

**PENENTUAN UTILITAS LEVEL DAN NILAI KEPENTINGAN ATRIBUT  
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI MOBIL DI KOTA AMBON  
MENGUNAKAN METODE ANALISIS KONJOIN**

**Abdul Samat Rumakey<sup>1,\*</sup>, Victor O. Lawalata<sup>1</sup>, Wilma Latuny<sup>1</sup>**  
<sup>1</sup> Program Studi Teknik Industri, Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia

\* e-mail: [samatrumakey2016@gmail.com](mailto:samatrumakey2016@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Berdasarkan identifikasi awal, diperoleh data penjualan tahun 2019 untuk dealer Daihatsu 328 unit mobil sedangkan Toyota 368 unit mobil. Tahun 2020 terhitung dari bulan Januari sampai September diperoleh data penjualan dealer Daihatsu sebesar 103 unit mobil, penjualan dealer mobil Toyota 230 unit mobil. Tujuan penelitian ini adalah memperoleh kombinasi karakteristik kepentingan atribut produk mobil yang paling diminati konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dimana peneliti melakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan atribut konsumen, dan penilaian konsumen terhadap stimuli. Pengujian data yang digunakan diantaranya uji validitas, uji reliabilitas kemudian untuk analisis data menggunakan analisis konjoin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi karakteristik tingkat kepentingan produk mobil yang paling diminati konsumen yaitu harga (25,418), warna (22,531), kecepatan maksimum (18,375), merek (12,874), jenis bahan bakar (6,817), garansi (6,352), dan sistem pembelian (4,966).*

**Kata Kunci:** *Kepentingan Atribut, Utility, Importance Value, Corelation*

**ABSTRACT**

*Based on the initial identification, sales data for 2019 were obtained for Daihatsu dealers with 328 units of cars while Toyota had 368 units of cars. In 2020, starting from January to September, data was obtained from Daihatsu dealership sales of 103 units of cars, and Toyota car dealer sales of 230 units of cars. The purpose of this study is to obtain a combination of the characteristics of the interests of the car product attributes that consumers are most interested in. The method used in this study is a survey research method in which researchers distribute questionnaires to obtain consumer attributes and consumer assessments of stimuli. Testing the data used includes a validity test, a reliability test then data analysis using conjoint analysis. The results showed that the combination of the characteristics of the level of importance of car products that consumers were most interested in, namely price (25,418), color (22,531), maximum speed (18,375), brand (12,874), type of fuel (6,817), warranty (6,352), and system purchases (4,966).*

**Keyword:** *Attribute Interests, Utility, Importance Value, Correlation*

**1. PENDAHULUAN**

PT. Kharisma Sentosa authorized Daihatsu dealer merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam dunia otomotif, yang khusus menjual mobil bermerek Daihatsu di kota Ambon. Perusahaan ini terletak di passo kota Ambon. Jl. Laksdya Leo Watimena, No. 9 Passo, Kecamatan Baguala. Bisnis perusahaan mengalami perkembangan yang baik dengan beberapa tipe produk unggulan seperti *Grand new xenia, All new Terios, Ayla, Sigra, dan Siron*, yang banyak diminati

konsumen. Akan tetapi, minat konsumen sering berubah karena adanya produk merek lain yang tersedia di pasar, seperti Toyota, yang mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan tersebut.

