

IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DESAIN KAOS UNTUK PENGEMBANGAN IKM OSNGAOS CLOTHING DENGAN METODE KANSEI ENGINEERING

ABSTRAK

Di pulau Madura terdapat IKM yang bergerak di bidang penjualan kaos salah satunya adalah Osngaos Clothing. Mereka menjual produk mereka dengan desain baju yang berkaitan dengan daerah mereka yaitu, Madura. Kebutuhan masyarakat yang selalu berubah-ubah membuat produsen harus menyesuaikan kebutuhan emosional masyarakat, maka dari itulah digunakan metode *kansei engineering* untuk mengetahui kebutuhan emosional konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kebutuhan emosional dengan kepuasan konsumen. *Kansei Word* diperoleh dari hasil wawan cara terhadap 100 responden, dari 39 kata kansei di eliminasi menjadi 9 kata kansei berdasarkan jumlah pemilih dan pemilihan produsen. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh *kansei word* terhadap dengan kepuasan konsumen diantaranya adalah beda dari yang lainnya (X2.1), tidak pasaran (X2.2), ukurannya pas (X9.1) dan variabel tersebut bersama-sama secara simultan mempengaruhi kepuasan berdasarkan koefisien determinasi dengan 69% yang mempengaruhi dan 31% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. .

Kata kunci : *Kansei Engineering, Kansei Word, Regresi linier berganda*

**IDENTIFICATION OF FACTORS AFFECTING THE SHIRT DESIGN FOR IKM
DEVELOPMENT OSNGAOS CLOTHING WITH KANSEI ENGINEERING**

Abstrac

In the Madura island there is IKM which sell a t-shirt, it is named Osngaos Clothing . They sell their products with their our design that are associated with their region , namely , Madura . Community needs are always changing it made the manufacturer adjust the emotional needs of the people , then of kansei engineering method that is used to determine the emotional needs of the consumer . The purpose of this study was to determine the effect of the emotional needs of the consumer satisfaction . Kansei Word obtained from the interviews how the 100 respondents , from 39 kansei word in elimination to 9 kansei words based on the number of voters and election manufacturers . There are several processes through which such validity test , reliability test, and multiple regression linie .

The results of the analysis using the t test and F test that is part of a hypothesis test to determine the effect on the kansei word with them that affect consumer satisfaction is significantly different from the others (X2.1) , not the market (X2.2) , the size fits (X9.1) and together these variables simultaneously affect satisfaction .

Key Word : Kansei Engineering, Kansei Word, , multiple linear regression