawarkan banyak pilihan model desain (0.062) dan yang terakhir adalah atirbut ketahanan mesin (2.85%) dengan taraf tidak mudah rusak, *spare part* mahal (0.035). Hasil-hasil tersebut diperoleh dari pengolahan SPSS 17.0.

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa sepeda motor skuter *matic* yang diinginkan konsumen yaitu sepeda motor skuter *matic* dengan harga beli Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000, dengan kapasitas silinder mesin >140cc, lokasi servis jauh namun waktu pelayanan cepat, kencang namun BBM boros, menawarkan banyak pilihan model desain dan tidak mudah rusak namun *spare part* mahal. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan inovasi disetiap produk sepeda motor skuter *matic* yang akan mereka tawarkan.

Kata kunci: Preferensi konsumen, *Conjoint*, Sepeda motor skuter *matic,* Nilai utilitas, Nilai Kepentingan.