

**USULAN KOMBINASI FAKTOR PREFERENSI
KONSUMEN UNTUK PRODUK DEKER PADA CV MD
SPORT DENGAN METODE *CONJOINT ANALYSIS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Amadis Zelig

NPM : 2013610129



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2018**



**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Amadis Zelig
NPM : 2013610129
Program Studi : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN KOMBINASI FAKTOR PREFERENSI
KONSUMEN UNTUK PRODUK DEKER PADA CV MD
SPORT DENGAN METODE *CONJOINT ANALYSIS*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Januari 2018

Ketua Program Studi Teknik Industri

(Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M.)

Pembimbing

(Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T.)



Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan



Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Amadis Zelig

NPM : 2013610129

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

“Usulan Kombinasi Faktor Preferensi Konsumen untuk Produk Deker pada CV MD Sport dengan Metode Conjoint Analysis”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 3 Januari 2018

Amadis Zelig
NPM: 2013610129

ABSTRAK

CV MD Sport merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang industri olahraga. Salah satu produk olahraga yang ditawarkan oleh CV MD Sport yaitu produk deker. Deker merupakan produk yang berfungsi untuk melindungi tulang kering pada saat bermain bola. Seiring berjalannya waktu penjualan produk deker pada CV MD Sport mengalami penurunan. Penurunan penjualan diakibatkan oleh banyaknya produk pesaing yang bermunculan. Untuk tetap bisa bersaing dengan para kompetitor diperlukan perubahan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Dalam menentukan produk deker yang sesuai dengan preferensi konsumen metode yang akan digunakan yaitu *choice based conjoint*. Metode ini digunakan untuk melihat kombinasi produk deker yang sesuai dengan preferensi konsumen. Metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *hierarchical bayes*. Usulan yang akan diberikan kepada perusahaan berupa kombinasi produk deker yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Hasil dari *choice based conjoint* yang telah dilakukan berupa usulan kombinasi produk deker yang sesuai dengan preferensi konsumen. Atribut harga level yang sesuai dengan preferensi konsumen adalah Rp 23.000,00. Atribut bahan level yang disukai oleh konsumen deker yang memiliki bahan fleksibel. Atribut ukuran level yang sesuai preferensi konsumen yaitu ukuran deker *wide*. Pada atribut bentuk, bentuk deker yang dimintai oleh konsumen yaitu deker yang memiliki bentuk kanan dan kiri sama. Pada atribut model level yang sesuai dengan preferensi konsumen yaitu deker yang memiliki model tanpa tali pengikat.

ABSTRACT

CV MD Sport is a company engaged in the sports industry. One of the sports products offered by CV MD Sport is a shin guard product. Shin Guard is a product that serves to protect the shins while playing the ball. As time went by the sales of decker products on CV MD Sport is decreased. The decline in sales is due to the number of competing products emerging. To be able to compete with competitors requires a change in product that is consistent with consumer preferences.

In determining the shin guard products in accordance with consumer preferences, method that will be used is a choice based conjoint. This method is used to see the combination of shin guard products that match with consumer preferences. The estimation method that used in this research is hierarchical bayes. The proposal will be given to the company in the form of a combination of shin guard products in accordance with consumer preferences.

