

**USULAN PENGEMBANGAN PRODUK BUKU CATATAN  
BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN  
MENGUNAKAN METODE *CONJOINT ANALYSIS***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Teknik Industri**



**Alfonsus Satria Budiluhur Aswirawan**

**NPM: 15 06 08528**

**PROGRAM TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2020**

**USULAN PENGEMBANGAN PRODUK BUKU CATATAN  
BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN  
MENGUNAKAN METODE *CONJOINT ANALYSIS***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Teknik Industri**



**Alfonsus Satria Budiluhur Aswirawan  
NPM: 15 06 08528**

**PROGRAM TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir berjudul

**USULAN PENGEMBANGAN PRODUK BUKU CATATAN  
BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN  
METODE *CONJOINT ANALYSIS***

yang disusun oleh

**Alfonsus Satria Budiluhur Aswirawan**

15 06 08528

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 3 Maret 2020

	Keterangan
Dosen Pembimbing 1 : Theodorus B. Hanandoko, S.T., M.T.	Telah menyetujui
Dosen Pembimbing 2 : Ririn Diar A, S.T.,M.MT., D.Eng.	Telah menyetujui
Tim Penguji Penguji 1: Theodorus B. Hanandoko, S.T.,M.T.	Telah menyetujui
Penguji 2: Dr. T. Baju Bawono, S.T., M.T.	Telah menyetujui
Penguji 3: Yosef Daryanto, S.T., M.Sc., Ph.D.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 3 Maret 2020  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Fakultas Teknologi Industri Dekan,

ttd.

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfonsus Satria Budiluhur Aswirawan

NPM : 150608528

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “Usulan Pengembangan Produk Buku Catatan Berdasarkan Preferensi Konsumen Menggunakan Metode *Conjoint Analysis*” merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2019/2020 yang bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 19 Februari 2020

Yang menyatakan,

Alfonsus Satria Budiluhur Aswirawan

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama, penulis mempersembahkan Tugas Akhir ini untuk Tuhan Yesus yang telah memberi berkat dan karunia sepanjang masa studi pendidikan hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini. Dalam kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan selaku Dosen Pembimbing 2 Tugas Akhir yang bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing penulis
3. Bapak Theodorus B. Hanandodo, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir yang bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing penulis
4. Orang tua yang selalu memotivasi dan memberi dukungan dalam segala hal, serta untuk ketiga kakak yaitu Johanes Paulus Adisatya Aswirawan, Agatha Dhamma Litani, dan Maria Yosefina Mei Nadia Sekarkinanti Aswirawan yang selalu memberi semangat dan dukungan dalam segala hal
5. Christina Laurentia yang setiap waktu selalu memberikan semangat, pelajaran, perhatian, kasih sayang, dan doa kepada penulis sehingga terselesaikannya Tugas Akhir ini
6. Bima, Krisna, Sakau, Ucanek, Savio, Kenan, Thomas, Epek, Giri, Gerry, Denis, Damar, Yogga, Jovie, dan seluruh teman-teman BBV yang telah memberikan dukungan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus karena atas berkat dan karunia-Nya dapat terselesaikan Tugas Akhir dengan judul “Usulan Pengembangan Produk Buku Catatan Berdasarkan Preferensi Konsumen Menggunakan Metode *Conjoint Analysis*”. Laporan Tugas Akhir ini dibuat dalam rangka memenuhi syarat kelulusan derajat Sarjana Teknik Industri yang diselenggarakan oleh Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya Tugas Akhir ini. Penulis juga menyadari bahwa dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari kesalahan. Maka dari itu, penulis akan menerima kritik dan saran dengan senang hati guna membangun penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat digunakan dan memiliki manfaat untuk para pembaca.

Yogyakarta, 19 Februari 2020

Penulis

Alfonsus Satria Budiluhur Aswirawan

15 06 08528

## DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	HALAMAN JUDUL	i
	HALAMAN PENGESAHAN	ii
	PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
	HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
	KATA PENGANTAR	v
	DAFTAR ISI	vi
	DAFTAR TABEL	viii
	DAFTAR GAMBAR	x
	DAFTAR LAMPIRAN	xii
	INTISARI	xiii
1	PENDAHULUAN	
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Perumusan Masalah	3
	1.3. Tujuan Penelitian	4
	1.4. Batasan Masalah	4
2	TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	
	2.1. Tinjauan Pustaka	5
	2.2. Dasar Teori	6
3	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1. Identifikasi Masalah	18
	3.2. Studi Pustaka	18
	3.3. Studi Lapangan	18
	3.4. Menentukan Target Observasi Penelitian dan Metode Sampling	18
	3.5. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	19
	3.6. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	19
	3.7. Menentukan Atribut dalam Kuesioner	19
	3.8. Penyusunan Kuesioner Penelitian	19
	3.9. Penyebaran Kuesioner Penelitian	20
	3.10. Pengolahan Data	20
	3.11. Analisis dan Pembahasan	20

3.12.	Kesimpulan dan Saran	21
4	PROFIL PERUSAHAAN DAN DATA	
4.1.	Tinjauan tentang Leon Paperworks	24
4.2.	Pengumpulan Data	27
4.3.	Data Responden Kuesioner	28
4.4.	Hasil Rekap Kuesioner	29
5	ANALISIS DAN PEMBAHASAN DATA	
5.1.	Hasil Wawancara	33
5.2.	Analisis Data	33
5.2.1.	Analisis Data Kuesioner Pendahuluan	33
5.2.2.	Analisis Data Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	40
5.2.3.	Analisis Pembentukan Kombinasi Kartu Profil Produk Buku Catatan ( <i>Notebook</i> )	46
5.2.4.	Analisis Perhitungan Nilai Kegunaan Taraf Atribut dan Tingkat Kepentingan Atribut Disagregat dan Agregat	47
5.2.5.	Analisis Nilai Kegunaan (Utilitas) Masing-Masing Tarf Atribut	53
5.2.6.	Analisis Tingkat Kepentingan Keseluruhan Atribut	56
5.2.7.	Analisis Skala Keinginan Membeli Produk Pilihan Responden	57
6	KESIMPULAN	
6.1.	Kesimpulan	58
6.2.	Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA	59
	LAMPIRAN	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Contoh Produk Buku Catatan ( <i>Notebook</i> )	25
Tabel 4.2. Data Responden Kuesioner Pendahuluan berdasarkan Harga Produk yang Diinginkan	29
Tabel 4.3. Data Responden Kuesioner Pendahuluan berdasarkan Ukuran Produk yang Diinginkan	29
Tabel 4.4. Data Responden Kuesioner Pendahuluan berdasarkan Jumlah Lembar yang Diinginkan	29
Tabel 4.5. Data Responden Kuesioner Pendahuluan berdasarkan Konten Kertas yang Diinginkan	30
Tabel 4.6. Data Responden Kuesioner Pendahuluan berdasarkan Jenis Cover yang Diinginkan	30
Tabel 4.7. Data Responden Kuesioner Pendahuluan berdasarkan Jilid Pinggir yang Diinginkan	30
Tabel 4.8. Data Responden Kuesioner Pendahuluan berdasarkan Desain Cover yang Diinginkan	30
Tabel 4.9. Data Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i> berdasarkan Umur	31
Tabel 4.10. Data Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i> berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.11. Data Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i> berdasarkan Jenis Pekerjaan	31
Tabel 4.12. Data Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i> berdasarkan Pendidikan Terakhir	31
Tabel 4.13. Data Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i> berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per Bulan	32
Tabel 4.14. Data Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i> berdasarkan Kepemilikan Produk Buku Catatan ( <i>Notebook</i> )	32
Tabel 4.15. Data Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i> berdasarkan Kebutuhan Membeli Produk Buku Catatan ( <i>Notebook</i> )	32
Tabel 5.1. Perhitungan Nilai Kegunaan dan Tingkat Kepentingan untuk Responden Pertama	50
Tabel 5.2. Hasil Uji Nilai Kegunaan (Utilitas) Keseluruhan Responden Dengan Menggunakan <i>Software SPSS</i>	52

Tabel 5.3. Hasil Tingkat Kepentingan Atribut Keseluruhan Responden  
Dengan Menggunakan *Software SPSS*



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	Diagram Aliran Penyelesaian Tugas Akhir	22
Gambar 5.1.	Grafik Harga Produk yang Diinginkan Responden Kuesioner Pendahuluan	34
Gambar 5.2.	Grafik Ukuran Produk yang Diinginkan Responden Kuesioner Pendahuluan	35
Gambar 5.3.	Grafik Jumlah Lembar yang Diinginkan Responden Kuesioner Pendahuluan	36
Gambar 5.4.	Grafik Konten Kertas yang Diinginkan Responden Kuesioner Pendahuluan	37
Gambar 5.5.	Grafik Jenis Cover yang Diinginkan Responden Kuesioner Pendahuluan	38
Gambar 5.6.	Grafik Jilid Pinggir yang Diinginkan Responden Kuesioner Pendahuluan	39
Gambar 5.7.	Grafik Desain Cover yang Diinginkan Responden Kuesioner Pendahuluan	40
Gambar 5.8.	Grafik Umur Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	41
Gambar 5.9.	Grafik Jenis Kelamin Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	42
Gambar 5.10.	Grafik Jenis Pekerjaan Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	42
Gambar 5.11.	Grafik Pendidikan Terakhir Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	43
Gambar 5.12.	Grafik Pendapatan/Uang Saku per Bulan Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	44
Gambar 5.13.	Grafik Kepemilikan Produk Buku Catatan ( <i>Notebook</i> ) Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	45
Gambar 5.14.	Grafik Kebutuhan dalam Membeli Produk Buku Catatan ( <i>Notebook</i> ) Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	45
Gambar 5.15.	Program <i>Syntax</i> pada SPSS menggunakan <i>Orthogonal Array</i>	47
Gambar 5.16.	Program <i>Syntax</i> SPSS untuk Memasukkan Data Minat Responden	51

Gambar 5.17. Nilai Kegunaan (Utilitas) Atribut Harga Produk Berdasarkan Perhitungan <i>Software SPSS</i>	53
Gambar 5.18. Nilai Kegunaan (Utilitas) Atribut Jenis <i>Cover</i> Produk berdasarkan Perhitungan <i>Software SPSS</i>	54
Gambar 5.19. Ilustrasi Jenis <i>Cover</i> Produk Buku Catatan ( <i>Notebook</i> ) Menggunakan <i>Soft Cover</i>	54
Gambar 5.20. Nilai Kegunaan (Utilitas) Atribut Desain <i>Cover</i> Produk Berdasarkan Perhitungan <i>Software SPSS</i>	55
Gambar 5.21. Ilustrasi Desain <i>Cover</i> Produk Buku Catatan ( <i>Notebook</i> ) Bertemakan <i>Pattern</i>	56
Gambar 5.22. Grafik Tingkat Kepentingan Atribut berdasarkan Perhitungan <i>Software SPSS</i>	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Pendahuluan	61
Lampiran 2.	Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i> ( <i>Offline</i> )	66
Lampiran 3.	Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i> ( <i>Online</i> )	73
Lampiran 4.	Hasil Identitas Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	82
Lampiran 5.	Hasil Ranking Stimuli dan Keinginan Responden Kuesioner <i>Conjoint Analysis</i>	91
Lampiran 6.	Dokumentasi Penyebaran Kuesioner <i>Offline</i>	96



## INTISARI

Industri kreatif tidak lepas dari bagian ekonomi kreatif. Industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kementerian Perdagangan Indonesia, 2009). Salah satu produk dari industri kreatif ini adalah buku catatan (*notebook*). Salah satu produsen buku catatan di Indonesia adalah “Leon Paperworks” yang terletak di Yogyakarta. Persaingan pasar produk buku catatan membuat pihak “Leon Paperworks” mengalami penurunan dalam penjualannya. Pemilik “Leon Paperworks” menginginkan produk yang diminati banyak konsumennya guna menaikkan angka penjualan.

