

ABSTRAK

Upitpita.hijab adalah UMKM yang bergerak di bidang *fashion*, khususnya hijab, yang berlokasi di Tangerang, Banten, yang berdiri pada tahun 2016. Upitpita.hijab berencana meluncurkan produk hijab terbaru yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Berdasarkan analisis pasar dan umpan balik dari konsumen, hijab instan akan menghadirkan inovasi dalam material, desain, serta kemudahan pemakaian, khususnya untuk muslimah yang menginginkan tampilan yang elegan namun tetap sederhana dan cepat dalam penggunaannya. Upitpita.hijab akan meluncurkan produk hijab instan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang produk hijab instan yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen menggunakan metode *Conjoint Analysis*.

Dalam penelitian ini, lima atribut utama telah dipilih untuk diuji, yaitu model, bahan, warna, ukuran hijab, dan kualitas jahitan. Masing-masing atribut memiliki beberapa level yang akan diuji untuk menentukan kombinasi yang paling disukai oleh konsumen. Data dikumpulkan melalui survei *online* yang melibatkan 160 responden, yang merupakan konsumen yang telah membeli hijab instan. Responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap 16 kombinasi atribut yang telah dirancang menggunakan skala likert 1 hingga 4. Hasil dari survei ini diolah menggunakan perangkat lunak SPSS 27.0 untuk menentukan preferensi konsumen terhadap masing-masing atribut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai hijab instan dengan model pashmina dan segitiga, bahan *cerutty* premium atau tencel dan warna-warna lembut seperti *soft* dan *deep*. Selain itu, ukuran hijab standar dan kualitas jahitan hijab yang premium juga menjadi pilihan utama konsumen. Atribut warna dan bahan memiliki tingkat kepentingan tertinggi dalam menentukan preferensi konsumen, diikuti oleh atribut model, ukuran hijab, dan kualitas jahitan. Terdapat perbedaan antara atribut produk hijab yang saat ini ditawarkan oleh Upitpita.hijab dengan preferensi konsumen yang ditemukan dalam penelitian ini. Untuk memenuhi preferensi konsumen, Upitpita.hijab disarankan untuk memperkenalkan variasi baru dalam bahan, warna, model, dan kualitas jahitan yang sesuai dengan hasil penelitian. Implementasi rekomendasi ini diharapkan dapat

meningkatkan kepuasan konsumen dan, pada akhirnya, memperbaiki penjualan produk hijab Upitpita.hijab.

Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi perancangan yang komprehensif dan dapat diterapkan dalam strategi pengembangan produk Upitpita.hijab ke depan. Dengan mengintegrasikan hasil preferensi konsumen ke dalam proses produksi dan pemasaran, Upitpita.hijab diharapkan dapat mengatasi penurunan penjualan dan memperkuat posisinya di pasar *fashion* hijab.

Kata kunci – **Hijab, Atribut, *Conjoint Analysis*, Preferensi Konsumen**