The result of choice based conjoint that has been done in the form of proposed combination of shin guard products in accordance with consumer preferences. At the price attribute level that corresponding to consumer preference is at the price of Rp 23,000.00. At the material attributes level that favored by consumers is shin guard that have flexible materials. At the size attribute of the appropriate level of consumer preference is the size of the wide shin guard. In the shape attribute, the shape of the shin guard that is demanded by the consumer is shin guard that has the right and the left shape alike. At the model attribute level that corresponding to consumer preference is a shin guard that has a model without the straps.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Kombinasi Faktor Preferensi Konsumen untuk Produk Deker Pada CV MD Sport dengan Metode *Conjoint Analysis*”. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat akademik dalam mencapai gelar Sarjana S1 pada Jurusan Teknik Industri, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari peran berbagai pihak, baik itu berupa saran, bimbingan, ataupun dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan masukan yang baik kepada penulis.
2. Bapak Alfian, S.T., M.T. dan Bapak Dr. Sugih Sudharma Tjandra, S.T., M.Si. selaku dosen penguji sidang proposal skripsi yang memberi dukungan dan masukan terkait penulisan skripsi.
3. Bapak Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M. selaku koordinator skripsi yang telah menyetujui penelitian skripsi ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Sekretaris CV MD Sport yang bersedia memberikan informasi yang penulis butuhkan.
5. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan moral selama penulisan skripsi berlangsung sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Christian Joey, sahabat penulis di kampus yang sama-sama menyusun skripsi di semester sembilan, berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi, menyemangati penulis untuk mengerjakan skripsi. Terima kasih karena selalu setia menemani, menghibur, membantu, dan mendukung penulis sampai skripsi selesai.

7. Teman-teman penulis yang telah membantu memberikan masukan dan dukungan mengenai penulisan skripsi.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebut satu per satu yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik itu berupa masukan, kritik, maupun dukungan moral. Penulis menyadari, dalam penyusunan skripsi ini tentunya masih terdapat beberapa kekurangan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca skripsi ini dan penelitian berikutnya yang serupa.

Januari 2018

Amadis Zelig

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Permasalahan	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	I-6
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-7
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-7
I.6 Metodologi Penelitian	I-7
I.7 Sistematika penulisan.....	I-11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Perancangan Produk.....	II-1
II.2 Definisi deker.....	II-3
II.3 Konsumen	II-4
II.3.1 Perilaku Konsumen.....	II-5
II.3.2 Keputusan Pembelian.....	II-7
II.4 Analisis Konjoin	II-7
II.5 <i>Predictive Accuracy</i>	II-13
II.6 <i>Hierarchical Bayes Estimation (HB)</i>	II-14
II.7 <i>Market Simulation</i>	II-15
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Penentuan Atribut Penelitian	III-1
III.2 Penentuan Level dari Atribut Penelitian	III-4
III.3 Pemilihan Metode Analisis Konjoin.....	III-6
III.4 Penentuan Bentuk Model Dasar	III-6

III.5	Perancangan Kuisisioner	III-7
III.6	Penyebaran Kuisisioner	III-10
III.7	Pengumpulan Data Kuisisioner	III-11
III.8	Pengolahan Data.....	III-12
	III.8.1 <i>Goodness of Fit Test</i>	III-12
	III.8.2 <i>Count Analysis</i>	III-14
	III.8.3 <i>Logit Analysis</i>	III-15
	III.8.4 <i>Hierarchical Bayes</i>	III-16
	III.8.5 <i>Relative Importance</i>	III-17
	III.8.6 Validasi Hasil	III-18
III.9	Kombinasi Level Atribut Preferensi Konsumen	III-18
BAB IV	ANALISIS	IV-1
IV.1	Analisis Penentuan Sampel Identifikasi Kebutuhan	IV-1
IV.2	Analisis Penentuan Atribut Deker	IV-2
IV.3	Analisis Penentuan Level Atribut Deker.....	IV-3
IV.4	Analisis Kombinasi Level Atribut Preferensi Konsumen	IV-5
IV.5	Analisis Validasi Hasil.....	IV-8
IV.6	Usulan kepada Perusahaan	IV-9
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Daftar pertanyaan wawancara	III-2
Tabel III.2	Hasil wawancara dengan narasumber	III-2
Tabel III.3	Atribut Produk Deker	III-3
Tabel III.4	Level dari masing-masing atribut.	III-5
Tabel III.5	Bagian Data Diri Pada Kuisisioner	III-7
Tabel III.6	Pembatasan untuk masing-masing Atribut.....	III-10
Tabel III.7	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Bagian Pertama.....	III-11
Tabel III.8	Rekapitulasi nilai Utilitas <i>Count Analysis</i>	III-14
Tabel III.9	Rekapitulasi nilai Utilitas <i>Logit Analysis</i>	III-15
Tabel III.10	Rekapitulasi nilai Utilitas <i>Hierarchical Bayes</i>	III-16
Tabel III.11	Rekapitulasi nilai <i>Relative Importance</i>	III-17
Tabel III.12	Rekapitulasi Validasi Hasil <i>Fixed Task</i>	III-18
Tabel III.13	Kombinasi Level Atribut.....	III-19
Tabel III.14	Simulasi <i>Market Share</i> Produk Usulan	III-19