Preferensi konsumen didefinisikan sebagai subjektif individu yang diukur dengan utilitas berbagai jenis produk. Metode penelitian untuk menentukan preferensi konsumen menggunakan metode *conjoint analysis*. Kuesioner penelitian *conjoint analysis* dilakukan dengan melibatkan 100 responden. Terdapat 3 atribut dari produk buku catatan yang akan diteliti yaitu harga produk, jenis *cover*, dan desain *cover*. Penelitian ini menggunakan *software SPSS* untuk pengolahan data dan mendapatkan hasil dari kuesioner penelitian.

Hasil dari penelitian ini berupa nilai kegunaan taraf atribut dan tingkat kepentingan atribut. Hasil perhitungan penelitian menunjukkan bahwa nilai kegunaan dari taraf atribut harga produk, jenis *cover*, dan desain *cover* masing-masing adalah 0,18 (Rp 30.001-Rp 40.000), 1,440 (*soft cover*), dan 0,267 (*Pattern*). Kemudian tingkat kepentingan dari atribut harga produk, jenis *cover*, dan desain *cover* adalah masing-masing 28,402%, 37,914%, dan 33,683%. Sehingga usulan pengembangan produk buku catatan yang diberikan yaitu produk buku catatan dengan harga produk Rp 30.001-Rp 40.000, jenis *cover* menggunakan *soft cover*, dan desain *cover* dengan tema *Pattern*.

**Kata kunci:** Buku Catatan (*notebook*), Industri Kreatif, Preferensi Konsumen, *Conjoint Analysis*

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Industri kreatif tidak lepas dari bagian ekonomi kreatif. Industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kementerian Perdagangan Indonesia, 2009). Revolusi industri 4.0 menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan perekonomian Indonesia secara nasional maupun global di bidang industri kreatif.

Menurut Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF) terdapat 16 subsektor industri kreatif di Indonesia yaitu aplikasi dan *game developer*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, animasi, dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, televisi dan radio, dan seni rupa. Pada tahun 2016, industri kreatif berkontribusi dibidang perekonomian Indonesia sebesar Rp 922,59 triliun atau 7,44% dari total (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2017). Sedangkan pada tahun 2017 dan 2018 industri kreatif berkontribusi dibidang perekonomian Indonesia sebesar Rp 1.009 triliun dan Rp 1.105 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa industri kreatif terus memberikan peningkatan pada perekonomian Indonesia.

Subsektor desain produk termasuk dalam 5 subsektor terendah dari 16 subsektor yang ada, tercatat dari tahun 2014 sampai 2016 subsektor desain produk tidak mengalami peningkatan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Peningkatan dalam subsektor ini perlu dilakukan untuk bertambahnya kontribusi industri kreatif terhadap PDB. Pengertian dari subsektor desain produk merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat (Badan Ekonomi Kreatif Nasional Indonesia, 2016). Subsektor ini memiliki tren yang sangat positif karena didukung dengan populasi penduduk yang didominasi oleh usia produktif, sehingga interaksi antara pelaku industri kreatif dengan target pasar memiliki potensi yang besar.

Salah satu produk dari subsektor desain produk ini adalah buku catatan (*notebook*). Buku catatan (*notebook*) memiliki kegunaan untuk menyimpan

catatan tulis, meskipun perkembangan teknologi sudah tergolong maju tetapi cara konvensional juga masih digunakan oleh beberapa orang. Salah satu produsen *notebook* di Indonesia adalah “Leon Paperworks” yang terletak di Yogyakarta. “Leon Paperworks” berdiri ditahun 2016 dengan memulai produksi *notebook* dengan isi konten agenda dan desain *cover* yang menarik.

“Leon Paperworks” merupakan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang memulai industri kreatif dengan berjualan buku catatan (*notebook*) sampai saat ini. Melalui observasi wawancara dengan pemilik “Leon Paperworks”, pihak industri kreatif ingin mengetahui preferensi konsumen terhadap produk buku catatan (*notebook*) dan berharap bisa melakukan pengembangan produk baru untuk meningkatkan penjualan. Dari data penjualan produk setiap bulannya selama tahun 2018 didapatkan grafik penjualan yang fluktuatif. Penjualan yang tidak mengalami peningkatan secara signifikan ini menurut pihak industri kreatif dikarenakan persaingan dengan kompetitor. Perlunya mengetahui preferensi konsumen ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk pihak “Leon Paperworks” dikarenakan produk kompetitor lain yang mulai berkembang dalam memasarkan produk buku catatan mereka seperti “Molusca Project” dengan produk buku catatan mereka menggunakan jenis *cover* buku catatan (*notebook*) dengan dilapisi kulit imitasi. Preferensi konsumen terhadap produk buku catatan (*notebook*) dapat menjadi solusi bagi pihak industri kreatif untuk memproduksi produk buku catatan yang tepat dipasarkan dan bersaing dengan kompetitor.

Pengembangan produk buku catatan (*notebook*) yang dilakukan menurut preferensi konsumen ini didasarkan dengan obyek produk buku catatan (*notebook*) yang saat ini dari “Leon Paperworks” sendiri. Sehingga pengembangan produk yang akan diteliti dalam penelitian ini juga dilihat dari peluang yang bisa dikembangkan UMKM “Leon Paperworks”. Sehingga harus ditentukan juga metode yang tepat untuk menentukan preferensi konsumen yang benar-benar dibutuhkan untuk pengembangan produk yang dapat dilakukan UMKM “Leon Paperworks”. Metode dalam penentuan dan analisis preferensi konsumen yang tepat dan dapat digunakan yaitu metode *conjoint analysis*. *Conjoint analysis* digunakan karena metode ini berguna untuk konsumen begitu juga produsen, untuk konsumen sendiri yaitu konsumen dapat menentukan pilihan sendiri berdasarkan kemauan dan kebutuhan mereka sendiri dari faktor-faktor yang ada dan memungkinkan dalam produk yang ditentukan. Sedangkan untuk produsen, produsen dapat mengetahui hubungan yang dapat terjadi antara



konsumen, faktor, dan nilai kepentingan yang dapat dianalisis dari produk yang ditentukan.

Metode riset pasar dilakukan untuk mengetahui gambaran pemasaran dari suatu usaha baru, produk baru, serta produk yang telah ada sebelumnya. Riset pasar dapat digunakan untuk membantu pihak manajemen sebuah perusahaan untuk membuat keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah dalam bidang pemasaran (Malhotra dan Birks, 2006). Riset pasar dapat membantu pihak industri kreatif untuk mengetahui potensi pasar terhadap produk yang ditawarkan, sehingga dapat mengurangi resiko produk tidak laku dijual dalam pasar.

Penelitian ini akan menganalisis preferensi konsumen terhadap produk buku catatan (*notebook*). Preferensi konsumen merupakan subjektif individu yang diukur dengan utilitas berbagai jenis produk, konsumen berhak dalam menentukan peringkat dari berbagai jenis produk sesuai dengan tingkat utilitas yang ditentukan sendiri oleh konsumen (Sowunmi dkk, 2014). Dari analisis yang akan dilakukan, alternatif desain produk buku catatan dapat diperoleh dan dapat menjadi pengetahuan bagi pihak industri kreatif untuk solusi meluncurkan produk baru. Hasil alternatif yang didapat diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi "Leon Paperworks" untuk mengembangkan produk yang tepat dalam pemenuhan kebutuhan konsumen dan meningkatkan penjualan pihak industri kreatif. Dengan pemilihan keputusan yang tepat dan menguntungkan bagi kedua belah pihak, maka interaksi positif antara pihak industri kreatif dan konsumen tersebut dapat menambah kontribusi subsektor desain produk untuk PDB.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah yang didapat berdasarkan uraian latar belakang adalah mengetahui preferensi konsumen ketika akan membeli produk buku catatan (*notebook*), mengetahui kombinasi atribut yang diinginkan oleh konsumen ketika akan membeli produk buku catatan (*notebook*), dan mengetahui tingkat kepentingan atribut yang diinginkan konsumen dalam memilih produk buku catatan (*notebook*).

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk memperoleh preferensi konsumen ketika akan membeli produk buku catatan (*notebook*).
- b. Untuk memperoleh kombinasi atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika akan membeli produk buku catatan (*notebook*).
- c. Untuk memperoleh nilai kepentingan masing-masing atribut produk buku catatan (*notebook*) untuk konsumen.
- d. Untuk memperoleh usulan pengembangan produk buku catatan (*notebook*) berdasarkan preferensi konsumen.

### 1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain :

- a. Penelitian ini terbatas pada industri kreatif subsektor desain produk dengan produk buku catatan (*notebook*).
- b. Data dari konsumen yang akan diolah berupa data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari kuesioner.
- c. Data dari kuesioner pendahuluan digunakan untuk kuesioner *conjoint analysis*.
- d. Pengolahan data akan dilakukan menggunakan *software SPSS 15*.

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

#### 2.1. Tinjauan Pustaka

Penelitian untuk menganalisis preferensi konsumen sudah banyak dilakukan dengan berbagai metode dan objek. Metode yang digunakan untuk menganalisis preferensi konsumen sudah cukup banyak dan beragam dilakukan tergantung objek penelitian yang diteliti. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang didapat sesuai dengan yang diharapkan oleh penelitian tersebut. Agar penelitian ini tidak sama dengan penelitian yang sudah dilakukan maka diperlukan tinjauan pustaka.

Lihra dkk (2012), meneliti preferensi konsumen tentang peralatan rumah tangga yang bersifat *customized* dengan metode *choice-based conjoint analysis*. Metode ini digunakan untuk memperkirakan bobot atribut pada keputusan konsumen, serta dapat mensimulasikan situasi pembelian produk secara nyata. Hasil penelitian ini, 47,3% konsumen memilih produk berdasarkan harga, 22,1% dari waktu pengantaran, 21,6% berdasarkan kustomisasi produk, dan 9% dari waktu yang dibutuhkan untuk melakukan kustomisasi dari produk. *Cluster analysis* juga digunakan dalam penelitian ini untuk membagi konsumen menjadi tiga *cluster* yaitu *customization lovers*, *impatient customers*, dan *price buyers*.

Felice dan Petrillo (2010), menggunakan metode *Quality Function Development* (QFD) dan AHP untuk membuat desain dari kebutuhan dan keinginan konsumen. Objek yang diteliti adalah filter keramik. Metode QFD ini menggabungkan kebutuhan konsumen, analisis kompetitif, fasilitas pada organisasi, desain produk, serta hubungan dan korelasi dari seluruh alternatif yang ada. Tahap QFD dapat dilakukan seterusnya ketika fasilitas organisasi dalam bentuk desain produk yang lebih spesifik sudah digabungkan, karena penelitian ini masih fokus dalam perspektif konsumen.

Guillet dan Kucukusta (2015), menggunakan metode *Conjoint* dan *Cluster Analysis* untuk mengetahui preferensi konsumen dari segmentasi pasar jasa spa terhadap fasilitas tempat spa. *Customer* pengguna jasa spa dikelompokkan menjadi 4 jenis yaitu *spa enthusiasts*, *high spenders*, *value seekers*, dan *price-sensitive spa-goers*. Dari penelitian ini, pemilik industri jasa spa dapat membuat pelayanan yang sesuai dengan jenis *customer* spa itu sendiri.

Saadi dkk (2017) meneliti pelayan *m-government* di Uni Emirat Arab sebagai obyek penelitiannya. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah *Analytic Hierarchy Process* (AHP) untuk meneliti preferensi konsumen warga negara di Uni Emirat Arab tentang penggunaan layanan *m-government*. Preferensi utama yang didapatkan dari penelitian ini adalah kemudahan penggunaan aplikasi dan keamanan.

Untuk mengetahui preferensi konsumen telah dilakukan banyak penelitian, namun belum terdapat penelitian untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk buku catatan (*notebook*). Penelitian ini akan mencari preferensi dan kombinasi atribut yang dipertimbangkan konsumen dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini akan menggunakan metode analisis konjoin (*conjoint analysis*) untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk buku catatan (*notebook*) sehingga produsen dapat mengetahui kombinasi atribut apa saja dan tingkat kepentingan atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk buku catatan (*notebook*).

## **2.2. Dasar Teori**

### **2.2.1. Preferensi Konsumen**

Preferensi konsumen didefinisikan sebagai subjektif individu yang diukur dengan utilitas berbagai jenis produk. Konsumen berhak dalam menentukan peringkat dari berbagai jenis produk sesuai dengan tingkat utilitas yang ditentukan oleh konsumen itu sendiri. Tujuannya agar konsumen dapat menentukan urutan produk sesuai dengan utilitas yang diperoleh produk tersebut. Dengan kata lain, konsumen memiliki preferensi yang berbeda atas kombinasi produk yang berbeda (Sowunmi dkk, 2014).

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2014) terdapat tiga asumsi dalam preferensi konsumen. Ketiga asumsi ini dianggap dipegang oleh banyak konsumen dalam berbagai situasi. Asumsi pertama adalah kelengkapan (*completeness*). Apabila terdapat dua produk yang berbeda, konsumen harus dapat memberikan peringkat terhadap produk tersebut. Asumsi tersebut dapat berupa produk X lebih baik daripada produk Y, atau produk Y lebih baik daripada produk X, atau produk X dan produk Y sama saja. Asumsi kedua adalah transitivitas. Apabila konsumen menyatakan produk X lebih baik daripada produk Y, dan produk Y lebih baik daripada produk Z, maka produk X lebih baik daripada produk Z. Transitivitas dianggap penting untuk konsistensi konsumen. Asumsi ketiga

adalah *non-satiation*, yang artinya lebih akan selalu lebih baik daripada kurang. Apabila ada beberapa kumpulan produk dengan jumlah yang berbeda, produk yang paling dengan kuantitas besar tentu yang menjadi preferensi konsumen.

### **2.2.2. Industri Kreatif**

Penggunaan istilah 'industri kreatif' bervariasi di setiap negara. Asal dari penggunaan istilah industri kreatif berkembang di Australia pada tahun 1994 saat peluncuran laporan '*Creative Nation*'. Istilah tersebut terpapar lebih luas di Inggris pada tahun 1997, ketika pemerintah, melalui Departemen Kebudayaan, Media, dan Olahraga membentuk *Creative Industries Task Force*. Sejak saat itu, peruntukan istilah 'industri kreatif' semakin luas, melebihi industri budaya itu sendiri (UNCTAD, 2008).

UNCTAD (2008) mendefinisikan industri kreatif sebagai siklus penciptaan, produksi, dan distribusi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utama. Hal ini terdiri dari seperangkat kegiatan berbasis pengetahuan yang menghasilkan barang nyata dan jasa yang mengandung konten kreativitas, nilai ekonomi, dan sasaran pasar. Industri kreatif merupakan bidang yang luas dan heterogen yang di dalamnya terdapat interaksi berbagai kegiatan kreatif mulai dari seni dan kerajinan tradisional, penerbitan, musik, dan seni visual dan pertunjukan seperti film, televisi dan penyiaran radio, media dan desain.

Sektor kreatif memiliki struktur pasar yang fleksibel yang berkisar dari seniman independen, usaha kecil menengah, sampai pengusaha besar seperti konglomerat. Di Indonesia, industri kreatif dinaungi oleh Badan Industri Kreatif (BEKRAF). Bekraf bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dibidang ekonomi kreatif (BEKRAF, 2015). Subsektor desain produk merupakan salah satu dari 16 subsektor industri kreatif yang ada di Indonesia. Produk buku catatan (*notebook*) dapat dikategorikan sebagai industri kreatif dalam subsektor desain produk.

### **2.2.3. Analisis Konjoin**

Analisis konjoin adalah suatu teknik yang secara spesifik digunakan untuk memahami bagaimana keinginan atau preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai kepentingan relatif berbagai atribut suatu produk (Hair dkk, 1995). Analisis konjoin merupakan

salah satu metode *choice modelling* yang dikenal dalam riset pemasaran pada awal tahun 1970. Analisis ini sangat berguna untuk membantu merancang karakteristik produk baru, membuat konsep produk baru, membantu menentukan tingkat harga serta memprediksi tingkat penjualan. Analisis konjoin didasarkan atas dasar pemikiran sederhana dari konsumen untuk mengevaluasi dan menilai suatu produk/jasa/ide dengan mengkombinasi jumlah-jumlah yang terpisah dari nilai yang disediakan oleh masing-masing faktor. Hasil utama dari analisis konjoin adalah suatu bentuk (desain) produk barang atau jasa, atau objek tertentu yang diinginkan oleh sebagian besar responden (Santoso, 2010).

Analisis konjoin sangat erat berhubungan dengan profil produk. Profil produk ini adalah stimuli yang merupakan kombinasi taraf-taraf dari suatu atribut. Atribut yang dipilih harus merupakan atribut dan taraf yang memiliki peran dalam mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk yang akan dikonsumsinya. Analisis konjoin juga merupakan suatu metode yang cocok untuk mengetahui reaksi konsumen terhadap suatu kombinasi atribut dan mengevaluasinya. Dengan mengetahui kombinasi atribut yang diinginkan konsumen, produsen dapat melakukan tindakan perbaikan untuk meningkatkan kualitas terhadap kombinasi atributnya. Data dasar untuk menganalisis menggunakan metode analisis konjoin adalah jawaban responden terhadap pertanyaan yang mengungkapkan bukan keinginan pemilihannya, namun preferensi mendasar yang mengarahkan pemilihannya. Analisis konjoin digunakan untuk mengukur pertimbangan psikologis atau preferensi (pilihan) responden.

Untuk mengetahui keputusan yang diambil konsumen, *conjoint analysis* memiliki dua tujuan, yaitu :

- a. Untuk menentukan kontribusi dari atribut-atribut dan level-level dari atribut tersebut dalam menentukan preferensi konsumen. Preferensi konsumen dipengaruhi oleh perbedaan nilai dari suatu atribut.
- b. Untuk membangun suatu model yang *valid* berdasarkan penilaian konsumen. Model yang valid dapat membantu memprediksi penerimaan konsumen terhadap berbagai kombinasi dari atribut.

Setelah menentukan atribut-atribut dasar yang memberikan kontribusi terhadap utilitas dari sebuah produk atau jasa, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah memilih metode yang paling tepat dalam *conjoint analysis* sehingga

diperoleh kombinasi atribut terbaik. Terdapat tiga metode dasar dari *conjoint analysis*, yaitu :

a. *Traditional Conjoint Analysis*

*Traditional conjoint analysis* merupakan model aditif sederhana yang menggunakan jumlah maksimal atribut sembilan atribut dengan proses analisis yang dilakukan secara individual.

b. *Adaptive Conjoint Analysis*

*Adaptive conjoint analysis* dikembangkan untuk mengakomodasi penelitian dengan jumlah atribut maksimum yang dapat dianalisis adalah 30 atribut dimana penelitian dengan jumlah atribut sampai dengan 30 atribut tidak dapat dilakukan dengan menggunakan *Traditional conjoint analysis*. Metode ini menggunakan proses yang terkomputerisasi untuk menentukan stimuli yang diberikan kepada responden untuk dipilih.

c. *Choice-Based Conjoint Analysis*

*Choice-based conjoint analysis* memiliki cara yang unik dalam merepresentasikan stimuli yang ada bila dibandingkan dengan kedua metode yang lain. Metode ini memungkinkan responden untuk memilih satu dari sekumpulan stimuli yang ada. Selain cara representasi stimuli yang unik, metode ini juga dapat mengakomodasi adanya interaksi antar faktor serta dapat melakukan estimasi dalam level analisis individual dan agregat. Namun, metode *conjoint analysis* ini hanya dapat digunakan untuk penelitian dengan jumlah atribut maksimum sebanyak enam atribut.

Terdapat tiga karakteristik dasar untuk menentukan metode *conjoint analysis* yang akan digunakan, yaitu jumlah atribut yang ada, level analisis, dan bentuk model yang digunakan. Metode *conjoint analysis* akan memberikan hasil yang terbaik jika hanya melibatkan jumlah atribut yang sedikit.

Untuk mempresentasikan *conjoint analysis* terhadap responden, terdapat juga metode presentasi itu sendiri. Metode presentasi *conjoint analysis* meliputi tiga metode yaitu :

a. *Full profile*

Metode ini merupakan metode yang paling sering digunakan. Pada metode ini, setiap stimuli berisi semua atribut beserta kombinasi level-levelnya. Metode ini memiliki kelebihan untuk mengurangi jumlah stimuli melalui penggunaan *fractional factorial design*.

b. *Pairwise comparison*

Pendekatan *pairwise comparison* sering disebut juga evaluasi dua faktor, dimana responden mengevaluasi dua profil secara bersamaan sampai semua kemungkinan kombinasi dua profil tersebut terevaluasi. Karakteristik dari metode *pairwise comparison* biasanya tidak semua atribut dimasukkan dalam stimuli seperti pada metode *full profile*, tetapi hanya sebagian dari atribut yang telah ditentukan.

c. *Trade-Off*

Metode ini memiliki keuntungan yaitu mudah untuk dipahami oleh responden dan menghindarkan dua atribut pada suatu waktu. Namun, kelemahan dari metode ini hanya bisa membandingkan dua atribut dalam suatu waktu. Jika semakin banyak atribut dan level, maka semakin banyak pula matriks *trade-off* yang harus dievaluasi sehingga membuat responden bingung.

#### **2.2.4. Conjoint Analysis dalam Pengembangan Produk**

*Output* dari *conjoint analysis* merupakan preferensi konsumen terhadap kombinasi atribut, yang kemudian dapat dimanfaatkan untuk pengembangan suatu produk. Penentuan atribut di awal penelitian secara tidak langsung berarti sudah menentukan kebutuhan konsumen pada proses pengembangan produk. Tujuan dari proses identifikasi kebutuhan konsumen adalah untuk mengetahui dan memahami apa yang konsumen inginkan terhadap suatu produk tersebut (Ulrich dkk, 2004). Kebutuhan konsumen tersebut kemudian diberikan kepada tim pengembangan produk. Penentuan atribut pada proses pertama dari *conjoint analysis* juga secara tidak langsung bertujuan untuk mengetahui atribut produk seperti apa yang menjadi pertimbangan utama konsumen. Setelah atribut diketahui, kemudian ditentukan level dari setiap atribut produk tersebut.

