

ABSTRAK

Monze Leather merupakan suatu usaha mikro yang bergerak dibidang industri kerajinan kulit yang berbasis di kota Bandung. Monze Leather memiliki beberapa produk, diantaranya adalah identity holder, card holder, ikat pinggang, dan dompet. Yang menjadi fokus produk pada Monze Leather adalah identity holder.

Preferensi konsumen menjadi hal yang penting dalam proses pengambilan keputusan, termasuk bagi konsumen Monze Leather serta berbagai pihak terkait yang beroperasi di dalam bidang *fashion accesories*. Penelitian ini menggunakan metode *conjoint analysis* yang bertujuan untuk mengetahui terkait preferensi konsumen terhadap atribut apa saja yang dianggap penting dalam pembelian *identity holder* di Monze Leather. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober sampai bulan Juni 2020 di wilayah kota Bandung. Penelitian survei menggunakan kuisisioner yang disebar kepada 100 responden sesuai kriteria yang telah ditetapkan yakni responden yang sudah pernah membeli produk *identity holder* di Monze Leather. Atribut produk yang diamati terdiri dari harga, model, warna, fitur, dan material, lalu menemukan kombinasi atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Hasil dari penelitian ini yaitu terbentuk kombinasi atribut yaitu harga “Rp 75.000 – Rp 99.000”, warna “Kulit Asli”, model “Magnet Jepit”, fitur “Multifungsi dengan RFID”, dan material “Kulit Suede”.

Kata Kunci: Conjoint, Preferensi Konsumen, Atribut, Monze Leather.