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Penjualan Deker CV MD Sport Pertahun	I-3
Gambar I.2	Produk Deker CV MD Sport	I-4
Gambar I.3	Metodologi Penelitian.....	I-8
Gambar II.1	Tahapan dalam Analisis Konjoin	II-13
Gambar III.1	Penambahan Informasi untuk Level dan Atribut.....	III-8
Gambar III.2	<i>Random Test Choice Task</i>	III-9
Gambar III.3	<i>Fixed Test Choice Task</i>	III-10
Gambar III.4	QR Code <i>link</i> Kuisisioner.....	III-11
Gambar III.5	Hasil dari <i>goodness of fit test</i>	III-13

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	HASIL WAWANCARA ATRIBUT
LAMPIRAN B	BENTUK KUISIONER

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Permasalahan

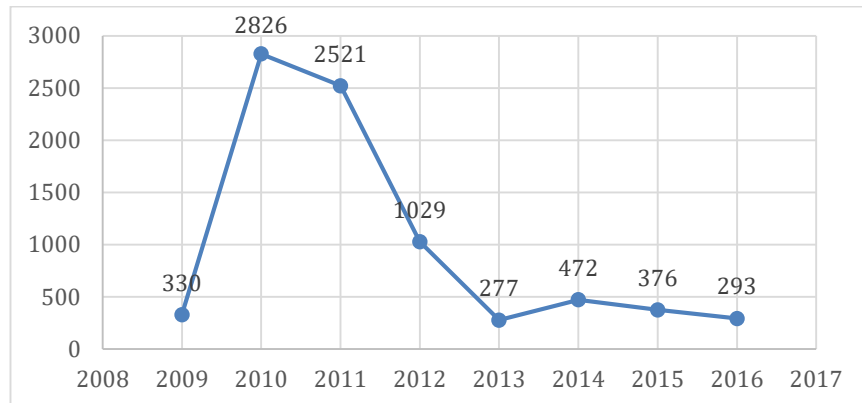
Sebuah perusahaan perlu melakukan target dan segmentasi pasar yang akan dituju. Hal ini dilakukan agar produk yang akan dijual sesuai dengan target dan segmentasi pasar yang telah ditentukan. Didalam sebuah target pasar terdapat banyak pesaing didalamnya yang menjual produk serupa. Dalam hal ini perusahaan perlu memiliki penawaran yang lebih dibandingkan dengan para pesaingnya untuk menarik para konsumen. Perusahaan juga perlu mengembangkan inovasi dari produk untuk mengatasi para pesaing baru yang bermunculan. Pelayanan pada konsumen juga perlu ditingkatkan demi mempertahankan konsumen untuk tetap setia membeli produk tersebut ketimbang beralih ke produsen lain. Hal ini juga berlaku pada industri dibidang olahraga. Terdapat banyak sekali jenis olahraga yang ada. Setiap jenis olahraga membutuhkan peralatannya sendiri yang berguna untuk mendukung serta membantu untuk melakukan olahraga tersebut. Apabila perusahaan menawarkan produk olahraga yang berkualitas tentu akan diminati oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan produk tersebut akan kembali untuk membeli produk lain dari perusahaan tersebut.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memainkan banyak jenis olahraga diantaranya seperti sepakbola, basket, voli, bulu tangkis, renang, lari, dan lain-lain. Olahraga sepakbola merupakan salah satu jenis olahraga yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya tim sepakbola, pendukung sepakbola, produk-produk sepakbola yang ditawarkan, pertandingan sepakbola yang sering disiarkan di televisi Indonesia serta lapangan sepakbola yang disewakan diberbagai tempat. Olahraga

