

ABSTRAK

Groweed merupakan salah satu industri yang bergerak dibidang *fashion* yang didirikan pada tahun 2016 yang berlokasi di Jl. Riung purna 1 no. 20 Kota Bandung. Produk yang ditawarkan oleh Groweed saat ini terdiri dari kaus, celana chino, celana cargo, dan celana jogger. Groweed dipromosikan melalui instagram dan *word of mouth*. Masalah yang dihadapi Groweed adalah tidak tercapai target penjualan. Pada tugas akhir ini bertujuan untuk mengidentifikasi kombinasi atribut dan *level* atribut yang dianggap penting oleh konsumen, membandingkan atribut dan *level* atribut yang dimiliki chino Groweed dengan preferensi konsumen, dan merekomendasikan perbaikan produk yang tepat untuk meningkatkan jumlah penjualan. Kuesioner disebarakan secara *online* kepada konsumen yang sudah pernah menggunakan produk chino Groweed dan dikumpulkan sebanyak 160 responden. Untuk mengetahui preferensi konsumen metode yang digunakan adalah *conjoint analysis*. Setelah melalui hasil pengolahan data, atribut yang menjadi preferensi konsumen yaitu atribut model dengan *level* atribut Regular fit, atribut bahan dengan *level* atribut katun stretch, atribut motif dengan *level* atribut polos, atribut warna dengan *level* atribut satu warna, dan atribut harga dengan *level* atribut <Rp100.000 dan Rp100.000 – Rp200.000. Preferensi konsumen tersebut akan dijadikan rekomendasi kepada pihak Groweed.

Kata kunci : Chino Groweed, Conjoint Analysis, Preferensi