

TUGAS AKHIR

ANALISIS MENENTUKAN MODEL INTERIOR MOBIL ISUZU PANTHER TERHADAP MINAT KONSUMEN DENGAN KONJOIN DI PT. GAYA MOTOR

**Di ajukan untuk memenuhi Syarat Untuk Menyelesaikan Program
Strata Satu (S1) Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri**

Oleh :

Andri Ismawan

05220020



**TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2010**

LEMBAR PENGESAHAN / PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**ANALISIS MENENTUKAN MODEL INTERIOR MOBIL ISUZU PANTHER
TERHADAP MINAT KONSUMEN DENGAN KONJOIN
DI PT. GAYA MOTOR**

Oleh :

Nama : Andri Ismawan

NIM : 05220020

Mengetahui :

Pembimbing / Ketua Jurusan Tugas Akhir

(Ir. Atik Kurnianto M.Eng)



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2010**

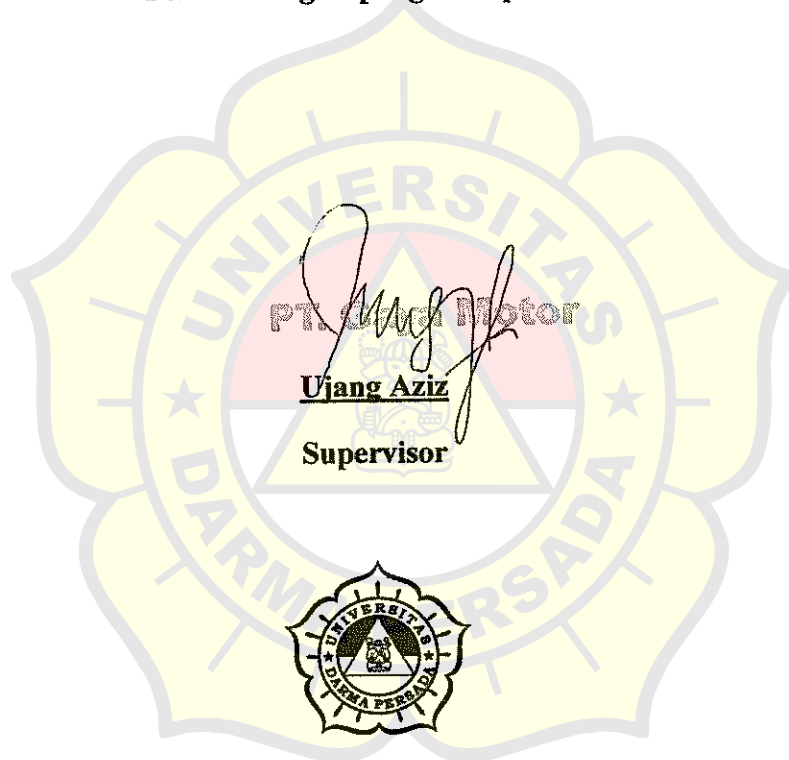
DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PT. GAYA MOTOR

OLEH :



Muhamad Fadilah

Pembimbing Lapangan Dept.PPC



FAKULTAS TEKNIK

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2019

LEMBAR PERNYATAAN



ANALISIS MENENTUKAN MODEL INTERIOR MOBIL ISUZU PANTHER TERHADAP MINAT KONSUMEN DENGAN KONJOIN DI PT. GAYA MOTOR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andri Ismawan

NIM : 05220020

Fakultas : Teknik

Jurusan : Teknik Industri

Menyatakan bahwa TA atau SRIPSI ini adalah benar hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah. Penelitian ini berdasarkan pada buku-buku literatur yang sesuai dengan referensi yang tercantum dalam Daftar Pustaka.

Demikian pernyataan ini dibuat sebenar-benarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2010



(Andri Ismawan)

ABSTRAK

Era pasar kompetitif menuntut untuk memahami kebutuhan pasar dan menggunakan informasi yang diperoleh melalui penelitian untuk memperbaiki kualitas. Daya kompetisi penyelenggaraanya ditentukan oleh kemampuan mengakomodasi nilai-nilai konsumen sesungguhnya kedalam produk-produk yang dijual. PT. Gaya Motor berkonsentrasi pada satu jenis produk mobil yaitu ISUZU PANTHER, yang selalu melakukan (*imprufmant*) menemukan ide-ide baru dalam trand yang sedang diminati oleh konsumen pengguna kendaraan roda empat. Salah satu perbaikan yang sering dilakukan adalah bagaimana merancang spesifikasi interior mobil yang paling diminati oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan menentukan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pemilihan interior mobil dan mengetahui preferensi konsumen terhadap produk interior berdasarkan spesifikasi yang dimilikinya, dengan analisis konjoin. Teori metode ini cukup berhasil dan mempunyai cara terapan yang diakui hasilnya.