sepakbola memiliki berbagai macam aksesoris yang dibutuhkan dalam memainkannya. Aksesoris ini berguna untuk mendukung serta melindungi para pemain dalam memainkan olahraga sepakbola. Aksesoris yang dibutuhkan yaitu seperti bola, sepatu, sarung tangan, kaos kaki, pelindung kaki (deker), dan lain-lain. Deker merupakan aksesoris sepakbola yang berguna untuk melindungi kaki khususnya tulang kering para pemainnya untuk menghindari cedera saat bermain. Pentingnya aksesoris olahraga tersebut menjadi salah satu bidang industri yang menjanjikan untuk dijalankan. Sehingga banyak produsen lokal maupun internasional yang berlomba untuk menghasilkan produk terbaik untuk mendukung para pemain.

CV MD Sport merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri olahraga. CV MD Sport berlokasi di kota Bandung. CV MD Sport memiliki target pasar konsumen kelas menengah kebawah. CV MD Sport menjual produknya ke beberapa pulau di Indonesia. CV MD Sport bukan hanya memproduksi produk-produk olahraga melainkan produk-produk garmen lainnya. Produk-produk olahraga yang diproduksi dan dijual oleh CV MD Sport yaitu seperti bola, baju, celana, kaos kaki, sarung tangan, pelindung lutut, pelindung bahu, pelindung lengan, pelindung kaki (deker), dan lain-lain. Selain mendistribusikan produknya kepada para *retailer* CV MD Sport juga menjual produknya secara langsung melalui toko fisik juga forum jual beli *online*. CV MD Sport juga memproduksi produk lain selain produk olahraga lain seperti jas hujan, jaket sauna, dan lain-lain.

Seiring berjalannya waktu terdapat banyak pesaing-pesaing baru yang menawarkan produk serupa dengan produk CV MD Sport. Informasi ini didapatkan dari hasil wawancara dengan pihak CV MD Sport yang mengatakan banyak distributor yang berhenti memesan deker pada CV MD Sport dan beralih ke produk deker replika. Banyaknya pesaing-pesaing baru yang bermunculan membuat penjualan CV MD Sport mengalami penurunan. Berdasarkan hasil wawancara diketahui terjadinya penurunan tingkat penjualan deker dari tahun 2010 hingga 2016. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar I.1 yang menunjukkan tingkat penjualan deker pada tahun 2010 hingga 2016.



Gambar I.1 Penjualan Deker CV MD Sport Pertahun.

Berdasarkan Gambar 1, dapat diketahui penjualan produk deker tertinggi pada tahun 2010 sebesar 2826 lusin dan mengalami penurunan terus menerus hingga 2013. Penjualan deker pada tahun 2010 memiliki selisih yang jauh bila dibandingkan dengan tahun-tahun lainnya. Produk deker merupakan salah satu produk unggulan yang ditawarkan oleh CV MD Sport hal ini dapat dilihat dari tingginya penjualan produk deker sebesar 2826 lusin pada tahun 2010. Penurunan penjualan deker tentu sangat merugikan CV MD Sport mengingat deker merupakan salah satu produk unggulan dan proses pembuatan deker membutuhkan beberapa mesin dalam proses produksinya. Penurunan permintaan produk deker mengakibatkan penurunan jumlah produksi deker. Hal ini menyebabkan banyaknya mesin yang menganggur dimana mesin-mesin tersebut merupakan mesin yang tugasnya hanya untuk pembuatan deker. Keuntungan untuk setiap pasang deker yaitu sebesar Rp 2.000,00. Berdasarkan data diatas penurunan penjualan dari tahun 2010 dengan 2016 sebesar 2533 lusin. Dengan kata lain perusahaan telah kehilangan keuntungan sekitar 60 juta rupiah pada tahun 2016 bila dibandingkan dengan penjualan pada tahun 2010. CV MD Sport belum melakukan upaya apapun untuk menaikkan tingkat penjualan pada produk dekernya.

