

ABSTRAK

LI KI SEN. *FAKTOR – FAKTOR PENENTUAN PREFERENSI KONSUMEN UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK BAJU SEPAK BOLA AURI.*

(dibimbing oleh Tumari Jatileksono).

Studi ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih baju sepak bola, mengetahui preferensi agen penjualan baju sepak bola, menentukan arah pengembangan produk baju sepak bola dan mengetahui stabilitas preferensi konsumen. Metode yang dipakai dalam menganalisis permasalahan yang akan diteliti adalah dengan menggunakan metode pra survei dan survei. Hasil *conjoint* analisis ialah responden konsumen dan agen menunjukkan atribut harga dengan bobot 49 % dan 73 %. Atribut bahan menunjukkan bobot sebesar 20 % untuk responden agen dan responden konsumen sebesar 37 %. Atribut panjang lengan konsumen menunjukkan sebesar 14 % dan agen sebesar 8 %. Ternyata utilitas konsumen dari atribut harga Rp 10,000 sebesar 0.7185 lebih rendah daripada utilitas pada agen sebesar 1.5006, utilitas konsumen dari atribut bahan katun sebesar 0.4926 lebih rendah daripada utilitas pada sebesar 0.5236. Sedangkan utilitas konsumen dari atribut lengan pendek sebesar 0.2148 lebih besar dari utilitas pada agen sebesar 0.1520. Konsumen ke dalam tiga kelompok pendapatan (rendah, menengah, dan tinggi) menunjukkan bahwa preferensi konsumen tidak berubah, berarti tidak perlu ada segmentasi berdasarkan pendapatan. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan faktor – faktor konsumen relatif lebih penting dalam pertimbangan preferensi karakteristik atribut dibandingkan pertimbangan *beneficial* dan *image*. Preferensi atribut konsumen dapat dikembangkan dengan inovasi – inovasi antara lain, *appearance or form improvement, performance improvement, price / value change, design innovation*.

ABSTRACT

LI KI SEN. *DETERMINING FACTORS CONSUMER PREFERENCE ON PRODUCT DEVELOPMENT OF SOCCER SHIRT AURI.*

(under the supervision of Tumari Jatileksono)

This study is aimed at determining consumers choice's in process choosing soccer shirt, determining wholesales choice's in process choosing soccer shirt, determining trends on product development of soccer shirt, and identify steadiness at consumers choice's. Method is used at analyzing problems on identify problem are pre survey method and survey method. Conjoint analyze results on consumers and wholesales indicate which the relative importance weights price features are 49 % and 73 %. The relative importance weights material features are 20 % on wholesales respondent and 37 % on consumers respondent. The relative importance weights arm length features are 8 % on wholesales respondent and 14 % on consumers respondent. Though consumer utility on Rp 10.000 price features at 0.7185 higher than wholesale utility at 1.5006 , cotton material features of consumer utility at 0.4926 lower than wholesale utility at 0.5236. Then short arm length features of consumer utility at 0.2148 lower than wholesale utility at 0.1520 . Based on the three of consumer income (poorer, middle, upper) indicate that stability consumer choice's which have not segmentation based on income. The conclusion studies indicate consumer factors which the relative importance that there is considerable to support characteristic attributes than beneficial attributes and image attributes. Consumer attributes preference can be developed into innovation such as appearance or form improvement, performance improvement, price / value change, design innovation.