

ABSTRAK

Mobil merupakan salah satu jenis kendaraan yang memudahkan akomodasi manusia maupun barang untuk berpindah dari tempat satu ke tempat yang lain. Dari masa ke masa, permintaan mobil semakin meningkat yang menyebabkan para produsen mobil berlomba-lomba untuk menciptakan mobil dengan berbagai jenis dan model. Salah satunya adalah mobil *hatchback* yang pada awal kedatangannya di Indonesia mendapat sambutan baik dan meraih puncak kejayaannya pada tahun 2012 dengan total penjualan mencapai 73.196 unit. Namun masa kejayaan tersebut berlangsung singkat, tercatat di tahun-tahun berikutnya yaitu mulai dari tahun 2013 sampai tahun 2018 penjualan mobil *hatchback* terus mengalami penurunan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kombinasi atribut dari mobil *hatchback* yang dapat menghasilkan nilai *customer value index* tertinggi dan dapat diketahui *value driver* mobil *hatchback*. Atribut pada penelitian ini yaitu tenaga mesin, tampilan, fitur keselamatan, efisiensi bahan bakar, perangkat elektronik, dan harga.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis konjoin. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 402 orang yang pernah memiliki atau sedang memiliki mobil *hatchback*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai *customer value index* tertinggi didapat pada kombinasi atribut tenaga mesin tinggi, tampilan yang menarik, efisiensi bahan bakar tinggi, dan harga yang rendah dengan *trade off* fitur keselamatan rendah dan perangkat elektronik yang rendah. *Value driver* pada penelitian ini adalah efisiensi bahan bakar.

Saran dari penelitian ini untuk para produsen mobil *hatchback* agar menjadikan efisiensi bahan bakar menjadi fokus utama dalam mengembangkan atau menciptakan mobil *hatchback*, karena konsumen menginginkan mobil *hatchback* yang irit atau memiliki efisiensi bahan bakar yang tinggi.

Kata kunci: *Customer Value Index*, Konjoin, Mobil *Hatchback*.