Penentuan level dari setiap atributnya bisa dikatakan sama dengan proses penentuan spesifikasi target. Spesifikasi sendiri tersebut merupakan gambaran jelas dan nyata untuk apa yang harus dimiliki sebuah produk guna memenuhi kebutuhan konsumen. Spesifikasi yang tepat juga berguna untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen menjadi sesuatu yang bersifat teknis dan terukur (Ulrich dkk, 2004). Penentuan level dari setiap atribut menjadi syarat penting yang harus dilakukan. Level dari atribut dapat diperoleh dari spesifikasi produk yang sudah ada saat ini. Penentuan level pada *conjoint analysis* dan



penentuan spesifikasi pada proses pengembangan produk juga dapat dikatakan saling berkaitan untuk hal ini.

Untuk hasil dari *conjoint analysis* ini, yang merupakan kombinasi atribut dengan setiap levelnya dapat menjadi pertimbangan untuk merancang sebuah konsep produk. Konsep dari sebuah produk pada proses pengembangannya merupakan kombinasi alternatif produk dengan kombinasi spesifikasi-spesifikasi yang sudah ditentukan sebelumnya. Pengembangan konsep dengan berbagai alternatif produk dengan kombinasi spesifikasi yang berbeda bertujuan untuk mengetahui kombinasi spesifikasi yang tepat dibutuhkan konsumen. *Output* dari *conjoint analysis* memiliki kombinasi atribut yang mempengaruhi konsumen dalam memilih sebuah produk. *Output* berupa konsep produk ini merupakan sebuah hasil yang kemudian dikembangkan oleh tim pengembangan produk.

### **2.2.5. Perhitungan Nilai Kegunaan Taraf Atribut dan Tingkat Kepentingan Atribut**

#### **a. Perhitungan Nilai Kegunaan Taraf Atribut**

Menurut Anderson (1997), terdapat beberapa hal yang diperlukan untuk mengetahui nilai kegunaan dari setiap taraf atribut diantaranya, yaitu:

##### **1. Penentuan Tabel Atribut dan Taraf Atribut**

Jika terdapat  $m$  atribut dan setiap atribut terdapat  $x$  taraf, maka jumlah profil yang seharusnya dibuat yaitu  $x_1 \times x_2 \times x_3 \times \dots \times x_m$  sejumlah  $m$  buah. Akan tetapi, jika jumlah kartu profil yang didapatkan terlalu banyak, maka bisa dilakukan pengurangan kartu profil dengan menggunakan ketentuan kartu profil minimal yaitu:

$$\text{Minimum kartu profil} = \text{jumlah taraf} - \text{jumlah atribut} + 1 \quad (2.1)$$

##### **2. Nilai Rata-Rata Ranking Keseluruhan (K)**

Untuk menghitung rata-rata ranking keseluruhan, maka digunakan rumus:

$$K = \frac{n+1}{2} \quad (2.2)$$

keterangan:

$n$  = jumlah kombinasi atribut (kartu profil)

Langkah berikutnya yaitu melakukan perhitungan untuk menduga ranking kombinasi atribut berdasarkan data dari responden.

### 3. Nilai Rata-Rata Ranking Tiap Taraf Atribut

Nilai rata-rata ranking tiap taraf atribut didapatkan dari taraf atribut yang dijumlahkan kemudian dibagi dengan banyaknya taraf atribut itu sendiri, rumus yang digunakan:

$$\overline{R_{ij}} = \frac{\sum r_{xij}}{nr} \quad (2.3)$$

keterangan:

$\overline{R_{ij}}$  = Rata-rata ranking atribut ke- $i$  taraf ke- $j$

$\sum r_{xij}$  = Jumlah ranking yang termasuk ke dalam atribut ke- $i$  taraf ke- $j$

$i$  = banyaknya atribut

$j$  = banyaknya taraf atribut

$nr$  = jumlah banyak taraf atribut dalam  $X_{ij}$

### 4. Nilai Deviasi

Nilai deviasi didapatkan dari menghitung selisih antara nilai rata-rata ranking dengan nilai rata-rata ranking keseluruhan ( $K$ ), dan menggunakan rumus:

$$d_{xij} = \overline{R_{ij}} - K \quad (2.4)$$

keterangan:

$d_{xij}$  = Nilai deviasi atribut ke- $i$  taraf ke- $j$

### 5. Nilai kegunaan (Utilitas)

Nilai kegunaan merupakan penelitian preferensi subjektif oleh individu yang mewakili nilai keseluruhan dari suatu objek tertentu. Nilai ini diperoleh dengan mengalikan nilai deviasi dengan -1 untuk menunjukkan bahwa utilitas terbesar merupakan taraf atribut yang disukai dari masing-masing atribut. Nilai kegunaan dalam analisis konjoin menggunakan rumus:

$$U_{xij} = d_{xij} \times (-1) \quad (2.5)$$

keterangan:

$U_{xij}$  = Nilai kegunaan dari atribut ke- $i$  taraf ke- $j$

#### b. Perhitungan Tingkat Kepentingan Atribut

Untuk mengetahui tingkat kepentingan dari setiap atribut dapat dilakukan dengan perhitungan dalam langkah-langkah sebagai berikut:

##### 1. Jumlah Deviasi Kuadrat

Jumlah deviasi kuadrat (JDK) didapatkan dengan menjumlahkan semua nilai kuadrat dari nilai-nilai deviasi untuk setiap taraf atribut yang dapat diketahui dengan rumus:

$$JDK = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^k (d_{xij})^2 \quad (2.6)$$

## 2. Nilai Baku

Nilai baku merupakan rasio antara jumlah taraf atribut dengan jumlah deviasi kuadrat (JDK), dan dihitung menggunakan rumus:

$$NB = \frac{n}{JDK} \quad (2.7)$$

## 3. Koefisien Taraf Atribut

Perhitungan koefisien atribut didapatkan dengan kuadrat nilai deviasi dikalikan dengan nilai baku kemudian diakarkan. Tanda koefisiennya merupakan kebalikan dari tanda deviasi yang menunjukkan semakin rendah maka semakin tinggi preferensi konsumennya. Koefisien taraf atribut ini dihitung menggunakan rumus:

$$c_{xij} = \sqrt{(d_{xij})^2 \times NB} \quad (2.8)$$

## 4. Range Setiap Atribut

Range setiap atribut didapatkan dari pengurangan nilai koefisien taraf atribut terbesar dari atribut ke-*i* dengan nilai koefisien taraf atribut terkecil untuk faktor ke-*i*, menggunakan rumus:

$$C_{xi} = \text{nilai max } c_{xij} - \text{nilai min } c_{xij} \quad (2.9)$$

## 5. Total Range Atribut

Total range atribut adalah hasil penjumlahan range dari semua atribut yang ada, didapat menggunakan rumus:

$$I_i = \sum_{i=1}^m C_{xi} \quad (2.10)$$

## 6. Tingkat Kepentingan Atribut

Tingkat kepentingan atribut merupakan informasi yang memberikan gambaran mengenai peran suatu atribut yang mempengaruhi responden alam memilih suatu produk. Perhitungan tingkat kepentingan atribut diperoleh dengan membagi range atribut dengan total range atribut. Nilai tingkat kepentingan atribut dalam analisis konjoin diwakilkan dengan rumus:

$$W_i = \frac{C_{xi}}{I_i} \times 100\% \quad (2.11)$$

### 2.2.5. SPSS (*Statistikal Product and Service Solutions*)

Pada awalnya SPSS merupakan kepanjangan dari *Statistikal Package for the Social Sciences*. Kemudian pada tahun 1968, SPSS pertama dirilis versi pertamanya oleh Norman H. Nie dan C. Hadlai Hull. Saat perilisan pertamanya, SPSS dibuat untuk tujuan analisis statistik dalam ilmu sosial. Namun untuk sekarang ini, kemampuan SPSS berkembang untuk melayani berbagai jenis pengguna (*user*), contohnya yaitu untuk proses produksi pabrik, riset ilmu sains,

dan lain-lain. Oleh sebab itu, untuk sekarang ini kepanjangan dari SPSS adalah *Statistikal Product and Service Solutions*.

SPSS adalah program aplikasi (*software*) dengan kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya. SPSS dapat membaca berbagai jenis data atau memasukkan data secara langsung ke dalam SPSS *Data Editor*. Bagaimana pun struktur dari file data mentah pun harus dibentuk dalam bentuk baris (*cases*) dan kolom (*variables*) di dalam *Data Editor* SPSS. Baris berisi informasi untuk satu unit analisis, sedangkan kolom adalah informasi yang dikumpulkan dari masing-masing kasus.

Beberapa kemudahan lain yang bisa didapatkan dengan mengoperasikan SPSS adalah beberapa fasilitas seperti berikut ini :

a. *Data Editor*

Dapat berguna untuk pengolahan suatu data. *Data editor* dirancang sedemikian rupa seperti pada aplikasi-aplikasi *spreadsheet* untuk mendefinisikan, memasukkan, menyunting, dan menampilkan data.

b. *Viewer*

Dapat berguna untuk mempermudah pemakai untuk melihat hasil dari pemrosesan, menunjukkan atau menghilangkan bagian-bagian tertentu dari *output*, serta memudahkan distribusi hasil pengolahan dari SPSS ke aplikasi-aplikasi yang lain.

c. *Multidimensional Pivot Tables*

Dapat berguna untuk melihat hasil pengolahan data. Pengguna SPSS dapat dengan mudah melakukan pengaturan kelompok data dengan melakukan *splitting* tabel sehingga hanya satu grup tertentu saja yang ditampilkan pada satu waktu.

d. *High-Resolution Graphics*

Dengan kemampuan grafikal beresolusi tinggi, baik untuk menampilkan *pie charts*, *bar charts*, *histogram*, *scatterplots*, *3-D graphics*, dan lain-lain, akan membuat SPSS tidak hanya mudah dioperasikan tetapi juga membuat pengguna merasa nyaman dalam pekerjaannya.

e. *Database Access*

Pengguna program ini dapat memperoleh informasi sebuah *database* dengan menggunakan *database wizard* yang disediakan.

f. *Data Transformations*

Transformasi data akan membantu pemakai memperoleh data yang siap untuk dianalisis. Pemakai dapat dengan mudah melakukan *subset data*, mengkombinasikan kategori, *add*, agregat, *merge*, *split*, dan beberapa perintah *transpose files*, serta yang lainnya.

g. *Electronic Distribution*

Pengguna dapat mengirimkan laporan secara elektronik menggunakan sebuah pengiriman data (*e-mail*) atau melakukan *export* tabel dan grafik ke *mode* HTML sehingga mendukung distribusi melalui internet dan intranet.

h. *Online Help*

SPSS menyediakan fasilitas *online help* yang akan selalu siap membantu pemakai dalam melakukan pekerjaannya. Bantuan yang diberikan dapat berupa petunjuk pengoperasian secara detail, kemudahan pencarian prosedur yang diinginkan sampai pada contoh-contoh kasus dalam pengoperasian program ini.

i. *Interface dengan Database Relasional*

Fasilitas ini akan menambah efisiensi dan memudahkan pekerjaan untuk mengekstrak data dan menganalisisnya dari *database* relasional.

j. *Analisis Distribusi*

Fasilitas ini diperoleh pada pemakaian SPSS for Server atau untuk aplikasi *multiuser*. Kegunaan dari analisis ini adalah apabila peneliti akan menganalisis file-file data yang sangat besar dapat langsung me-remote dari *server* dan memprosesnya sekaligus tanpa harus memindahkan komputer *user*.

k. *Multiple Sesi*

SPSS memberikan kemampuan untuk melakukan analisis lebih dari satu file data pada waktu yang bersamaan, misalnya dengan menggunakan tipe bar, pie atau jangkauan nilai, simbol gradual, dan chart.

l. *Mapping*

Visualisasi data dapat dibuat dengan berbagai macam tipe baik secara konvensional atau interaktif, misalnya dengan menggunakan tipe bar, pie atau jangkauan nilai, simbol gradual, dan chart.

### **2.2.6. Sampel dan Penentuan *Sample Size***

#### **a. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2007). Dengan mempelajari sampel, peneliti harus dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi untuk populasi yang diinginkan (Sekaran dan Bougie, 2016). Perencanaan pengambilan sampel harus menjawab tiga hal ini yaitu siapa yang akan disurvei, berapa yang akan disurvei, dan bagaimana prosedur *sampling* tersebut. (Schiffman dkk, 2012).

#### **b. Penentuan *Sample Size***

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), beberapa faktor yang menentukan pengambilan keputusan dalam menentukan *sample size* adalah:

1. Tujuan penelitian
2. Tingkat ketepatan yang diinginkan (interval keyakinan)
3. Risiko yang dapat diterima dalam memprediksi tingkat presisi (tingkat kepercayaan)
4. Jumlah variabilitas dalam populasi itu sendiri
5. Batasan biaya dan waktu
6. Dalam beberapa kasus, ukuran populasi itu sendiri

Roscoe (1975) dalam Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan aturan praktis dalam menentukan ukuran sampel yaitu:

1. *Sample size* dengan ukuran lebih besar dari 30 sampai kurang dari 500 sesuai untuk sebagian besar penelitian
2. Apabila sampel akan dipecah menjadi subsampel (pria/wanita, junior/senior, dll.), ukuran sampel minimum sebanyak 30 untuk setiap kategori diperlukan
3. Dalam penelitian multivariat (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel harus beberapa kali (sebaiknya sepuluh kali atau lebih) sebesar jumlah variabel dalam penelitian
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimental yang ketat, penelitian dimungkinkan dengan sampel sekecil sepuluh hingga 20

### **2.2.7. Teknik Sampling**

Menurut Sugiyono (2007), teknik *sampling* terdiri dari dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Nonprobability random*

*sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *sampling probability sampling* meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan teknik *sampling nonprobability sampling* meliputi *sampling* sistematis, kuota, *convenience sampling*, *purposive*, jenuh, dan *snowball*. Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *sampling convenience sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data untuk kepentingan penelitian.



## **BAB 6**

### **KESIMPULAN**

#### **5.3. Kesimpulan**

Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian tugas akhir ini:

- a. Atribut jenis *cover* produk merupakan atribut yang paling disukai oleh responden, dengan tingkat kepentingan sebesar 37,914%, melalui pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh 100 responden.
- b. Kombinasi atribut dari produk buku catatan (*notebook*) yang dipilih oleh responden penelitian adalah produk buku catatan (*notebook*) dengan harga produk Rp 30.001 sampai dengan Rp 40.000, dengan jenis *cover* produk *soft cover*, dan desain *cover* produk bertemakan *Pattern*.
- c. Nilai tingkat kepentingan dari keseluruhan atribut berdasarkan atribut yang paling diminati dan dianggap penting yaitu atribut pertama merupakan jenis *cover* produk memiliki nilai tingkat kepentingan sebesar 37,914%, kemudian atribut desain *cover* produk memiliki nilai tingkat kepentingan sebesar 33,683%, dan atribut harga produk memiliki nilai tingkat kepentingan sebesar 28,402%

#### **5.4. Saran**

- a. Usulan produk buku catatan (*notebook*) yang didapatkan dari penelitian ini yaitu produk buku catatan (*notebook*) dengan harga produk Rp 30.001 sampai dengan Rp 40.000, dengan jenis *cover* menggunakan *soft cover*, dan desain *cover* bertemakan *Pattern*.
- b. Informasi dan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran dan masukan terhadap perusahaan sejenis untuk melakukan inovasi dalam pengembangan usahanya agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumennya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, David R, dkk. (1997). *Manajemen Sains – Pendekatan Kuantitatif untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Badan Ekonomi Kreatif Nasional Indonesia. (2015). Subsektor. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2018 dari <http://www.bekraf.go.id/subsektor>
- Badan Ekonomi Kreatif Nasional Indonesia. (2018). PDB Ekraf Ditarget Lebih dari Rp1.000 Triliun. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2018 dari <http://www.bekraf.go.id/berita/page/10/pdb-ekraf-ditarget-lebih-dari-rp1000-triliun>
- Badan Ekonomi Kreatif Nasional Indonesia. (2018). Infografis Ringkasan Data Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2018 dari <http://www.bekraf.go.id/berita/page/9/83-infografis-ringkasan-data-statistik-ekonomi-kreatif-indonesia>
- Felice, D.F. dan Petrillo, A. (2010). A Multiple Choice Decision Analysis: An Integrated QFD – AHP Model for the Assessment of Customer Needs. *International Journal of Engineering, Science and Technology*, 2(9), 25-38.
- Guillet, B.D. dan Kucukusta. (2015). Spa Market Segmentation According to Customer Preference. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(2), 418-434.
- Hair, J.F., Anderson, R.E. Tatham, R.L. (1998). *Multivariate Analysis Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall International.
- Lihra, T., Buehlmann, U., dan Graf, R. (2012). Customer Preferences for Customized Household Furniture. *Journal of Forest Economics*, 18(2), 94-112.
- Malhotra, N.K. dan Birks, D.F. (2006). *Marketing Research: An Applied Approach (3rd edition)*. England: Pearson Education Company.
- Muhammad, A. dan Sungplee. (2015). Factors of Customer's Preference of Visiting Coffee Shop in South Korea. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 24(7), 252-265.
- Pindyck, R. S., dan Rubinfeld. (2014). *Microeconomics (Ed. 8)*. Essex: Pearson.

- Saadi, M. R., Ahmad, S. Z., dan Hussain, M. (2017). Prioritization of Citizens' Preferences for Using Mobile Government Services: The Analytic Hierarchy Process (AHP) Approach. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 1(3), 476-503.
- Santoso, S. (2010). Statistik Multivariat. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L., Kanuk, L. L., dan Hansen, H. (2012). Consumer Behavior (Ed. 2). New Jersey: Pearson.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2016). Research Methods for Business (Ed. 7). Chichester: Wiley.
- Sowunmi, F. A., Omigie, O. C., dan Daniel, D. T. (2014). Consumer's Perception on Ofada Rice in Ibadan North Local Government Area of Oyo State. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 5(16), 78-86.
- Sugiyono. (2007). Statistika untuk Penelitian (Ed. 12). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Ulrich, Karl T dan Eppinger, D. Steven. (2004). *Product Design and Development (5th edition)*. New York: McGraw-Hill.
- UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report*. New York: United Nations.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Pendahuluan

# Kuesioner Penelitian Produk Buku Catatan (Notebook)

Selamat pagi/siang/sore/malam

Perkenalkan, saya Alfonsus Satria Budiluhur Aswirawan, mahasiswa Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang sedang melakukan penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap produk buku catatan (notebook).

Saya memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini dan memeriksa kembali jangan sampai ada yang terlewat. Hasil dari kuesioner ini hanya akan digunakan untuk data dalam penyelesaian Tugas Akhir (Skripsi) saya dan sangat akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, sangat diharapkan agar Saudara/Saudari mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan dan sejujur-jujurnya.

Atas bantuan yang Saudara/Saudari berikan, saya mengucapkan terima kasih.

\* Wajib

Berapa usia Anda? \*

- 15 - 18 tahun
- 19 - 22 tahun
- 23 - 26 tahun
- 27 - 30 tahun
- > 30 tahun

Jenis kelamin? \*

- Pria
- Wanita

Jenis pekerjaan? \*

- Pelajar
- Mahasiswa
- Wiraswasta
- Freelance
- Karyawan Swasta
- Pegawai Negeri Sipil
- Yang lain: \_\_\_\_\_

Tingkat pendidikan terakhir? \*

- SD
- SMP
- SMA
- Diploma
- S1
- S2

Pendapatan/uang saku per bulan? \*

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000
- Rp 1.500.001 - Rp 2.000.000
- Rp 2.000.001 - Rp 2.500.000
- Rp 2.500.001 - Rp 3.000.000
- > Rp 3.000.000

Pernah memiliki produk buku catatan (notebook)? \*

- Pernah
- Tidak Pernah

Kebutuhan apa yang mendorong anda untuk membeli produk buku catatan (notebook) ? \*

- Pribadi (digunakan sendiri)
- Pemberian (contohnya diberikan ke orang lain sebagai hadiah)
- Yang lain: \_\_\_\_\_

Berikutnya

## Kuesioner Penelitian Produk Buku Catatan (Notebook)

\* Wajib

Buku catatan (notebook) merupakan produk yang saat ini bisa dikatakan jarang digunakan oleh kalangan sendiri, dikarenakan perkembangan globalisasi yang pesat sehingga mendukung majunya era digital. Disamping itu, produk ini masih banyak peminat karena tidak sedikit orang yang masih menggunakan cara konvensional (menulis) untuk menjalankan aktivitas sehari-harinya. Produk buku catatan (notebook) yang ada dipasaran saat ini sangat beragam jenis sehingga konsumen memiliki pilihan yang banyak dalam memilih produk tersebut. Dalam pemilihan produk, konsumen terkadang memiliki keinginan individu (preferensi) dalam atribut/faktor yang ada dalam produk tersebut. Sehingga, dalam kuesioner ini konsumen diberikan beberapa pilihan atribut/faktor pada produk buku catatan (notebook).

Berapa harga produk buku catatan (notebook) yang Anda inginkan? \*

- Rp 20.000 – Rp 30.000
- Rp 30.001 – Rp 40.000
- Rp 40.001 – Rp 50.000
- Rp 50.001 – Rp 60.000
- Rp 60.001 – Rp 70.000
- Rp 70.001 – Rp 80.000
- Yang lain: \_\_\_\_\_

Berapa ukuran produk buku catatan (notebook) yang Anda inginkan? \*

- A5 (14,8 cm x 21 cm)
- A6 (10,5 cm x 14,8 cm)

Berapa jumlah lembar kertas pada produk buku catatan (notebook) yang Anda inginkan? \*

- 20 – 39 lembar
- 40 – 59 lembar
- 60 – 79 lembar
- $\geq$  80 lembar
- Yang lain: \_\_\_\_\_

Konten kertas pada produk buku catatan (notebook) seperti apa yang Anda inginkan? \*

- Polos
- Bergaris
- Polos + Bergaris + Agenda

Jenis cover pada produk buku catatan (notebook) seperti apa yang Anda inginkan? \*

- Hard cover
- Soft Cover
- Yang lain: \_\_\_\_\_

Jilid pinggir pada produk buku catatan (notebook) seperti apa yang Anda inginkan? \*

- Polos
- Spiral
- Jahit jepang

Desain cover pada produk buku catatan (notebook) seperti apa yang Anda inginkan? \*

- Quotes (kata-kata bijak)
- Karakter (tokoh fiksi maupun nyata)
- Girl (gambar yang disukai kalangan perempuan)
- Pattern (suatu pola baik yang beraturan maupun abstrak)
- Yang lain: \_\_\_\_\_

Kembali

Kirim

## Lampiran 2. Kuesioner *Conjoint Analysis* (Offline)

### KUESIONER PENELITIAN

Selamat pagi/siang/sore/malam

Perkenalkan, saya Alfonsus Satria Budiluhur Aswirawan, mahasiswa Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang sedang melakukan penelitian di “*Leon Paperworks*” mengenai preferensi konsumen terhadap produk buku catatan (*notebook*).

Saya memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner kuesioner ini dan memeriksa kembali jangan sampai ada yang terlewat. Hasil dari kuesioner ini hanya akan digunakan untuk data dalam penyelesaian Tugas Akhir (Skripsi) saya dan sangat akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, sangat diharapkan agar Saudara/Saudari mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan dan sejujur-jujurnya.

Responden yang mengisi kuesioner hingga selesai dan dengan sungguh-sungguh akan diikuti pada undian **berhadiah buku catatan (*notebook*)** berukuran A5 sebanyak 3 buah dari “*Leon Paperworks*” dan saldo **GO-PAY 20 ribu rupiah** untuk 3 responden yang beruntung.

Jika Anda memiliki pertanyaan mengenai kuesioner ini, Anda dapat menghubungi Satria melalui email **alfonsusatria@gmail.com**

Atas bantuan yang Saudara/Saudari berikan, saya mengucapkan terima kasih.

#### **Bagian 1 : Identitas Responden**

Nama : ..... (**tidak harus diisi**)

Nomor telepon : ..... (**jika ingin diikutsertakan dalam undian hadiah**)

Usia :

15 – 18 tahun       19 – 22 tahun       23 – 26 tahun  
 27 – 30 tahun       > 30 tahun

Jenis Kelamin :

Pria       Wanita

Jenis Pekerjaan :

Pelajar       Mahasiswa       Wiraswasta       Freelance



Karyawan Swasta     Pegawai Negeri Sipil     Lainnya : .....

Tingkat pendidikan terakhir :

SD                   SMP                   SMA                   Diploma     S1                   S2

Pendapatan/uang saku per bulan :

< Rp 1.000.000                                   Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000  
 Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000             Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000  
 Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000           > Rp 3.000.000                   Lainnya :  
.....

Pernah memiliki produk buku catatan (*notebook*)?

Pernah                           Tidak Pernah

Kebutuhan apa yang mendorong Anda untuk membeli produk buku catatan (*notebook*)?

Pribadi (digunakan sendiri)  
 Pemberian (contohnya diberikan ke orang lain)  
 Lainnya : .....

**Bagian 2 : Full Profile**

Buku catatan (*notebook*) merupakan produk yang saat ini bisa dikatakan jarang digunakan oleh kalangan sendiri, dikarenakan perkembangan globalisasi yang pesat sehingga mendukung majunya era digital. Disamping itu, produk ini masih banyak peminat karena tidak sedikit orang yang masih menggunakan cara konvensional (menulis) untuk menjalankan aktivitas sehari-harinya.

Produk buku catatan (*notebook*) yang ada dipasaran saat ini sangat beragam jenis sehingga konsumen memiliki pilihan yang banyak dalam memilih produk tersebut. Dalam pemilihan produk, konsumen terkadang memiliki keinginan individu (preferensi) dalam atribut/faktor yang ada dalam produk tersebut. Sehingga, dalam kuesioner ini konsumen diberikan beberapa pilihan atribut/faktor beserta kombinasinya dalam memilih produk yang diinginkan oleh konsumen. Adapun penjelasan atribut/faktor yang akan disampaikan dalam kuesioner penelitian ini yaitu:

**1. Harga**

Harga produk buku catatan (*notebook*) yang ditawarkan ke konsumen bisa dikatakan sangat bervariasi. Pemilihan harga yang sebanding dengan kualitas produk merupakan hal yang penting diperhatikan. Hal ini berguna agar kedua belah pihak (konsumen dan produsen) dapat saling mendapatkan manfaat dan keuntungan dari hal tersebut. Atribut harga yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu **Rp 30.001 – Rp 40.000** dan **Rp 70.001 – Rp 80.000**

## **2. Ukuran**

Ukuran yang ada dalam produk buku catatan (*notebook*) merupakan salah satu faktor penting dalam pertimbangan konsumen. Ukuran yang cocok untuk digunakan, digenggam, maupun dibawa untuk menunjang aktivitas dan kebutuhan penggunaannya sesuai dengan manfaat dari produk tersebut. Atribut ukuran yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu **A5** (14,8 cm x 21,0 cm).

## **3. Jumlah Lembar**

Jumlah lembar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah kertas yang terdapat pada produk buku catatan (*notebook*). Jumlah lembar mempengaruhi ketebalan produk, sehingga faktor ini juga bisa dikatakan penting guna memenuhi aktivitas dan kebutuhan konsumennya. Atribut jumlah lembar yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu **≥ 80 lembar**.

## **4. Konten Kertas**

Konten kertas dalam isi dari produk buku catatan (*notebook*) bergantung pada kebutuhan dalam penggunaan dari produk. Konten kertas dapat memudahkan aktivitas dan kebutuhan dalam penggunaan dari produk buku catatan (*notebook*) itu sendiri. Atribut konten kertas yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu **polos + bergaris + agenda**.

## **5. Jenis Cover**

Jenis cover pada produk buku catatan (*notebook*) ini bisa dikaitkan dengan durabilitas dari produk itu sendiri. Jenis cover yang memiliki durabilitas yang tinggi tentunya juga dapat memenuhi keinginan konsumen tentang keawetan dari produk tersebut. Atribut jenis cover yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu **hard cover** dan **soft cover**.

## **6. Jilid Pinggir**

Jilid pinggir pada produk buku catatan (*notebook*) ini dapat memberikan pengaruh kenyamanan saat penggunaan produk, dan tidak lepas juga dari keawetan produk itu sendiri. Atribut jilid pinggir yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu jilid pinggir **polos**.

## 7. Desain Cover

Desain cover pada produk buku catatan (*notebook*) merupakan hal yang dapat diidentifikasi pertama kali secara visual oleh konsumen. Atribut desain cover yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu **Quotes** (kata-kata bijak), **Girl** (gambar yang digemari kaum perempuan), dan **Pattern** (suatu pola baik yang beraturan maupun abstrak).



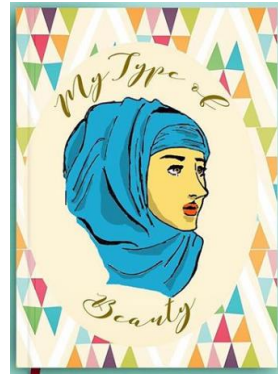
Ilustrasi Jumlah Lembar



Ilustrasi konten kertas polos dan bergaris

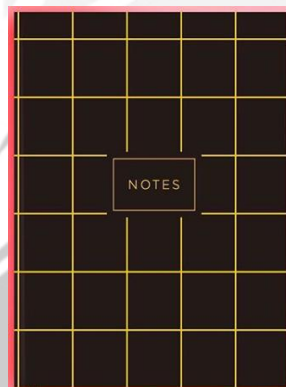


Ilustrasi konten kertas agenda



**Ilustrasi Desain Cover Quotes**

**Ilustrasi Desain Cover Girl**



**Ilustrasi desain cover Pattern**

## PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

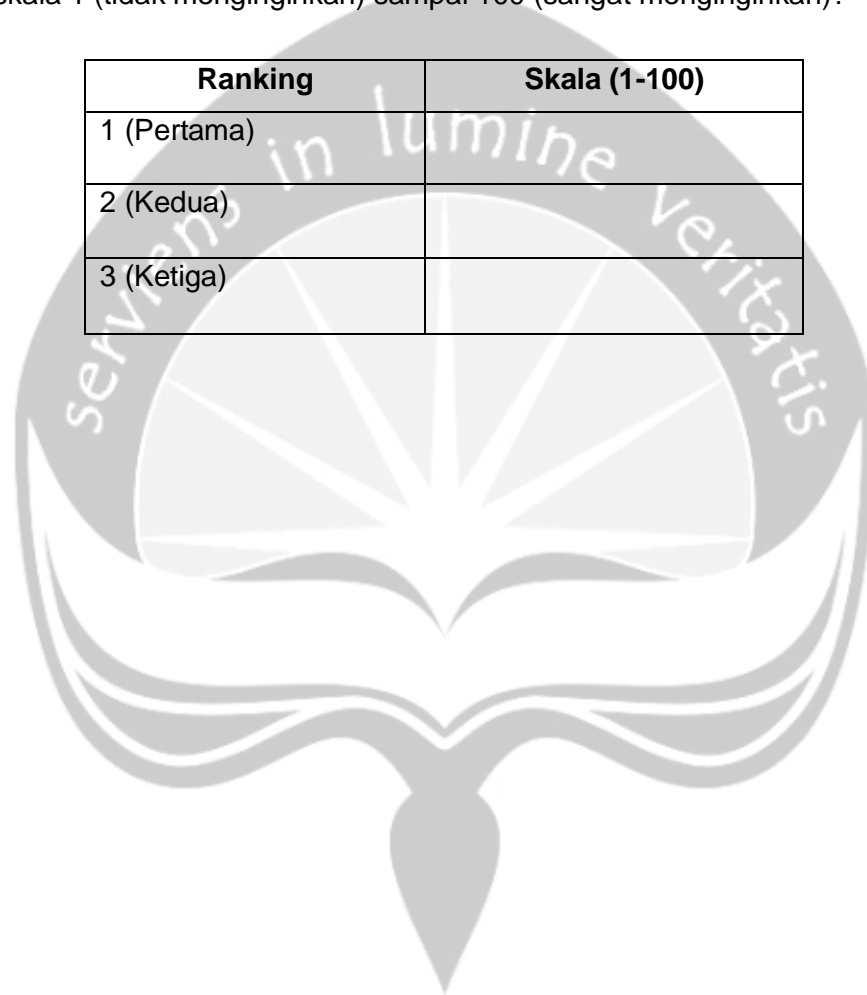
Pada tabel dibawah terdapat 9 kombinasi atribut (stimuli) dari produk buku catatan (*notebook*). Dari 9 stimuli yang ada, responden diharapkan dapat memberikan ranking 9 stimuli dibawah mulai dari yang paling diinginkan hingga paling tidak diinginkan.

Pemberian nomor dalam meranking dimulai dari **angka 1 untuk stimuli yang paling diinginkan** hingga **angka 9 untuk stimuli yang paling tidak diinginkan**.

NO	HARGA	UKURAN	JUMLAH LEMBAR	KONTEN KERTAS	JENIS COVER	JILID PINGGIR	DESAIN COVER	RANKING
1	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Hard	Polos	Quotes	
2	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Quotes	
3	30.001 - 40.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Quotes	
4	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Hard	Polos	Pattern	
5	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Pattern	
6	30.001 - 40.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Pattern	
7	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Hard	Polos	Girl	
8	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Girl	
9	30.001 - 40.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Girl	

Setelah Anda memberikan ranking dari ke-9 stimuli diatas, seberapa besar keinginan Anda untuk membeli produk tersebut berdasarkan ranking 1, 2, dan 3 menggunakan skala 1 (tidak menginginkan) sampai 100 (sangat menginginkan)?

<b>Ranking</b>	<b>Skala (1-100)</b>
1 (Pertama)	
2 (Kedua)	
3 (Ketiga)	



### Lampiran 3. Kuesioner *Conjoint Analysis* (Online)

## Kuesioner Penelitian Preferensi Produk Buku Catatan (Notebook)

Selamat pagi/siang/sore/malam

Perkenalkan, saya Alfonsus Satria Budiluhur Aswirawan, mahasiswa Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang sedang melakukan penelitian di "Leon Paperworks" mengenai preferensi konsumen terhadap produk buku catatan (notebook).

Saya memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini dan memeriksa kembali jangan sampai ada yang terlewat. Hasil dari kuesioner ini hanya akan digunakan untuk data dalam penyelesaian Tugas Akhir (Skripsi) saya dan sangat akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, sangat diharapkan agar Saudara/Saudari mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan dan sejujur-jujurnya.

Responden yang mengisi kuesioner hingga selesai dan dengan sungguh-sungguh akan diikuti pada undian hadiah buku catatan (notebook) berukuran A5 sebanyak 3 buah dari "Leon Paperworks" dan saldo GO-PAY 20 ribu rupiah untuk 3 responden yang beruntung. Jika Anda memiliki pertanyaan mengenai kuesioner ini, Anda dapat menghubungi Satria melalui email [alfonsusatria@gmail.com](mailto:alfonsusatria@gmail.com)

\* Wajib

Nama (tidak wajib diisi)

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Nomor Telepon (jika ingin diikutsertakan dalam undian hadiah)

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Usia \*

- 15 - 18 tahun
- 19 - 22 tahun
- 23 - 26 tahun
- 27 - 30 tahun
- > 30 tahun

Jenis kelamin? \*

- Laki - laki
- Perempuan

Jenis pekerjaan \*

- Pelajar
- Mahasiswa
- Wiraswasta
- Freelance
- Karyawan swasta
- Pegawai negeri sipil
- Yang lain:

Tingkat pendidikan terakhir? \*

- SD
- SMP
- SMA
- Diploma
- S1
- S2

Pendapatan/uang saku per bulan? \*

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000
- Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000
- Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000
- Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000
- > Rp 3.000.000

Pernah memiliki produk buku catatan (notebook)? \*

- Pernah
- Tidak pernah



Kebutuhan apa yang mendorong Anda untuk membeli produk buku catatan (notebook)? \*

- Pribadi (digunakan sendiri)
- Pemberian (contohnya diberikan ke orang lain)
- Yang lain: \_\_\_\_\_

Berikutnya

Buku catatan (notebook) merupakan produk yang saat ini bisa dikatakan jarang digunakan oleh kalangan sendiri, dikarenakan perkembangan globalisasi yang pesat sehingga mendukung majunya era digital. Disamping itu, produk ini masih banyak peminat karena tidak sedikit orang yang masih menggunakan cara konvensional (menulis) untuk menjalankan aktivitas sehari-harinya.

Produk buku catatan (notebook) yang ada dipasaran saat ini sangat beragam jenis sehingga konsumen memiliki pilihan yang banyak dalam memilih produk tersebut. Dalam pemilihan produk, konsumen terkadang memiliki keinginan individu (preferensi) dalam atribut/faktor yang ada dalam produk tersebut. Sehingga, dalam kuesioner ini konsumen diberikan beberapa pilihan atribut/faktor beserta kombinasinya dalam memilih produk yang diinginkan oleh konsumen. Adapun penjelasan atribut/faktor yang akan disampaikan dalam kuesioner penelitian ini yaitu:

1. Harga

Harga produk buku catatan (notebook) yang ditawarkan ke konsumen bisa dikatakan sangat bervariasi. Pemilihan harga yang sebanding dengan kualitas produk merupakan hal yang penting diperhatikan. Hal ini berguna agar kedua belah pihak (konsumen dan produsen) dapat saling mendapatkan manfaat dan keuntungan dari hal tersebut. Atribut harga yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu Rp 30.001 – Rp 40.000 dan Rp 70.001 – Rp 80.000

2. Ukuran

Ukuran yang ada dalam produk buku catatan (notebook) merupakan salah satu faktor penting dalam pertimbangan konsumen. Ukuran yang cocok untuk digunakan, digenggam, maupun dibawa untuk menunjang aktivitas dan kebutuhan penggunaannya sesuai dengan manfaat dari produk tersebut. Atribut ukuran yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu A5 (14,8 cm x 21,0 cm).

3. Jumlah Lembar

Jumlah lembar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah kertas yang terdapat pada produk buku catatan (notebook). Jumlah lembar mempengaruhi ketebalan produk, sehingga faktor ini juga bisa dikatakan penting guna memenuhi aktivitas dan kebutuhan konsumennya. Atribut jumlah lembar yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu  $\geq 80$  lembar.

4. Konten Kertas

Konten kertas dalam isi dari produk buku catatan (notebook) bergantung pada kebutuhan dalam penggunaan dari produk. Konten kertas dapat memudahkan aktivitas dan kebutuhan dalam penggunaan dari produk buku catatan (notebook) itu sendiri. Atribut konten kertas yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu polos + bergaris + agenda.

5. Jenis Cover

Jenis cover pada produk buku catatan (notebook) ini bisa dikaitkan dengan durabilitas dari produk itu sendiri. Jenis cover yang memiliki durabilitas yang tinggi tentunya juga dapat memenuhi keinginan konsumen tentang keawetan dari produk tersebut. Atribut jenis cover yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu hard cover dan soft cover.

6. Jilid Pinggir

Jilid pinggir pada produk buku catatan (notebook) ini dapat memberikan pengaruh kenyamanan saat penggunaan produk, dan tidak lepas juga dari keawetan produk itu sendiri. Atribut jilid pinggir yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu jilid pinggir polos.

7. Desain Cover

Desain cover pada produk buku catatan (notebook) merupakan hal yang dapat diidentifikasi pertama kali secara visual oleh konsumen. Atribut desain cover yang akan dimuat dalam penelitian ini yaitu Quotes (kata-kata bijak), Girl (gambar yang digemari kaum perempuan), dan Pattern (suatu pola baik yang beraturan maupun abstrak).

Ilustrasi jumlah lembar



Ilustrasi konten kertas polos dan bergaris



Ilustrasi konten kertas agenda



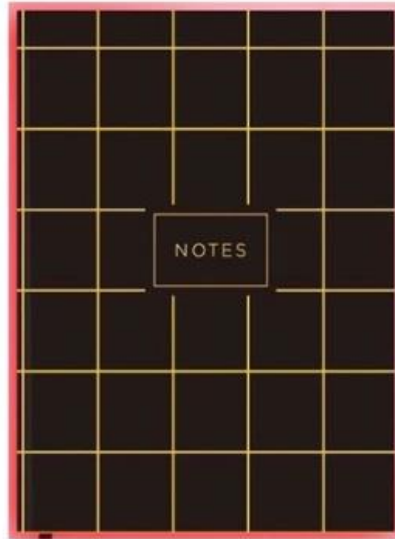
Ilustrasi desain cover Quotes



Ilustrasi desain cover Girl



Ilustrasi desain cover Pattern



Pada tabel dibawah terdapat 9 kombinasi atribut (stimuli) dari produk buku catatan (notebook). Dari 9 stimuli yang ada, responden diharapkan dapat memberikan ranking 9 stimuli dibawah mulai dari yang paling diinginkan hingga paling tidak diinginkan. Pemberian nomor dalam meranking dimulai dari angka 1 untuk stimuli yang paling diinginkan hingga angka 9 untuk stimuli yang paling tidak diinginkan.

STIMULI	HARGA	UKURAN	JUMLAH LEMBAR	KONTEN KERTAS	JENIS COVER	JILID PINGGIR	DESAIN COVER	RANKING
1	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Hard	Polos	Quotes	
2	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Quotes	
3	30.001 - 40.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Quotes	
4	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Hard	Polos	Pattern	
5	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Pattern	
6	30.001 - 40.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Pattern	
7	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Hard	Polos	Girl	
8	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Girl	
9	30.001 - 40.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Girl	

Contoh Pengisian Tabel

STIMULI	HARGA	UKURAN	JUMLAH LEMBAR	KONTEN KERTAS	JENIS COVER	JILID PINGGIR	DESAIN COVER	RANKING
1	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Hard	Polos	Quotes	4
2	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Quotes	5
3	30.001 - 40.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Quotes	7
4	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Hard	Polos	Pattern	1
5	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Pattern	3
6	30.001 - 40.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Pattern	9
7	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Hard	Polos	Girl	8
8	70.001 - 80.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Girl	2
9	30.001 - 40.000	A5	≥ 80 lembar	Polos+Bergaris+Agenda	Soft	Polos	Girl	6

Stimuli paling diinginkan

Stimuli paling tidak diinginkan

Untuk stimuli Nomor 1, urutan ranking ke berapa yang akan Anda berikan? (Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli Nomor 2, urutan ranking ke berapa yang akan Anda berikan? (Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli Nomor 3, urutan ranking ke berapa yang akan Anda berikan? (Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli Nomor 4, urutan ranking ke berapa yang akan Anda berikan? (Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli Nomor 5, urutan ranking ke berapa yang akan Anda berikan? (Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli Nomor 6, urutan ranking ke berapa yang akan Anda berikan? (Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli Nomor 7, urutan ranking ke berapa yang akan Anda berikan?  
(Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli Nomor 8, urutan ranking ke berapa yang akan Anda berikan?  
(Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli Nomor 9, urutan ranking ke berapa yang akan Anda berikan?  
(Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Setelah Anda memberikan ranking dari ke-9 stimuli diatas, seberapa besar keinginan Anda untuk membeli produk tersebut berdasarkan ranking 1, 2, dan 3 menggunakan skala 1 (tidak menginginkan) sampai 100 (sangat menginginkan)?

<b>Stimuli Ranking</b>	<b>Skala (1-100)</b>
1 (Pertama)	
2 (Kedua)	
3 (Ketiga)	

Untuk stimuli dengan ranking 1 berdasarkan pilihan Anda, seberapa besar keinginan Anda untuk membeli produk tersebut? (Jawab dengan angka) \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli dengan ranking 2 berdasarkan pilihan Anda, seberapa besar keinginan Anda untuk membeli produk tersebut? \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Untuk stimuli dengan ranking 3 berdasarkan pilihan Anda, seberapa besar keinginan Anda untuk membeli produk tersebut? \*

Jawaban Anda \_\_\_\_\_

Kembali

Kirim





Lampiran 4. Hasil Identitas Responden Kuesioner *Conjoint Analysis*

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jenis Pekerjaan	T.Pendidikan Terakhir	Pendapatan	Pernah memiliki	Kebutuhan
1	Christina	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
2	Stephanie Rani S	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
3	Nana	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
4		23-26 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 2.500.001- Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
5	Chika	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
6	Vivian	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
7	Antonius Fajar P	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi
8	Inggrid Rosalia S	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
9	Adris	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
10	Wahyu Candra Buana	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
11	Yohanes	23-26 th	Pria	Karyawan Swasta	S1	Rp 2.500.001- Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
12	Datu	19-22	Pria	Mahasiswa	SMA	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi



		th						
13	Dony Enggal	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pemberian
14	Rinto	23-26 th	Pria	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
15	Dinda	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
16	Egi	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
17		19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
18	Gracia Yosephine M	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
19	Meinadia	27-30 th	Wanita	Wiraswasta	S2	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
20	Eduardus Ardian T	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
21	Bondan	27-30 th	Pria	Wiraswasta	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pemberian
22	Laurentia	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	S1	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
23	Juliani	> 30 th	Wanita	Wiraswasta	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
24	Christian	15-18 th	Pria	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
25	Rivelino	15-18 th	Pria	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pemberian

