

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap sepeda motor *sport* Kawasaki di Kota Bandung pada Tahun 2014. Objek penelitian ini adalah sepeda motor *sport* Kawasaki yang terdiri dari multi atribut yaitu: kapasitas mesin, tipe mesin, harga, kredit, desain bodi sepeda motor, keandalan kinerja sepeda motor, dan kualitas *sparepart*. Penelitian ini mengkaji atribut-atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih sepeda motor *sport* Kawasaki dan juga dapat memberikan suatu rekomendasi bagi perusahaan-perusahaan terkait guna menawarkan produk sepeda motor *sport* yang diinginkan oleh konsumen.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konjoin (*conjoint*). Analisis konjoin adalah analisis yang paling umum digunakan untuk diterapkan terhadap market riset dan studi pengembangan produk dengan tujuan memperoleh skor kegunaan (*utility*) dan skor kepentingan (*importance*). Sehingga dari skor tersebut dapat ditarik kesimpulan tentang apa saja yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih sebuah produk. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 orang responden di Kota Bandung.

Hasil dari penelitian ini adalah diperolehnya skor kepentingan dan taraf yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap sepeda motor *sport* Kawasaki di Kota Bandung Tahun 2014. Atribut tertinggi adalah kapasitas mesin (27,63%) dengan taraf 250cc-650cc (0,309). Kedua adalah atribut harga (21,78%) dengan taraf < Rp. 30 juta (0,243). Ketiga adalah atribut desain bodi sepeda motor (15,55%) dengan taraf *Full Fairing* (0,100). Keempat adalah Kualitas *sparepart* (14,05%) dengan taraf tidak mudah rusak, *sparepart* mahal (0,159). Kelima adalah tipe mesin (9,45%) dengan taraf 4 tak (0,107). Keenam adalah kredit (6,61%) dengan taraf DP ringan, Cicilan mahal (0,075). Ketujuh adalah keandalan kinerja sepeda motor (4,93%) dengan taraf dapat mencapai kecepatan maksimal (0,056). Hasil-hasil tersebut diperoleh dengan pengolah data melalui SPSS 20.

Hasil preferensi tersebut dapat digunakan oleh produsen sepeda motor *sport* Kawasaki sebagai pertimbangan dalam menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan pasar. Jika keinginan konsumen tersebut sulit untuk dipenuhi karena tidak sesuai dengan keadaan pasar yang sebenarnya, produsen juga dapat melakukan inovasi produk berdasarkan atribut yang diprioritaskan oleh konsumen berdasarkan nilai utilitas yang menunjukkan preferensi dan nilai kepentingan yang menunjukkan besarnya minat terhadap atribut. Penyesuaian produk dengan preferensi konsumen akan mendukung konsumen dalam mencapai keputusan pembelian akhir.

Kata kunci : *sepeda motor sport Kawasaki, Preferensi Konsumen, dan Analisis Konjoin*