CV MD Sport menawarkan produk deker dengan target pasar menengah kebawah dengan harga yang terbilang murah sebesar Rp 10.000,00 untuk setiap pasangannya. Kualitas produk dengan harga yang ditawarkan seimbang karena dengan harga yang murah CV MD Sport tetap menawarkan kualitas produk yang terbaik. Harga yang ditawarkan oleh CV MD Sport juga stabil atau tetap tidak sering mengalami kenaikan harga jika dibandingkan dengan para pesaingnya.

CV MD Sport menawarkan produk deker dengan kualitas yang baik dengan menggunakan bahan baku *pvc* yang terbilang kuat untuk melindungi kaki para penggunanya. Produk deker yang diproduksi CV MD Sport dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Produk Deker CV MD Sport.

CV MD Sport memiliki keunggulan yaitu fleksibel dalam merancang produk baru sesuai dengan permintaan konsumen. Minimal pengambilan produk untuk retailer juga terbilang sedikit dengan minimal order sebesar 50 lusin untuk setiap produknya. Harga yang ditawarkan pada produknya memiliki harga tetap dan tidak mudah naik dibandingkan para pesaingnya.

Jumlah permintaan produk deker CV MD Sport dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Untuk meningkatkan jumlah permintaan produk tersebut dapat dilakukan beberapa cara salah satunya mencari tahu faktor apa saja yang konsumen pertimbangkan dalam memilih deker. Dari faktor-faktor tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam memperbaiki produknya. Hal ini dilakukan agar CV MD Sport dapat bersaing dengan para pesaing-pesaing baru.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada tahap ini dilakukan identifikasi dan rumusan masalah yang terdapat pada CV MD Sport. Untuk mengidentifikasi masalah dilakukan wawancara dengan Ibu Yanti selaku sekretaris CV MD Sport. Dari hasil wawancara dengan Ibu Yanti penurunan penjualan diakibatkan oleh banyak produk-produk pesaing yang serupa. Produk pesaing memiliki kualitas yang mirip dengan produk deker CV MD Sport. Produk pesaing yang dimaksud yaitu produk

replika yang meniru produk-produk merek luar negeri seperti Nike dan Adidas. Nike dan Adidas merupakan produsen produk olahraga dengan target pasar menengah keatas yang harga yang terbilang mahal. Kesempatan ini diambil oleh para produsen lain dengan menciptakan produk yang serupa tetapi memiliki kualitas yang tidak sebaik Nike atau Adidas dan memiliki harga yang jauh lebih murah. Hal ini menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Konsumen dapat membeli produk yang desainnya serupa dengan produk mahal tetapi dengan harga yang jauh lebih murah.

Pentingnya pertimbangan konsumen dalam pembelian produk tentu menjadi faktor yang tepat dalam merancang produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selanjutnya dilakukan wawancara dengan delapan narasumber untuk mengetahui pertimbangan beberapa konsumen dalam membeli deker. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan beberapa konsumen mengenai alasan dalam pemilihan produk deker ditemukan beberapa pertimbangan didalamnya. Beberapa pertimbangan konsumen dalam memilih produk deker yaitu merk, desain, harga, dan material. Beberapa responden berkata walaupun deker ditempatkan pada tulang kering pemain lalu akan diutup dengan kaos kaki tetapi pembeli tetap mempertimbangkan desain dan warna pada saat membelinya. Desain yang bagus dari sebuah deker memberikan nilai lebih bagi pembeli selain dari fungsi deker itu sendiri. Fungsi dari deker yang sebenarnya hanya untuk perlindungan dari cedera kaki. Wawancara dilakukan kepada responden yang bermain olahraga sepakbola dan menggunakan deker.

Untuk mengetahui penyebab konsumen lebih memilih deker pesaing ketimbang produk CV MD Sport dilakukan wawancara dengan sepuluh narasumber yang menggunakan deker. Wawancara dilakukan dengan cara menanyakan pendapat narasumber mengenai produk CV MD Sport dan produk pesaing lalu menanyakan produk manakah yang dipilih. Dari hasil wawancara seluruh responden lebih memilih untuk membeli produk pesaing. Alasan para responden lebih memilih produk pesaing karena produk pesaing memiliki desain yang lebih bagus. Selain itu harga yang ditawarkan juga tidak berbeda jauh dan narasumber merasa harga yang ditawarkan CV MD Sport terlalu murah jadi terkesan murahan sehingga narasumber ragu dengan kualitasnya. Pada saat ini dalam merancang desain dari produknya CV MD Sport hanya mengikuti dari

desain produk deker lain dan tidak ada pembaharuan desain sejak desain pertama pada tahun 2009.

Berdasarkan identifikasi masalah yang terdapat diatas CV MD Sport perlu memperbaiki produk deker yang ditawarkan. Untuk mengetahui produk deker seperti apa yang diinginkan dari konsumen perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen pada saat membeli deker. Berdasarkan faktor tersebut perbaikan produk dapat menggunakan analisis konjoin. Analisis konjoin dirasa tepat dalam menyelesaikan masalah ini karena dapat mengetahui preferensi konsumen dalam membeli sebuah produk. Pertama dilakukan wawancara kebeberapa responden mengenai faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan dalam membeli deker. Dengan menentukan faktor dan atribut dari hasil wawancara dapat dibuat beberapa kombinasi. Kombinasi tersebut yang nanti akan diberikan kepada responden untuk menentukan kombinasi mana yang merupakan kombinasi yang sesuai dengan keinginan konsumen. Mencari tahu preferensi konsumen terhadap sebuah produk dapat dijadikan acuan dalam perbaikan sebuah produk. Usulan kombinasi faktor preferensi konsumen pada produk deker tersebut yang nanti diharapkan dapat meningkatkan tingkat penjualan produk deker pada CV MD Sport.

Banyak hal yang mempengaruhi atau melatar belakangi sebuah perilaku konsumen dalam mengambil keputusan dalam membeli suatu produk. Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada CV MD Sport diatas dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan deker ?
2. Kombinasi atribut apa yang diinginkan konsumen dalam memilih produk deker ?
3. Bagaimana usulan kombinasi faktor preferensi untuk produk deker pada CV MD Sport?

I.3 Pembatasan Masalah

Pada tahap ini dilakukan pembatasan masalah terhadap penelitian yang dilakukan. Batasan ini diberikan untuk mengetahui cakupan atau ruang lingkup dari penelitian, dengan menentukan hal-hal yang dapat dibatasi. Adapun batasan dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dan pengamatan dilakukan di CV MD Sport pada periode penelitian dari Agustus 2017 hingga Desember 2017.
2. Penelitian dilakukan hanya sampai pada tahap rencana atau konsep produk tidak sampai pada tahap implementasi.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah yang telah dibuat terdapat beberapa tujuan dari penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Mengetahui faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan deker.
2. Mengetahui kombinasi atribut yang diinginkan konsumen dalam memilih produk deker.
3. Memberikan usulan kombinasi faktor preferensi untuk produk deker pada CV MD Sport.

