

ABSTRAK

Laptop merupakan sebuah alat yang berbasis teknologi yang memiliki komponen pendukung yang memiliki desain khusus sehingga bisa mengakomodasi sifat komputer jinjing yang portabel, Terdapat lima perusahaan besar yang memimpin penjualan laptop di Indonesia. Persaingan ini akan berakibat pada profit yang akan di dapat oleh perusahaan, dengan adanya persaingan ini, perusahaan harus lebih lebih kreatif dan dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif di Universitas Trunojoyo Madura tahun ajaran 2019/2020 yang terdiri dari tujuh fakultas yaitu, Fakultas Teknik, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Pertanian, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Fakultas Keislaman, Fakultas Hukum. Jumlah populasi sebanyak 14.653 mahasiswa dengan sampel yang digunakan yaitu sebanyak 340 mahasiswa. Metode yang digunakan yaitu analisis konjoin *full profile* dengan fraksional faktorial desain untuk mereduksi jumlah kartu stimuli sehingga didapatkan 18 kartu stimuli. Analisis konjoin dilakukan dengan syntax data masukan berupa data rating. Berdasarkan hasil analisis konjoin didapatkan tingkat kepentingan yang menjadi pertimbangan dalam memilih laptop adalah warna (23,604%), ukuran (19.392), harga (19,369%), kapasitas RAM (18,831%), kapasitas HDD (18,803%). Kombinasi atribut yang paling disukai oleh responden yaitu laptop dengan spesifikasi ukuran lebih dari 14 Inch, berwarna netral (hitam dan putih), harga lebih dari Rp 5.000.000 sampai Rp 10.000.000, kapasitas RAM 4GB dan kapasitas HDD (Harddisk) lebih dari 1000 GB.

Kata Kunci: Laptop, Konjoin, Nilai Utilitas, Nilai Kepentingan, Spesifikasi

ABSTRACT

Laptop is a technology-based tool that has supporting components that have a special design so that it can accommodate the portable nature of portable computers. There are five big companies that lead laptop sales in Indonesia. This competition will result in profits to be gained by the company, with this competition, companies must be more creative and be able to meet the needs of consumers. The study population was active students at the University of Trunojoyo Madura in the academic year 2019/2020 consisting of seven faculties namely, the Faculty of Engineering, the Faculty of Economics and Business, the Faculty of Education, the Faculty of Agriculture, the Faculty of Social and Cultural Sciences, the Faculty of Islam, the Faculty of Law. Total population of 14,653 students with a sample used is 340 students. The method used is a full profile conjoint analysis with fractional factorial design to reduce the number of stimuli cards so as to get 18 stimuli cards. Conjoin analysis is done by input data syntax in the form of rating data. Based on the results of the conjoint analysis obtained the level of importance taken into consideration in choosing a laptop is color (23.604%), size (19.392), price (19.396%), RAM capacity (18.831%), HDD capacity (18.803%). The combination of attributes most preferred by respondents are laptops with size specifications of more than 14 Inch, neutral colors (black and white), prices of more than Rp 5,000,000 to Rp 10,000,000, 4GB RAM capacity and HDD capacity (Hard disk) more than 1000 GB.

Keywords: Laptop, Conjoin, Utility Value, Importance Value, Specifications