Penjualan mobil Toyota yang tinggi untuk kelas produk yang sama, menjadi tantangan terbesar bagi perusahaan ini berkompetisi di pasar kota Ambon. saat ini, tipe mobil yang ditawarkan oleh kedua dealer dari segi tampilan dan fitur sama, seperti Toyota Avanza - Daihatsu Grandne Xenia, Toyota Rush - Daihatsu All new Terios, Toyota Agya - Daihatsu Ayla, Toyota Calya-Daihatsu Sigra, dan Toyota Yaris -Daihatsu Sirion. Hasil identifikasi ditemukan total penjualan pada tahun 2019 untuk dealer Daihatsu 328 unit mobil, sedangkan Toyota 368 unit mobil. Pada tahun 2020 terhitung dari bulan januari sampai september diperoleh data penjualan dealer Daihatsu sebesar 103 unit mobil, penjualan dealer mobil Toyota 230 unit mobil. Hal ini menyatakan trend penjualan mobil periode 2019 dan 2020 masih dikuasai oleh dealer Toyota dibandingkan dealer Daihatsu. Salah satu aspek penting yang dapat menyebabkan situasi diatas adalah karakteristik produk yang menarik konsumen untuk membelinya. Hasil penelitian awal terhadap 30 responden (23 responden laki-laki dan 7 responden perempuan), diperoleh bahwa 97% responden menganggap yang memicu konsumen untuk membeli mobil adalah harga, jenis bahan bakar, merek, warna, kecepatan maksimum, sistem pembelian dan garansi. Sebaliknya, 3% responden tidak setuju bahwahal itu. responden juga menyatakan kelemahan dari mobil Daihatsu pada interior, warna, kapasitas mobil dan suku cadang, sedangkan keunggulan mobil Toyota pada kapasitas mobil dan kemudahan mendapatkan suku cadangan. Hal lain yang menjadi ancaman bagi PT. Kharisma sentosa autorized Daihatsu dealer, bahwa selain Toyota, masih ada merek kendaraan suzuki yang menjadi pesaing utama mobil Daihatsu di kota Ambon. Keragaman pertimbangan membeli mobil perlu dipastikan perusahaan dalam melakukan perbaikan yang mendorong peningkatan penjualan produknya, dengan memperhitungkan keragaman pertimbangan dari konsumen tersebut.

Pertimbangan konsumen memberikan pengetahuan tentang hal-hal apa saja yang menjadi keunggulan dari produk PT. Kharisma sentosa autorized Daihatsu dealer dan pesaingnya. Karakteristik permasalahan ini adalah keunggulan produk sebagai preferensi atau prioritas produk (bersifat metrik atau non metrik) dari kombinasi linier tingkat kepentingan setiap pertimbangan konsumen (multivariat, bersifat non metrik) terhadap produk untuk itu, metode analisis konjoin paling sesuai untuk analisis dibandingkan analisis diskriminan dan regresi multivariat. Keunggulan produk pesaing bukan saja menjadi kelemahan produk dealer Daihatsu ini tetapi juga sebagai acuan dan standar dalam perbaikan produk perusahaan tersebut. Artinya, dengan mengetahui keunggulan produk Toyota dan suzuki, maka tindakan perbaikan yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan akan semakin terarah dan efektif untuk meningkatkan jumlah penjualan produknya untuk memenuhi hal ini.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### ***a. Preferensi konsumen***

Preferensi konsumen adalah pilihan suka tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang di konsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Preferensi konsumen didefinisikan sebagai selera subjektif (individu), yang diukur dengan utilitas, dari berbagai barang atribut seperti kualitas, harga, promosi dan kemasan yang melekat pada produk dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pemilihan produk tersebut (Indarto, 2011).

### ***b. Analisis konjoin***

Analisis konjoin adalah suatu teknik yang secara spesifik digunakan untuk memahami bagaimana keinginan atau preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai kepentingan relatif berbagai atribut suatu produk (Hair et al 1995). Analisis ini sangat berguna untuk membantu merancang karakteristik produk baru, membuat konsep produk baru, membantu menentukan tingkat harga serta memprediksi tingkat penjualan

### 3. METODE PENELITIAN

#### a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis konjoin. Metode kuantitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat positifis, digunakan untuk meneliti para populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.

#### b. Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di dealer Daihatsu yang terletak di kota Ambon. Objek penelitian yang diteliti adalah mobil yang dijual oleh 3 dealer. Hal spesifik yang diteliti dari objek penelitian dinyatakan pada variabel penelitian.

