

Analisis preferensi konsumen terhadap fashion online shop menggunakan metode kano model dan conjoint analysis = Consumer preference analysis on fashion online shop using kano model and conjoint analysis method

Nurza Dwi Prisca Faradilla, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20330782&lokasi=lokal>

Abstrak

Meskipun bisnis online di Indonesia mulai tumbuh dan e-commerce kian populer, namun tetap saja masih banyak konsumen yang ragu dan takut untuk berbelanja secara online. Penelitian ini berfokus pada atribut pelayanan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen online. Metode Kano model digunakan untuk mengelompokkan atribut-atribut penelitian sehingga dapat dipilih beberapa atribut pelayanan fashion online shop yang penting untuk peningkatan kualitas dan pengembangan inovasinya. Sedangkan metode conjoint analysis yang merupakan salah satu teknik analisa multivariat digunakan untuk memahami bagaimana preferensi konsumen terhadap fashion online shop. Karena pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen dapat meningkatkan kepuasan mereka, maka dibuatlah hasil penelitian berupa desain pelayanan fashion online shop yang sesuai dengan preferensi konsumen online.

Although the online business in Indonesia has now started growing and e-commerce increasingly popular, shop at online stores still more risky than shopping directly. There are still many consumers are hesitant and afraid to shop online. The research focuses on service attributes that can enhance online consumer trust. Kano model method is used to classify the attributes of research that can be chosen few fashion online shop service attributes that are important for improving the quality and innovation development. While conjoint analysis method, which is one of the technique in the multivariate analysis used to understand how respondents construct a preference for online fashion shop. Because the development of product that suit the need and preference of consumers can increase their satisfaction, then the result of research is fashion online shop service design that match to online consumer preference.