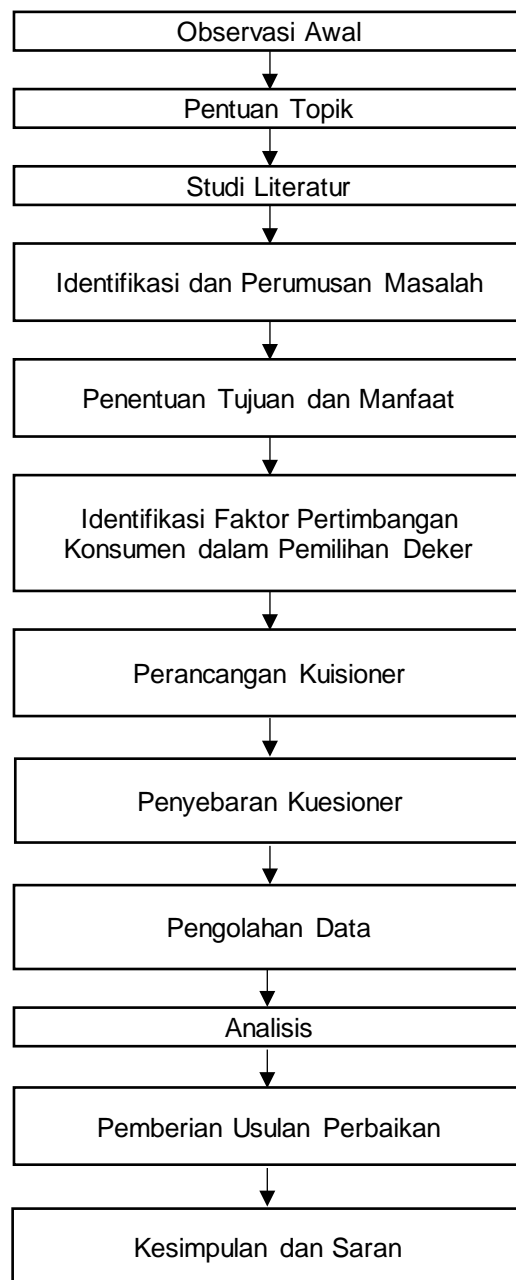
I.5 Manfaat Penelitian

Pada tahap ini akan dibahas mengenai manfaat dari penelitian yang dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada CV MD Sport untuk meningkatkan jumlah penjualan deker. Diharapkan dari hasil penelitian dapat memberikan informasi pada pihak CV MD Sport mengenai faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk deker. Dengan faktor-faktor tersebut dapat dijadikan acuan untuk menentukan preferensi konsumen terhadap produk deker. Dari preferensi tersebut dapat diberikan usulan perancangan deker yang sesuai dengan keinginan konsumen. Usulan perancangan produk deker diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan produk deker ada CV MD Sport.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan tahap-tahap yang dilakukan oleh peneliti untuk menjawab perumusan masalah yang ada. Metodologi penelitian yang dilakukan pada CV MD Sport pertama-tama adalah dengan melakukan observasi awal, penentuan topik, studi literatur, identifikasi dan perumusan masalah. Selanjutnya menentukan tujuan dan manfaat penelitian, dilanjutkan dengan penentuan faktor pertimbangan dalam pemilihan sebuah deker dengan

cara wawancara, penentuan kombinasi produk berdasarkan faktor dari hasil wawancara, penyebaran kuesioner dengan populasi orang yang pernah membeli deker, kemudian dilanjutkan dengan pengolahan data menggunakan metode analisis konjoin, analisis, pemberian usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran. Metodologi yang digunakan tersebut dibuat dalam bentuk diagram alir dan dapat dilihat pada Gambar I.3.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian.

Tahapan-tahapan metodologi yang dilakukan dalam melakukan penelitian di CV MD Sport dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Observasi Awal
Observasi awal yang dilakukan adalah dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu CV MD Sport. Selain itu juga dilakukan juga wawancara dengan bagian sekretaris CV MD Sport untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi.
2. Penentuan Topik
Setelah mengetahui permasalahan yang terjadi pada CV MD Sport maka langkah selanjutnya adalah penentuan topik. Topik yang dipilih adalah mengenai perilaku konsumen dimana akan dilakukan usulan perbaikan pada CV MD Sport untuk memberikan usulan berupa kombinasi faktor preferensi konsumen pada produk deker.
3. Studi Literatur
Studi literatur dilakukan dengan cara mencari referensi yang berhubungan dengan hal yang akan diteliti, kemudian membaca dan mengerti mengenai teori-teori yang berkaitan dengan hal penelitian. Dengan studi literatur maka peneliti akan mengetahui metode apa yang sesuai dan dapat digunakan pada penelitian.
4. Identifikasi dan Perumusan Masalah
Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah identifikasi masalah dan perumusan masalah. Masalah-masalah yang ada tersebut akan diidentifikasi dan kemudian permasalahan tersebut akan dirumuskan menjadi beberapa pertanyaan untuk perumusan masalahnya.
5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian
Tujuan penelitian berguna untuk menentukan tujuan yang hendak dicapai dari penelitian yang dilakukan dan dapat menyelesaikan masalah-masalah yang telah dirumuskan pada perumusan masalah. Manfaat penelitian berguna untuk menentukan manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini untuk pihak perusahaan.
6. Identifikasi Faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Sebuah Deker (wawancara)
Pada tahap ini akan dilakukan wawancara mengenai penentuan faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan

sebuah deker. Populasi dari wawancara ini yaitu orang yang pernah membeli produk deker.

7. Penyebaran Kuesioner dengan Populasi Orang yang Pernah Membeli Deker

Berdasarkan hasil dari wawancara didapatkan beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan deker. Dari faktor-faktor tersebut selanjutnya ditentukan beberapa level didalamnya. Selanjutnya dibuat beberapa kombinasi yang nanti akan diberikan kepada para responden untuk memilih kombinasi mana yang terbaik. Populasi dari kuesioner ini yaitu orang yang pernah membeli deker.

8. Pengolahan Data Menggunakan Metode Analisis Konjoin

Setelah melakukan uji validitas dan reabilitas selanjutnya dilakukan pengolahan data. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode analisis konjoin. Pengolahan data akan menggunakan perangkat lunak dari SPSS.

9. Analisis

Analisis dilakukan untuk menjelaskan hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil pengolahan data yang menggunakan metode analisis konjoin. Analisis bertujuan untuk menganalisa seluruh hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan diatas.

10. Usulan Perbaikan

Hasil yang didapatkan dari analisis konjoin tersebut akan memberikan usulan-usulan perbaikan. Usulan perbaikan diberikan berupa kombinasi faktor preferensi konsumen untuk produk deker pada CV MD Sport. Usulan perbaikan diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang terjadi pada CV MD Sport.

11. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran merupakan tahap akhir dari seluruh kegiatan yang telah dilakukan. Kesimpulan dan saran berisi jawaban atas pertanyaan yang telah dirumuskan dalam tahap perumusan masalah dan memberikan masukan berupa saran bagi CV MD Sport.

I.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab. Kelima bab tersebut terdiri dari pendahuluan, dasar teori, pengolahan data, analisis, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan dari setiap bab yang ada.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan dan dijabarkan mengenai teori-teori yang terkait dan digunakan dalam penelitian. Teori yang didapatkan ini kemudian dapat dijadikan acuan dalam penelitian yang dapat digunakan untuk mendapatkan solusi dari rumusan masalah yang telah dibuat.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab penumpulan dan pengolahan data ini berisi mengenai keseluruhan proses yang dilakukan selama penelitian. Pada bab ini akan dicantumkan mengenai data apa saja yang diperoleh dalam penelitian serta cara pengolahan dari data yang diperoleh tersebut. Dari pengolahan data ini akan didapatkan hasil yang kemudian dapat digunakan sebagai acuan untuk memberikan usulan perbaikan atau pemecahan masalah yang sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB IV ANALISIS

Pada bab analisis ini akan dibahas mengenai analisis-analisis dari keseluruhan proses penelitian yang telah dilakukan. Analisis ini membahas mengenai penjelasan proses selama dilakukan penelitian yang berada pada bab sebelumnya. Selain itu, analisis dapat digunakan juga untuk mendukung kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran merupakan bab terakhir yang akan membahas mengenai hasil dari penelitian. Dengan kata lain, kesimpulan merupakan jawaban dari perumusan masalah yang telah ditentukan di awal. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang dapat berguna bagi pihak yang terkait dan bagi penelitian selanjutnya.