#### c. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan dikota Ambon Provinsi Maluku terhitung sejak Februari 2021– April 2021. Lokasi penelitian dilakukan pada dealer Daihatsu, dealer Toyota dan dealer suzuki.

#### d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas wawancara, kuisoner, dan studi pustaka. Berikut adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian ini.

##### a. Observasi

Observasi yang di lakukan pada penelitian ini adalah peneliti melakukan identifikasi perusahaan dalam kegiatan penelitan peneliti memperoleh data penjualan mobil

##### b. Kuisoner yang di jalankan secara bertahap dan terdiri kuisiner data awal secara terbuka dan kuisiner kedua secara terbuka.

##### c. Studi Pustaka yang di peroleh dalam mengentaskan masalah sekaligus menjadi acuan dalam mengintegrasikan penelitian ini yaitu paper ilmiah baik buku, jurnal, skripsi, maupun tesis yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya

#### e. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan populasi takterhingga. Populasi dalam penelitian ini diambil dari konsumen yang membeli mobil di PT. kharisma sentosa authorized Daihatsu dealer.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik Non Probability Sampling jenis Accidental Sampling yaitu siapa saja responden yang datang yang dianggap memenuhi kriteria untuk penelitian (Apriyani, et al, 2013). Dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tingkat ketelitian (level of precision) ( $d$ ) = 5%

Tingkat keyakinan (confidence level) = 95%

Nilai Z dari distribusi normal ( $Z_{\frac{\alpha}{2}}$ ) = 1,96

Proporsi yang dianggap benar ( $p$ ) = 95%

Proporsi yang dianggap salah ( $q$ ) = 5%

Maka jumlah sampel yang diperlukan pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{\left(Z_{\frac{\alpha}{2}}\right)^2 Pq}{d^2} = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,95) \cdot (0,05)}{(0,05)}$$

$$n = 72,99 = 73$$

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### a. Hasil Penelitian

**Tabel 1.** Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Perempuan	14	19%
2	Laki – laki	61	81%

**Tabel 2.** Usia Responden

	Usia						
Interval	21 – 25	26 – 30	31 – 35	36 – 40	41 – 45	46-50	51-55
Jumlah	8	17	13	14	11	5	7
Persentase	10%	23%	17%	19%	15%	7%	9%

**Tabel 3.** Atribut

No	Atribut
1	Harga
2	Jenis Bahan Bakar
3	Merek
4	Warna
5	Kecepatan Maksimum
6	Sistem Pembelian
7	Garansi

**Tabel 4.** Level Atribut

Atribut	Level
Harga	122,000,000 - 153,542,856
	153,542,857 - 185,085,713
	185,085,714 - 216,628,570
	216,628,571 - 248,171,428
	248,171,429 - 279,714,285
	279,714,286 - 311,257,142
	311,257,143 - 342,799,999
Jenis Bahan Bakar	Diesel
	Bensin
Merek	Daihatsu
	Toyota
	Suzuki
Warna	Hitam
	Silver
	Merah
	Kuning
	Putih
Kecepatan Maksimum	Biru
	998 – 1000 km/jam
	100,1 – 100,3 km/jam
	100,4 – 100,6 km/jam
	100,7 – 100,9 km/jam
Sistem Pembelian	Tunai
	Kredit
Garansi	4 Tahun
	5 Tahun

