

ABSTRAK

Industri *fashion* Indonesia saat ini sedang berkembang pesat terutama untuk produk *fashion* pria. Schouten merupakan *local brand* yang dimulai sejak 2019, menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan produk kemeja, yang terlihat dari penurunan pada *average sales growth*, yaitu 83,79% antara 2023 dan 2024. Penurunan ini terjadi karena produk kemeja yang dijual kurang sesuai dengan preferensi konsumen. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang perbaikan produk kemeja Schouten berdasarkan preferensi konsumen dengan menggunakan metode *Conjoint Analysis*, metode ini membantu untuk mengidentifikasi atribut produk yang paling penting bagi konsumen dan menentukan kombinasi atribut yang paling disukai. Pada tugas akhir ini melibatkan sebanyak 158 responden merupakan konsumen Schouten yang telah membeli dan menggunakan kemeja Schouten lebih dari tiga kali. Dari hasil tugas akhir ini didapatkan *output* yang menyatakan bahwa atribut warna menjadi atribut terpenting menurut preferensi konsumen, kemudian diikuti oleh atribut motif, bahan, harga, cuttingan, dan model kerah memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Adapun perbaikan atribut dan level atribut yang dihasilkan antara lain penambahan dan memperluas variasi warna *deep* dan *soft* serta motif polos dan stripe, dengan cuttingan regular fit dan *oversize*, pemilihan bahan katun Toyobo dan yarn dyed, serta penyesuaian harga dalam dua kategori yaitu, ekonomis (<Rp100.000) dan premium (Rp150.001–Rp250.000). Salah satu kombinasi atribut yang paling sesuai dengan preferensi konsumen pada tugas akhir ini ditunjukkan oleh *plan card* nomor 17, yang terdiri dari motif *stripe*, bahan yarn dyed, warna *deep*, cuttingan regular fit, kerah Shanghai, dan harga <Rp100.000. Kombinasi ini memberikan nilai utilitas positif secara keseluruhan dan direkomendasikan sebagai prioritas dalam pengembangan produk kemeja Schouten, karena paling mencerminkan preferensi dan kebutuhan konsumen terhadap produk kemeja Schouten. Dengan adanya perbaikan ini, diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk dan membantu meningkatkan *average sales growth* Schouten.

Kata Kunci: *Conjoint Analysis*, Preferensi Konsumen, Produk Kemeja, Schouten, Atribut Produk.