

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V Kesimpulan dan Saran dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan benang merah atau jawaban dari rumusan masalah yang ditemukan selama penelitian. Saran ditujukan untuk *brand* Labushky, pembaca dan penelitian yang selanjutnya. Berikut ini merupakan penjabaran dari kesimpulan serta saran yang diberikan.

V.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian, terdapat beberapa kesimpulan yang diperoleh. Kesimpulan ini juga menjawab identifikasi masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Kesimpulan ini akan dijabarkan dalam beberapa poin. Berikut ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan.

1. Usulan kombinasi atribut-level tas laptop Labushky berdasarkan metode *Choice-Based Conjoint* (CBC) yaitu harga dengan *range* Rp500.000,00-Rp999.999,00 dengan nilai utilitas 64,47. Kemudian *design tote bag* dengan nilai utilitas 19,39. Kemudian material kulit asli dengan nilai utilitas 59,99. Kemudian warna abu-abu dengan nilai utilitas 1,57. Kemudian aksesoris ritsleting dengan nilai utilitas 7,81. Kemudian *compartments* lima dengan nilai utilitas dengan 4,82. Terakhir, ukuran 33,1cmx30,6cmx12,7cm dengan nilai utilitas 1,24. Usulan kombinasi atribut-level tas laptop Labushky berdasarkan penggabungan level-level yang memiliki nilai utilitas tertinggi pada setiap atribut.
2. Nilai *share of preference* pada usulan kombinasi atribut-level tas laptop Labushky yaitu 48,65%. Nilai *share of preference* untuk usulan kombinasi atribut-level tas laptop Labushky memiliki nilai yang paling besar dibandingkan alternatif produk lainnya.

V.2 Saran

Pada subbab ini diberikan saran yang ditujukan untuk pihak Labushky. Selain itu, saran ini juga dapat diperuntukan untuk penelitian selanjutnya. Berikut ini merupakan saran yang diberikan berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

1. Pihak Labushky dapat menerapkan usulan kombinasi atribut-level yang dirancang pada tas laptop yang akan diproduksi.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangan faktor lain yang memengaruhi preferensi konsumen ketika mengidentifikasi atribut dan level.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan kelas sosial dalam menentukan usulan kombinasi atribut-level.
4. Penelitian selanjutnya dapat melakukan *external validity* atau perhitungan *share of preference* aktual pada usulan kombinasi atribut-level tas laptop Labushky.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. N. R., & Amalia, E. (2010). *Teori Mikroekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Diunduh dari www.bps.go.id:
<https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- Cakravastia, A., Sutoko, M. S., Yudhistira, T., & Yeannie, D. (1999). *Analisa Data Multivariabel Majemuk: Teknik-Teknik Analisis Data Multivariat*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Cirprandy Riopaldo Tambunan. (2023, Juni 27). Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia. Diunduh dari [Kemenkeu.go.id](http://kemenkeu.go.id) website:
<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html#:~:text=UMKM%20yang%20ada%20di%20Indonesia>
- Dadag. (2023, Maret 10). Rasio Kewirausahaan Jadi Prasyarat Indonesia Menuju Negara Maju Tahun 2045. Diunduh dari pasardana.id:
<https://pasardana.id/news/2023/3/10/rasio-kewirausahaan-jadi-prasyarat-indonesia-menuju-negara-maju-tahun-2045/>
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hayes, B.E. (2008). *Measuring Customer Satisfaction And Loyalty: Survey Design, Use, and Statistical Analysis Methods* (3rd ed.). Milwaukee: ASQ.
- Herman. (2022, Januari 23). Sandiaga: Tiga Subsektor Ekonomi Kreatif Penyumbang PDB Terbesar. Diunduh dari beritasatu.com:
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/882269/sandiaga-tiga-subsektor-ekonomi-kreatif-penyumbang-pdb-terbesar>
- Jabar Digital Service. (2021). Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kategori Usaha di Jawa Barat. Diunduh dari [Jabarprov.go.id](http://jabarprov.go.id):
<https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kategori-usaha-di-jawa-barat>

- Kemenperin: Perluas Pasar Industri Fesyen Dalam Negeri Lewat Indonesia Fashion Week 2018. (2018, Maret 29). Diunduh dari kemenperin.go.id: <https://kemenperin.go.id/artikel/19010/Perluas-Pasar-Industri-Fesyen-DalamNegeri-Lewat-Indonesia-Fashion-Week-2018>
- Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (2022, Februari 22). Official Website Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Diunduh dari www.beacukai.go.id: <https://www.beacukai.go.id/berita/laju-ekonomi-menguat-bea-cukai-dorong-ekspor-kian-pesat.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga
- Munandar, J. M., (2004). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor*. Jurnal Teknologi Industri Pertanian IPB Vol. 13.
- Nasution, D. D., & Puspaningtyas, L. (2023, Februari 22). Industri Fesyen jadi Andalan Ekspor Ekraf dengan Porsi 61,5 Persen. Diunduh dari Republika Online website: <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rqhk3b502/industri-fesyen-jadi-andalan-ekspor-ekraf-dengan-porsi-615-persen>
- Nicholson, W. (1989). *Teori Ekonomi Mikro: Prinsip Dasar dan Pengembangannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Official Website Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (2022, Februari 22). Diunduh dari www.beacukai.go.id: <https://www.beacukai.go.id/berita/laju-ekonomi-menguat-bea-cukai-dorong-ekspor-kian-pesat.html>
- Orme, B. K. (2010). *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research* (Second Edition). Unites State of America: Research Publishers.
- Sawtooth Software. 2008. *Choice Based Conjoint Technical Paper*. Sequim, WAL Sawtooth Software Inc.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen* (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV