

Kansei mining untuk desain bentuk eksterior mobil tipe city car yang afektif = Kansei mining for affective design of city car exterior shape

Septy Aprilliandary, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368153&lokasi=lokal>

Abstrak

[ABSTRAK

Industri otomotif memberikan kontribusi terbesar dalam produk domestik bruto Indonesia. Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan industri otomotif, terutama industri mobil, persaingan antar produsen mobil semakin tinggi. Hal ini mengakibatkan hasil keluaran produk dari berbagai produsen mobil akan mencapai tahap dimana hampir semuanya memiliki standar kualitas yang sama. Keadaan ini mendorong konsumen untuk memanfaatkan faktor lain di luar spesifikasi fungsional dan kualitas untuk membuat keputusan membeli mobil, yaitu persepsi afektif. Penelitian ini membahas bagaimana konsumen mobil tipe city car di Indonesia menilai produk dari sisi bentuk eksterior dengan mengeluarkan sisi afektif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kansei Engineering, lebih tepatnya menggunakan Kansei Words. Pengolahan data dari konsumen dilakukan dengan metode association rule mining dan conjoint analysis. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat lima kelompok Kansei Words yang mewakili persepsi afektif konsumen, yaitu klasik (classic) dan ramping (sleek), mantap/kuat (robust) dan bertenaga/tangguh (powerful), mencolok (sporty) dan formal (formal), lucu/imut (cute), dan modern (modern). Keluaran akhir dari penelitian ini adalah terbentuknya 5 usulan desain baru untuk bentuk eksterior city car yang memenuhi masing-masing kelompok Kansei Words di atas.

<hr>

<i>ABSTRACT

, Automotive industry delivering a great contribution to Indonesia by accounting high percentage in gross domestic product. As automotive industry is developing, especially for car industry, the competition between car companies is highly increasing. This condition resulted in a situation where products from different car companies having the same standard for quality. Therefore, customers are triggered to consider another factor beside functional specification and quality, which is affective perception. This research focused on how customers of city car in Indonesia evaluate the product from its exterior shape by considering their affective side. Method of this research is Kansei Engineering, specifically its Kansei Words. Data from customers are processed with the method of association rule mining and conjoint analysis. From the output of this research, there are 5 groups of Kansei Words that represent customers' affective perception, which are classic and sleek, robust and powerful, sporty and formal, cute, and modern. The final output from this research are 5 recommended designs for city car exterior shape that describe all the Kansei Words above.]