Analisis konjoin yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan software SPSS 13, yaitu analisis dilakukan secara individual dan agregat, dengan metode presentasi full-profile karena menyerupai keadaan pasar. Data yang dikumpulkan terdiri dari komponen/faktor beserta levelnya, terhadap kombinasi komponen interior sesuai dengan preferensinya, yang semuanya diperoleh melalui penyebaran kuesioner khususnya pemakai produk ini. Sampel diambil secara purposif sampling sebanyak 100 responden dengan taraf signifikansi 5% dan r-tabel product moment 0,202.

Interpretasi hasil secara individu dengan perhitungan manual yang diambil untuk responden ke-1 responden menilai berdasarkan tingkat kepentingan adalah Sid(jok) yang paling banyak diminati untuk dipertimbangkan sebesar (29,74%), dan Head Unit (2,96%) nilai terendah. Interpretasi yang didapat dari analisis konjoin preferensi seluruh responden didapatkan tingkat kepentingan menurut responden terhadap komponen/faktor interior mobil Isuzu Panther paling diminati komponen Sid(jok) sebesar (20,19% dengan level warna cream) dan yang menjadi pertimbangan terakhir adalah Audio dengan tingkat kepentingan paling rendah yaitu (13,21% dengan level sterlo).

Berdasarkan pengolahan dan analisis yang dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa dari 10 faktor/komponen hasil penelitian pendahuluan terdapat 6 komponen diatas nilai (mean) dianggap penting oleh konsumen yaitu Head Unit (4,6), Sid (4,13), Dashboard (4,06), Audio (4,03), Pasive Safety (3,96), dan Trimpad (3,83). Sedangkan hasil kombinasi komponen produk Interior Mobil Isuzu Panther yang paling dominan disukai adalah Sid/jok (Warna Cream), Pasive Safety (Safety Belt), Trimpad (Nature), Dashboard (Standar), Head Unit (DVD) dan Audio (Sterio) tingkat kepentingan terendah disukai konsumen.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan mengucapkan rasa syukur kehadiran yang telah memberikan rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini .

Dengan penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk mengikuti syarat kelulusan Sarjana Strata 1 (S-1). Program studi Teknik Industri guna mencapai gelar Sarjana Teknik di Universitas Darma Persada. Adapun Judul Tugas Akhir ini yang penulis ajukan adalah sebagai berikut :

“ANALISIS MENENTUKAN MODEL INTERIOR MOBIL ISUZU PANTHER TERHADAP MINAT KONSUMEN DENGAN KONJOIN DI PT. GAYA MOTOR”.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam isi maupun dalam penulisannya. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk penulisan yang lebih baik.

Pada kesempatan ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada pihak yang telah membantu sehingga tersusunnya tugas ini, baik secara materil maupun secara moril, yaitu Kepada :

1. Bapak Ir. Atik Kurnianto, M.Eng, selaku Pembimbing dan Ketua Jurusan Teknik Manajemen Industri, Fakultas Teknik Universitas Darma Persada.
2. Bapak Ir. Herman Noor, ME, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Darma Persada.
3. Para staf dan Karyawan PT. Gaya Motor khususnya bagian *Material Control* dan PPC yang turut meluangkan waktunya dalam memberikan pengarahan kepada penulis.
4. Kedua Orang tua, Kakak dan Adik penulis yang telah memberikan dorongan yang sangat berharga baik berupa spirit maupun materi serta doanya.
5. Teman-teman yang telah memberikan dorongan serta bantuannya yang gak bisa saya sebutkan satu-persatu tanpa mengurangi rasa hormat, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi diri penulis dan pada umumnya untuk pembaca. Atas segala perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, Agustus 2010