Tabel 5. Uji Validitas Data

Stimuli	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0,736	0,22	Valid
P2	0,455	0,22	Valid
P3	0,432	0,22	Valid
P4	0,736	0,22	Valid
P5	0,736	0,22	Valid
P6	0,600	0,22	Valid
P7	0,583	0,22	Valid
P8	0,736	0,22	Valid
P9	0,618	0,22	Valid
P10	0,736	0,22	Valid
P11	0,736	0,22	Valid
P12	0,596	0,22	Valid
P13	0,577	0,22	Valid
P14	0,649	0,22	Valid
P15	0,736	0,22	Valid
P16	0,455	0,22	Valid
P17	0,455	0,22	Valid
P18	0,670	0,22	Valid
P19	0,629	0,22	Valid
P20	0,635	0,22	Valid
P21	0,420	0,22	Valid
P22	0,493	0,22	Valid
P23	0,736	0,22	Valid
P24	0,736	0,22	Valid
P25	0,540	0,22	Valid
P26	0,736	0,22	Valid
P27	0,420	0,22	Valid
P28	0,736	0,22	Valid
P29	0,527	0,22	Valid
P30	0,425	0,22	Valid
P31	0,642	0,22	Valid
P32	0,736	0,22	Valid
P33	0,455	0,22	Valid
P34	0,551	0,22	Valid
P35	0,736	0,22	Valid
P36	0,728	0,22	Valid
P37	0,724	0,22	Valid
P38	0,736	0,22	Valid
P39	0,710	0,22	Valid
P40	0,698	0,22	Valid
P41	0,551	0,22	Valid
P42	0,432	0,22	Valid
P43	0,660	0,22	Valid
P44	0,736	0,22	Valid
P45	0,736	0,22	Valid
P46	0,736	0,22	Valid
P47	0,415	0,22	Valid
P48	0,692	0,22	Valid
P49	0,692	0,22	Valid

**Tabel 6.** 1Reliabilitas Data

Cronbach's Alpha	N of Items
0,960	49

**Tabel 7.** Rekapitulasi Hasil Perhitungan Nilai Utilitas Atribut

Atribut	Level	Utilitas
Harga	122,000,000 - 153,542,856	0,032
	153,542,857 - 185,085,713	-0,022
	185,085,714 - 216,628,570	-0,054
	216,628,571 - 248,171,428	0,081
	248,171,429 - 279,714,285	-0,064
	279,714,286 - 311,257,142	-0,027
	311,257,143 - 342,799,999	0,054
Jenis Bahan Bakar	Diesel	-0,013
	Bensin	0,013
Merek	Daihatsu	0,009
	Toyota	0,020
	Suzuki	-0,029
Warna	Hitam	0,008
	Silver	0,016
	Merah	0,023
	Kuning	-0,053
	Putih	0,037
Kecepatan Maksimum	Biru	-0,030
	998 km/jam – 1 000 km/jam	0,087
	1001 km/jam – 1003 km/jam	0,046
	1004 km/jam – 1006 km/jam	-0,032
Sistem Pembelian	1007 km/jam – 1009 km/jam	-0,101
	Tunai	-0,010
Garansi	Kredit	0,010
	4 Tahun	0,031
	5 Tahun	-0,031
	(Constant)	2,644

## b. Pembahasan

### Analisis Importance Value

Berdasarkan hasil pengujian *Importance Value* diperoleh bahwa urutan tingkat kepentingan atribut tertinggi hingga terendah berturut-turut adalah harga dengan tingkat kepentingan (25,418), warna (22,531), kecepatan maksimum (18,375), merek (12,874), jenis bahan bakar (6,817), garansi (6,352) sedangkan yang paling terendah adalah sistem pembelian dengan tingkat kepentingan (4,966). Maka, tingkat kepentingan dari tujuh atribut dan duapuluh tujuh kombinasi stimuli maka yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli mobil di kota Ambon yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah harga, warna, kecepatan maksimum dan merek demi untuk meningkatkan tingkat penjualan mobil pada dealer Daihatsu.

### Analisis Utilitas dan Rekomendasi Kombinasi Karakteristik (Stimuli) Produk Mobil

Berdasarkan penilaian yang dilakukan responden produk mobil di kota Ambon terhadap stimuli yang dirancang, penulis kemudian melakukan perhitungan tingkat utilitas terhadap setiap taraf level dari masing-masing atribut.

Hasil perhitungan utilitas terhadap taraf level atribut harga diperoleh tingkat utilitas harga Rp 216,628,571-248,171,428 dengan persentase harga positif sebesar (0,081). sedangkan untuk tingkat utilitas harga negatif Rp 153,542,857-185,085,713 dengan persentase sebesar (0,022).