26	Oci	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
27	Cynthia Dewi	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
28		19-22 th	Wanita	Karyawan Swasta	S1	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
29	Adi Ageng	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
30	Hanna	23-26 th	Wanita	Karyawan Swasta	S2	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi
31	Christiana Asmarani	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
32	Astri Malaha	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	S1	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
33	Sara Putri Engko	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
34	Putri	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
35	Caca	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
36	Pricillia	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
37		27-30 th	Wanita	Freelance	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
38	Yudha	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pemberian

39	Betty	23-26 th	Wanita	Karyawan Swasta	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
40		23-26 th	Pria	Freelance	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
41	Dias	23-26 th	Pria	Karyawan Swasta	S2	>Rp 3.000.000	Pernah	Pemberian
42	Glenn	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi
43	Nina	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi
44	Vani	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
45	Birgita	19-22 th	Wanita	Freelance	S1	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi
46	Stefanie	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
47	Elsa natashya	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
48	Yasmin	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- RP 2.000.000	Pernah	Pribadi
49		23-26 th	Wanita	Freelance	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
50	Michelle clarissa	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
51	Gilang	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
52	Sena	23-26 th	Wanita	Wiraswasta	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian

53	Lala	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi
54	Jesika	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
55	Tika	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
56	Mikha Sinaga	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi
57	Tania	23-26 th	Wanita	Karyawan Swasta	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
58	Cindy	23-26 th	Wanita	Mahasiswa	S1	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
59	Jeane	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	S1	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
60	Karina	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
61	Nurul khofifah	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
62	Kadek Adinda Dwi	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi
63	Aryani	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
64	Aida Trieva Kirana	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
65	Ilham Syahban	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pemberian

	di							
66	Pramudito	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
67	Siti Alfiah	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	RP 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
68	Sri Lindawati	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
69	Fatma Sally Taorisa	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
70	Asti Dian Hapsari	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
71	Cynthia Paramitha	19-22 th	Wanita	Karyawan Swasta	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
72	Via Aprilia Nurrofa	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	Diploma	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
73	Panca Ratna Ariani	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
74	Ayu Yusup	23-26 th	Wanita	Freelance	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
75	Omega Nilam	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
76	Nuraini Krisdyaningsih	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	S1	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi

77	Suriawati	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	Diploma	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
78	Junita Putri	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
79	Aletheia Chandra Handoyo	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
80	Erlinda	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
81	Rama Paramas wara	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
82	Nico Putra	15-18 th	Pria	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pemberian
83	Dellanisa Aryani	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
84	Chelsia Renata	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
85	Mutiara Aschi	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
86	Angie	19-22 th	Wanita	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
87	Galih Ingsun Hadi	19-22 th	Pria	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pemberian
88	Laya Syafura	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
89	Novida	19-22	Wanita	Mahasiswa	Diploma	Rp 1.500.001-	Pernah	Pribadi

	Fatma Dewita	th				Rp 2.000.000		
<b>90</b>	Ariz Naini A	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
<b>91</b>	Yessita	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
<b>92</b>	Kezia	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	RP 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
<b>93</b>	Agatha	27-30 th	Wanita	Karyawan Swasta	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
<b>94</b>	Tera	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	S1	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi
<b>95</b>	Grace Novita	27-30 th	Wanita	Karyawan Swasta	Diploma	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi
<b>96</b>	Syifa Andriani	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
<b>97</b>	Dita Rahardjo	19-22 th	Wanita	Freelance	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
<b>98</b>	Gladys	23-26 th	Wanita	Karyawan Swasta	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
<b>99</b>	Sekar Wangi	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
<b>100</b>	Stefany Tasya	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	Rp 1.500.001- Rp 2.000.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian

Kuesioner Error

1	Dita	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
2	Christy	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
3		19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi
4	Iga Trianawati	15-18 th	Wanita	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pribadi
5	Ringga	23-26 th	Wanita	Wiraswasta	S1	>Rp 3.000.000	Pernah	Pemberian
6	Mayang Novita Maharani	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi
7	Nico Putra	15-18 th	Pria	Pelajar	SMP	<Rp 1.000.000	Pernah	Pemberian
8	Yuni Nuraeni Parinduri	23-26 th	Wanita	Mahasiswa	S1	Rp 2.000.001- Rp 2.500.000	Pernah	Pribadi dan Pemberian
9	Yessita	19-22 th	Wanita	Mahasiswa	SMA	Rp 1.000.000- Rp 1.500.000	Pernah	Pribadi



Lampiran 5. Hasil Ranking Stimuli dan Keinginan Responden Kuesioner *Conjoint Analysis*

Responden	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	R 1	R 2	R 3
1	2	5	8	3	6	9	1	4	7	100	90	85
2	1	7	3	2	8	4	5	9	6	100	85	50
3	1	7	4	2	8	6	3	9	5	100	80	60
4	9	4	1	5	7	3	8	6	2	100	80	70
5	2	7	6	3	9	8	1	4	5	100	80	75
6	2	5	7	1	4	6	3	8	9	100	80	70
7	1	4	3	5	6	2	9	8	7	85	75	70
8	1	7	4	2	8	5	3	9	6	90	70	60
9	1	7	4	3	8	5	2	9	6	90	85	80
10	2	7	5	1	4	6	3	9	8	85	80	75
11	1	7	4	2	8	5	3	9	6	85	75	70
12	5	8	9	1	4	7	2	3	6	95	85	85
13	3	5	1	4	6	2	9	8	7	95	85	80
14	3	6	9	1	4	7	2	5	8	90	75	70
15	3	6	9	1	4	7	2	5	8	95	85	80
16	2	9	6	3	8	5	1	7	4	95	90	80
17	2	8	5	3	9	6	1	7	4	87	79	70
18	2	6	5	3	7	4	1	8	9	90	85	80
19	1	4	7	3	6	8	2	5	9	90	70	60
20	2	8	5	1	7	4	3	9	6	90	88	85
21	1	4	7	2	5	8	3	6	9	90	80	70
22	2	5	8	3	6	9	1	4	7	100	90	85
23	1	4	7	3	6	9	2	5	8	100	95	85

24	2	5	8	1	4	7	3	6	9	95	85	80
25	1	4	7	2	5	8	3	6	9	90	85	80
26	4	7	1	6	9	3	5	8	2	95	75	55
27	4	7	3	5	2	1	6	8	9	80	70	50
28	6	8	7	9	2	3	1	4	5	60	55	50
29	1	3	4	5	7	6	2	8	9	70	60	50
30	1	8	4	3	9	6	2	7	5	85	75	70
31	4	3	5	1	6	7	2	8	9	97	90	89
32	1	4	5	3	8	9	2	6	7	85	70	65
33	3	8	9	2	6	7	1	4	5	95	85	75
34	2	4	5	9	7	8	1	3	6	95	85	70
35	5	1	4	9	2	8	6	3	7	90	80	70
36	3	9	6	1	7	4	2	8	5	95	85	75
37	1	2	3	7	8	9	4	5	6	85	75	70
38	1	4	7	2	5	8	3	6	9	85	78	70
39	2	8	5	3	9	6	1	7	4	100	90	80
40	8	3	4	7	1	2	9	5	6	90	80	70
41	2	5	8	1	4	7	3	6	9	87	80	70
42	1	3	5	2	4	6	7	8	9	90	85	80
43	9	8	4	7	6	3	5	2	1	80	70	60
44	9	1	8	6	3	7	5	2	4	90	80	70
45	2	5	8	3	6	9	1	4	7	100	90	80
46	2	8	5	3	9	6	1	7	4	100	95	90
47	1	4	5	2	6	7	3	8	9	97	88	80
48	8	5	7	9	4	6	2	1	3	85	80	75

49	1	3	4	2	5	6	9	7	8	85	75	60
50	3	6	9	2	5	8	1	4	7	100	95	90
51	2	5	8	1	4	7	3	6	9	85	75	60
52	3	4	6	1	2	5	8	7	9	85	80	70
53	3	5	6	1	4	7	2	9	8	90	75	65
54	8	6	7	5	4	9	1	2	3	85	70	60
55	3	4	8	5	6	9	1	2	7	90	85	80
56	1	4	7	3	6	9	2	5	8	85	80	75
57	2	8	5	3	9	6	1	7	4	90	80	70
58	5	9	6	3	8	4	1	7	2	85	75	70
59	2	5	8	3	6	9	1	4	7	95	90	85
60	3	6	9	1	4	7	2	5	8	85	80	70
61	1	4	7	3	6	9	2	5	8	90	80	70
62	2	8	5	1	7	4	3	9	6	100	95	85
63	2	5	8	3	6	9	1	4	7	95	85	75
64	1	7	4	3	9	6	2	8	5	90	80	75
65	3	9	6	2	8	5	1	7	4	100	90	80
66	1	4	7	3	6	9	2	5	8	85	75	70
67	1	4	6	2	5	7	3	8	9	90	80	70
68	1	4	7	3	6	9	5	2	8	100	95	85
69	3	6	9	2	5	8	1	4	7	90	85	75
70	2	8	5	3	9	6	1	7	4	95	85	75
71	3	9	6	1	7	4	2	8	5	100	90	80
72	2	5	8	3	6	9	1	4	7	90	85	80
73	1	7	4	2	8	5	3	9	6	95	85	75

74	3	9	6	2	8	5	1	7	4	95	90	85
75	2	5	8	1	4	7	3	6	9	90	80	70
76	1	4	7	3	6	9	2	5	8	100	90	80
77	1	4	7	2	5	8	3	6	9	88	80	75
78	3	9	6	2	8	5	1	7	4	100	90	85
79	4	5	6	7	8	9	1	2	3	95	85	75
80	1	3	2	7	9	8	4	6	5	100	90	85
81	1	4	7	3	6	9	2	5	8	95	85	75
82	1	5	2	3	6	4	7	9	8	90	85	80
83	1	7	4	3	9	6	2	8	5	100	95	85
84	1	4	7	3	6	9	2	5	8	90	80	70
85	2	5	8	3	6	9	1	4	7	100	90	80
86	3	6	9	2	5	8	1	4	7	95	80	70
87	1	3	2	7	9	8	4	6	5	100	90	80
88	2	8	5	1	7	4	3	9	6	88	78	68
89	1	4	7	3	6	9	2	5	8	95	85	75
90	1	7	2	5	9	6	3	8	4	85	80	75
91	2	5	8	3	6	9	1	4	7	90	80	70
92	5	4	3	6	2	1	9	8	7	90	80	60
93	1	4	7	2	5	8	3	6	9	100	90	80
94	2	8	5	3	9	6	1	7	4	80	70	60
95	4	6	5	7	9	8	1	3	2	85	75	65
96	8	2	3	5	1	4	6	9	7	85	80	70
97	9	8	5	7	6	4	2	1	3	90	75	65
98	3	5	9	1	2	7	6	4	8	80	75	65

<b>99</b>	3	1	2	6	5	4	9	8	7	95	85	70
<b>100</b>	9	4	3	8	6	5	1	2	7	85	80	70

Kuesioner Error

<b>1</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	80	80	80
<b>2</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	75	78	80
<b>3</b>	2	9	7	3	6	5	1	4	7	100	95	85
<b>4</b>	3	8	5	2	7	6	1	7	4	90	80	75
<b>5</b>	1	7	4	2	9	1	3	8	5	95	80	70
<b>6</b>	2	4	1	3	6	3	8	5	7	100	90	80
<b>7</b>	1	7	2	8	9	6	2	3	5	100	95	85
<b>8</b>	9	4	7	3	4	1	2	5	8	95	88	80
<b>9</b>	2	3	8	9	6	5	1	9	7	95	85	75

## Lampiran 6. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Offline