Penulis

(Andri Ismawan)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.5 Metodologi Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Sistem Manufaktur Modern	8
2.2. Model Pengambilan Keputusan	10
2.2.1 Definisi Model	10
2.2.2 Kegunaan Model	12
2.2.3 Komponen-komponen Utama Persoalan	

Keputusan	12
2.3. Inovasi	13
2.3.1 Devinisi Inovasi	13
2.3.2 Tujuh Sumber Peluang Inovasi	14
2.3.3 Ketidakserasian	15
2.3.4 Peluang	17
2.3.5 Prinsip Inovasi	17
2.4 Tahap Demi Tahap Pengembangan Dari Inovasi	
Produk Industri	21
2.5 Perspektif Dalam Pengembangan Produk	23
2.5.1 Perspektif Perusahaan	24
2.5.2 Perspektif Pelanggan	25
2.5.3 Perspektif Tim	26
2.6 Sasaran Dalam Pengembangan Produk	26
2.6.1 Pengembangan Produk Dengan Pendekatan Ergonomi	26
2.6.2 Mengapa Mengembangkan Produk Baru	27
2.6.3 Produk Baru	28
2.6.4 Tujuan Produk	30
2.6.5 Variasi Produk	30
2.6.6 Strategi Produk Dan Pasar	31
2.6.7 Fokus Pasar	32
2.6.7.1 Kebutuhan Informasi	32

2.6.7.2	Teknik Pengumpulan Data	36
2.6.7.2.1	Pengenalan	36
2.6.7.2.2	Riset Meja	36
2.6.7.2.3	Wawancara	36
2.6.7.2.4	Kelompok	37
2.6.7.2.5	Observasi	37
2.6.8	Spesifikasi Produk	40
2.7	Konjoin	42
2.7.1	Definisi Konjoin	42
2.7.2	Tujuan Analisis Konjoin	43
2.7.3	Manfaat Analisis Konjoin	45
2.7.4	Tahapan Analisis Konjoin	45
2.7.5	Langkah-langkah Melakukan Analisis Konjoin Dengan Menggunakan SPSS 13.0 ..	46
2.7.6	Interprestasi Hasil Konjoin Secara Manual	56
2.8	Sampel	56
2.8.1	Teknik Sampling	56
2.8.2	Ukuran Sampel	58
2.9.	Mobil	59
2.9.1	Sejarah	59
2.9.2	Bagian Utama Mobil	59

BAB III	KERANGKA PEMECAHAN MASALAH	60
3.1	Langkah-Langkah Pemecahan Masalah	60
3.1.1	Studi Pendahuluan.....	60
3.1.2	Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian	62
3.1.3	Pengumpulan Data	62
3.1.4	Pengolahan Data	63
3.1.4.1	Penentuan Komponen Interior mobil .	63
3.1.4.2	Membuat Kuesioner Pendahuluan ...	63
3.1.4.3	Pretest Kuesioner Pendahuluan	64
3.1.4.4	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.	64
3.1.4.5	Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	64
3.1.4.6	Uji Coba Kuesioner Pendahuluan	65
3.1.4.7	Pemilihan Metode Analisis Konjoin ...	65
3.1.4.8	Pemilihan Metode Presentasi	65
3.1.4.9	Pembentukan Kombinasi (Stimuli) ...	65
3.1.4.10	Membuat Kuesioner Utama	66
3.1.4.11	Pretes Kuesioner Utama	66
3.1.4.12	Penyebaran Kuesioner Utama	66
3.1.4.13	Pengumpulan Kuesioner Utama	67
3.1.4.14	Uji Coba Kuesioner Utama	67
3.1.4.15	Pengolahan Data Dengan Analisis	

Konjoin	67
3.1.4.16 Interpretasi Hasil	67
3.2. Kerangka Pemecahan Masalah.....	68
BAB IV PENGUMFULAN DAN PENGOLAHAN DATA	70
4.1 Pengumpulan Data	70
4.1.1 PT. Gaya Motor	70
4.1.1.1 Sejarah Singkat	70
4.1.1.2 Kebijakan Perusahaan	73
4.1.1.3 Visi dan Misi	75
4.1.1.4 Tujuan Perusahaan	76
4.1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	76
4.1.1.6 Job Deskripsi (Uraian Pekerjaan) ...	77
4.1.2 Proses Produksi	79
4.1.2.1 Body Shop	80
4.1.2.2 Paint Shop	82
4.1.2.3 Trimming Cabin	82
4.1.2.4 Trimming Chasis	83
4.1.3 Penentuan Komponen Dan level Setiap	
Faktor Interior Mobil	84
4.1.3.1 Sound Audio (Speaker)	85
4.1.3.2 Head Unit	86
4.1.3.3 Trimpad	87