Hasil perhitungan utilitas terhadap taraf level atribut jenis bahan bakar (Bensin) diperoleh tingkat utilitas positif sebesar (0,013) sedangkan untuk tingkat utilitas negatif diperoleh (0,013). Dari hasil penilain responden terhadap taraf level jenis bahan bakar tersebut maka yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli mobil di kota Ambon yang perlu diperhatikan jenis bahan bakar mobil dikota Ambon dari hasil analisis maka responden lebih memilih membeli mobil dengan jenis bahan bakar bensin dibandingkan dengan diesel.

Hasil perhitungan utilitas terhadap taraf level atribut merek mobil (diperoleh tingkat utilitas positif sebesar 0,020 sedangkan untuk tingkat utilitas negatif diperoleh (0,029). Dari hasil penilain responden terhadap taraf level merek mobil tersebut maka yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli mobil di kota Ambon responden lebih memilih membeli mobil dengan merek Toyota dibanding merek Daihatsu dan suzuki hal ini menjadi tantangan terbesar bagi kedua dialer dalam berkompetisi dalam dunia otomotif di kota Ambon.

Hasil perhitungan utilitas terhadap taraf level atribut warna diperoleh tingkat utilitas positif sebesar (0,037) sedangkan untuk tingkat utilitas negatif diperoleh (0,30). Dari hasil penilain responden terhadap taraf level warna tersebut maka yang menjadi pertimbangan responden dalam membeli mobil di kota Ambon berdasarkan hasil uji analisis konjoin responden lebih memilih membeli mobil berwarna putih dibanding biru.

Hasil perhitungan utilitas terhadap taraf level atribut kecepatan maksimum (1998-1,000) diperoleh tingkat utilitas positif sebesar (0,087) sedangkan untuk tingkat utilitas negatif (0,010). Dari hasil penilain responden terhadap taraf level kecepatan maksimum tersebut maka yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli mobil di kota Ambon responden lebih memilih membeli mobil dengan kecepatan maksimum mobil 1,998 km/jam – 1,000 km/jam dibanding 1,007 km/jam - 1,009 km/jam.

Hasil perhitungan utilitas terhadap taraf level atribut sistem pembelian diperoleh tingkat utilitas positif sebesar 0,010 sedangkan untuk tingkat utilitas negatif diperoleh 0,010. Dari hasil penilain responden terhadap taraf level sistem pembelian tersebut maka yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli mobil di kota Ambon responden lebih memilih untuk membeli mobil secara kredit untillitas dibanding pembelian secara tunai.

Hasil perhitungan utilitas terhadap taraf level atribut garansi diperoleh tingkat utilitas positif sebesar 0,031 sedangkan untuk tingkat utilitas negatif diperoleh 0,031. Dari hasil penilain responden terhadap taraf level garansi tersebut maka yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli mobil di kota Ambon responden lebih memilih untuk membeli mobil dengan garansi empat tahun di banding garansi lima tahun.

## 5. KESIMPULAN

Mengacu pada hasil penelitian maka kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian adalah. kombinasi karakteristik tingkat kepentingan atribut yang paling diminati konsumen di Kota Ambon secara berturut-turut yaitu harga dengan tingkat kepentingan (25,418), warna (22,531), kecepatan maksimum (18,375), merek (12,874), jenis bahan bakar (6,817), garansi (6,352), dan sistem pembelian 4,966. Hal tersebut perlu menjadi pertimbangan bagi PT. Kharisma sentosa autorized Daihatsu dealer dalam meningkatkan penjualannya;

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani. 2013. Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*. Volume 2, Nomor 1.
- Hair et al. *Multivariate With Reading. Fourth Edition. Prentice-Hall International: Englewood Cliffs*. New Jersey, (1995).
- Indarto (2011). *Analisis Preferensi Terhadap Bundling Kartu GSM Dengan Smartphone*. Universitas Indonesia: Thesis.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.