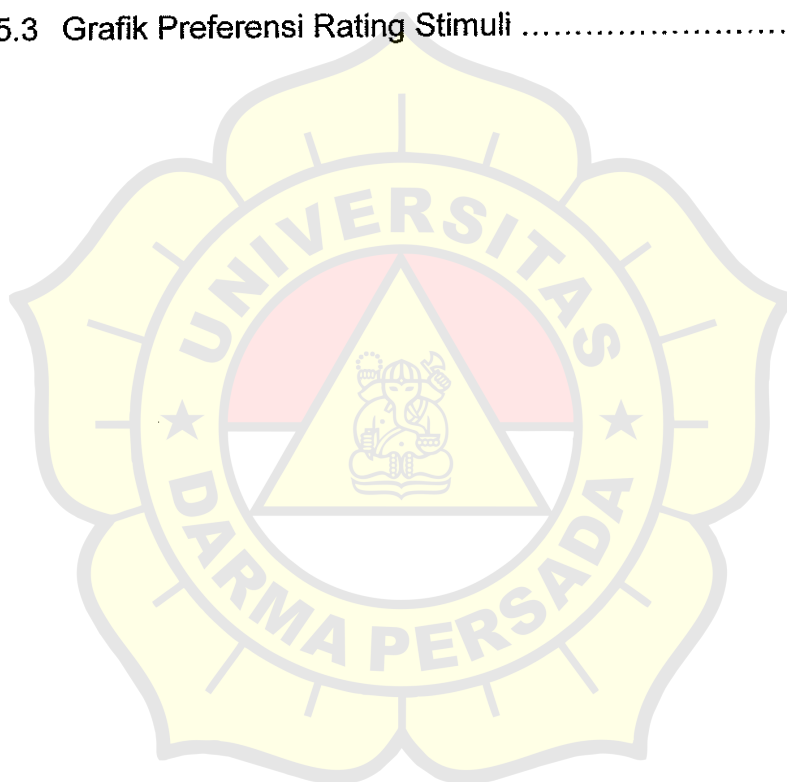
4.1.3.4	Sid (jok) dan Dashboard	87
4.1.3.5	Passive Safety	89
4.1.3.6	Ducting (blower)	89
4.2	Pengolahan Data	90
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan	90
4.2.2	Pemilihan Metode Analisis Konjoin	94
4.2.3	Pemilihan Metode Presentasi	94
4.2.4	Pembentukan Kombinasi (Stimuli)	94
4.2.5	Kuesioner Utama	97
4.2.6	Uji Coba Kuesioner	101
4.2.6.1	Uji Validitas	101
4.2.6.2	Uji Reliabilitas	105
4.2.7	Pengolahan Data Dengan Analisis Konjoin ...	106
4.2.8	Interprestasi Hasil	108
4.2.8.1	Interprestasi Secara Manual	108
4.2.8.2	Interprestasi Agregat	117
4.2.9	Korelasi Konjoin	121
BAB V	ANALISA DAN PEMBAHASAN	122
5.1	Analisis Pengolahan	122
5.1.1	Analisis Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .	122
5.1.1.1	Analisis Pemilihan Responden	122
5.1.1.2	Analisis Uji Validitas Kuesioner	124

5.1.1.3 Analisis Uji Reliabilitas	125
5.1.1.4 Pemilihan Metode Analisis Konjoin ...	125
5.1.1.3 Analisis Pembentukan Stimuli	126
5.1.2 Analisis Pengolahan Kuesioner Utama	127
5.1.2.1 Analisis Pemilihan Responden	127
5.1.2.2 Analisis Uji Validitas	129
5.1.2.3 Analisis Uji Reliabilitas	129
5.2 Analisis Konjoin	130
5.2.1 Analisis Nilai Kepentingan	130
5.2.2 Analisis Utilitas Setiap Level	131
5.2.3 Analisis Korelasi	132
5.3 Analisis Preferensi Konsumen	133
5.4 Pembahasan	134
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	136
6.1 Kesimpulan	136
6.2 Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Roda Deming Dalam Sistem Industri Modern	9
Gambar 2.2	Tahap Penelitian dan Pengembangan Produk	22
Gambar 2.3	Pengaruh Pasar atas Produk Baru	23
Gambar 2.4	Pengembangan Produk Secara Bertahap	25
Gambar 2.5	Produk Total	33
Gambar 2.6	Proses Pengembangan Produk, Menetapkan Target Spesifikasi dan Menetapkan Spesifikasi Akhir	41
Gambar 2.7	Tahapan Analisis Konjoin	45
Gambar 2.8	Output Hasil Pengolahan SPSS	54
Gambar 3.1	Flowchart	69
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	77
Gambar 4.2	Sound Audio (Mono dan Stereo)	86
Gambar 4.3	Head Unit (DVD, TAPE, VCD)	86
Gambar 4.4	Trim Pad (Variasi dan Nature)	87
Gambar 4.5	Sid/ Jok (Hitam, Abu-abu, Cream)	88
Gambar 4.6	Dashboard (Sporty dan Standart)	88
Gambar 4.7	Passive Safety	89
Gambar 4.8	Ducting (AC)	90
Gambar 4.9	Grafik Data Hasil Kuesioner Pendahuluan	93
Gambar 4.10	Syntak Orthoplan	95

Gambar 4.11 Syntak Conjoint	107
Gambar 4.12 Contoh Hasil Konjoin Individual	109
Gambar 4.13 Perbandingan Tingkat Kepentingan Pengolahan SPSS dan Manual Individu	116
Gambar 4.14 Subfile Summary	118
Gambar 4.15 Grafik Hasil Tingkat Kepentingan Agregat	120
Gambar 5.1 Grafik Preferensi Rating Komponen/Faktor	124
Gambar 5.2 Data Responden Berdasarkan Usia	128
Gambar 5.3 Grafik Preferensi Rating Stimuli	128



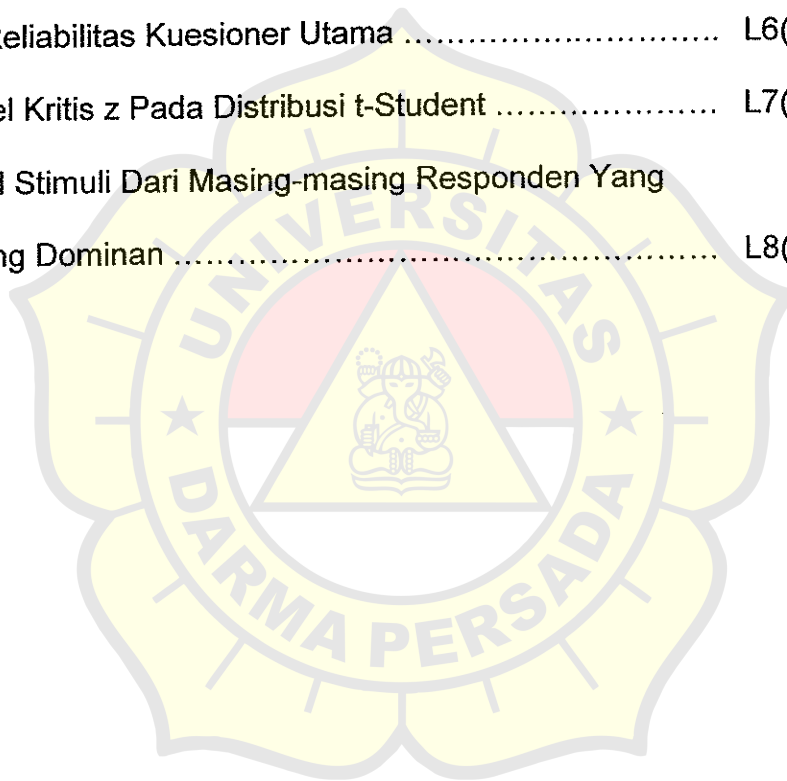
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Awal (Evaluasi Komponen Dan Taraf Produk Jam Tangan	46
Tabel 2.2	Kombinasi Produk (Stimuli)	47
Tabel 2.3	Variabel Dummy	49
Tabel 4.1	Spesifikasi Interior Mobil Isuzu Panther	83
Tabel 4.2	Tabulasi Data Hasil Kuesioner Pendahuluan	92
Tabel 4.3	Hasil Stimuli Interior Mobil Isuzu Panther	96
Tabel 4.4	Tabulasi Data Hasil Kuesioner Utama	98
Tabel 4.5	Contoh Perhitungan Keseluruhan Dari Jumlah Skor Semua Butir Dalam Faktor Pada Stimuli ke-1	102
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Keseluruhan Stimuli	105
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Stimuli	106
Tabel 4.8	Bentuk Input Data Individu Responden ke-1	110
Tabel 4.9	Koding Data Individu Responden ke-1	111
Tabel 4.10	Koefisien Variabel Dummy Individu	112
Tabel 4.11	Perbandingan Tingkat Kepentingan Pengolahan SPSS Dan Manual	115
Tabel 4.12	Hasil Tingkat Kepentingan Agregat	119
Tabel 4.13	Spesifikasi Interior Mobil Isuzu Panther Paling Dominan	121
Tabel 5.1	Total Preferensi Rating Komponen/Faktor	124



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Pendahuluan	L1(141)
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Pendahuluan	L2(142)
3. Penentuan Sampel Kuesioner Utama	L3(143)
4. Kuesioner Utama	L4(144)
5. Tabel Nilai r-Product Moment	L5(145)
6. Uji Reliabilitas Kuesioner Utama	L6(146)
7. Tabel Kritis z Pada Distribusi t-Student	L7(147)
8. Hasil Stimuli Dari Masing-masing Responden Yang Paling Dominan	L8(148)



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam kurun waktu 20 tahun terakhir, industri otomotif dalam Negri mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam hal penjualan. Beberapa merk otomotif yang sudah tidak asing lagi, seperti Honda, Suzuki, dan Nissan serta banyak lagi merk terkenal lainnya baik dari jepang maupun dari negara Eropa mempererat persaingannya guna mencapai target penjualan. Era pasar bebas yang sudah mulai berlaku membuat para produsen otomotif membentang sayapnya ke berbagai negara yang dinilai strategis dalam memasarkan produknya. Salah satu produsen otomotif yang sedang mengembangkan usahanya adalah PT. Gaya Motor, yang pada saat ini sedang berkonsentrasi pada satu jenis produk mobil, yaitu ISUZU PANTHER.

PT. Gaya Motor adalah perusahaan yang bergerak dalam *manufacturing* industri motor ber roda empat dengan status *Authorized General Assembler*, yang selalu melakukan perbaikan-pebaikan (*imprufmant*) menemukan ide-ide baru dalam trand yang sedang diminati oleh konsumen pengguna kendaraan roda empat. Salah satu perbaikan yang sering dilakukan adalah pada bagian komponen *interior* meliputi audio, head unit, trim pad, plapon panel, dash board, jok mobil, ducting,

pasive safety dan lain sebagainya. Semua komponen interior yang ditampilkan tersebut tidak luput dari spesifikasi produk mobil agar konsumen dapat memilih komponen mana yang sangat diminati.

Dengan tingginya permintaan pasar, di era pasar kompetitif dituntut untuk memahami kebutuhan pasar dan menggunakan informasi yang diperoleh melalui penelitian untuk memperbaiki kualitas. Daya kompetisi penyelenggaraanya ditentukan oleh kemampuan mengakomodasi nilai-nilai konsumen sesungguhnya kedalam produk-produk yang dijual. Dalam manajemen pemasaran salah satu masalah yang senantiasa dijumpai adalah bagaimana merancang suatu produk yang diminati oleh konsumen.

Diminati disini dapat diartikan konsumen memiliki daya tarik tersendiri terhadap produk tersebut. Produk tidak hanya terdiri dari komponen fisik, namun lebih merupakan kumpulan dari berbagai komponen yang sering menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam memilih. Sebagai contoh dalam memilih mobil, konsumen menginginkan mobil yang irit bensin, memiliki speed limit yang tinggi, tampilannya sporty dengan harga yang rendah. Sebaliknya dari sisi produsen sedapat mungkin menjual suatu produk dengan harga yang tinggi, dengan biaya produksi seminim mungkin.

Masalah utama yang muncul dalam merancang produk adalah timbulnya konflik antar kepentingan. Berkaitan dengan hal ini, konjoin (*Conjoint*) merupakan metode survei pengumpulan data dan analisis

multivariate yang khusus digunakan untuk memahami preferensi (kesukaan) konsumen tentang multi komponen suatu produk. Metode ini didasarkan pada premis sederhana. Konsumen mengevaluasi nilai atau utilitas (kepuasan) yang dapat diperoleh dari suatu produk (baik sesungguhnya maupun hipotesis) dengan cara menggabungkan utilitas yang mereka berikan terhadap masing-masing tingkat dari komponen karakteristik suatu produk. Agar dapat menentukan faktor-faktor/komponen apa saja yang dapat dipertimbangkan serta bagaimana cara menentukan kombinasi komponen interior mobil berdasarkan spesifikasi fisik produk untuk memenuhi keinginan konsumen.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah disampaikan diatas, maka perumusan masalah ditujukan untuk :

1. Faktor-faktor/komponen apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pemilihan interior mobil.
2. Bagaimana menentukan kombinasi komponen interior mobil berdasarkan spesifikasi fisik produk mobil dengan analisis konjoin yang paling kemungkinan berhasil memenuhi keinginan konsumen.

1.3 PEMBATAAN MASALAH

Pembatasan masalah perlu dilakukan, agar tujuan penulisan lebih terarah. Pada dasarnya memecahkan masalah diperlukan adanya suatu

batasan dan asumsi, dengan demikian diharapkan tidak terjadi penyimpangan dari tujuan semula. Batasan ini diantaranya adalah :

1. Pengambilan data dilakukan di PT. Gaya Motor, data komponen-komponen produk hanya pada bagian interior mobil saja.
2. Responden untuk kuesioner adalah konsumen pemilik produk ini dengan rata-rata usia 17 sampai 55 tahun.
3. Perhitungan terhadap komponen tersebut dilakukan dengan menggunakan *syntak* pada *software SPSS 13.0*
4. Tugas akhir ini tidak membahas mengenai jasa dan biaya, hanya berupa usulan produk yang sudah ada yang paling dominan.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan yang hendak dicapai adalah :

1. Menentukan faktor-faktor/komponen apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pemilihan interior mobil.
2. Menentukan kombinasi komponen interior mobil berdasarkan spesifikasi fisik produk mobil dengan analisis konjoin yang paling kemungkinan berhasil memenuhi keinginan konsumen.

Manfaat yang hendak dicapai adalah :

1. Memberikan informasi tambahan kepada perusahaan dalam mencari solusi kompromi yang optimal dalam merancang atau mengembangkan produk mobil khususnya pada bagian interior yang paling diminati oleh konsumen.

2. Memberikan masukan, pengalaman dan umpan balik kepada penulis, pembaca, dan perusahaan dalam mengaplikasikan analisis konjoin.

1.5 METODELOGI PENELITIAN

Untuk dapat memecahkan masalah yang berkaitan dengan permasalahan yang ada ini, dilakukan penelitian dengan mengumpulkan beberapa data dari berbagai sumber yang akan dibahas, antara lain sebagai berikut:

1. Studi pustaka

Melakukan studi interaktur yang ada kaitannya dengan topik permasalahan, dan juga peneliti mempelajari serta memahami bahan kuliah yang berkaitan dengan topik permasalahan.

2. Studi Lapangan

Melakukan penelitian lapangan yaitu dengan pengamatan langsung di perusahaan, dengan cara wawancara dan menghitung data- data yang diperlukan sesuaikan dengan topik permasalahan atau penelitian yang sedang dilakukan.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mengadakan analisis yang terperinci, maka penulisan ini disusun secara sistematis yang terbagi dalam beberapa bab. Adapun sistematika penulisan laporan kerja praktek ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memberikan uraian tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori dari berbagai literatur yang digunakan sebagai dasar untuk mengolah data-data yang diperoleh.

BAB III : KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

Bab ini berisi mengenai sistematika pemecahan masalah yang digambarkan secara skematis dalam bentuk *flowchart*.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi mengenai pengumpulan data di lapangan untuk diolah sesuai dengan kerangka pemecahan masalah.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan analisa dari hasil yang didapat pada pengolahan data berdasarkan metode yang digunakan pada penelitian ini.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian dan pengolahan data yang telah diperoleh disertai dengan saran-saran yang diusulkan penulis.

