

Syahidah Nur Hamidah. NIM150321100059. Persepsi dan Preferensi
Konsumen Terhadap Produk Kain Tenun CV. Paradila. Dibawah
bimbingan Novi Diana Badrut Tamami, SP., MP.

ABSTRAK

Kain tenun merupakan salah satu kerajinan budaya khas Indonesia yang memiliki nilai budaya yang tinggi dan mempunyai cirikhas yang berbeda di setiap daerah di Indonesia salah satunya di Kabupaten Lamongan, Untuk mengembangkan usaha kain tenun tentunya suatu perusahaan harus mengetahui keinginan dan kebutuhan para konsumennya. Tujuan dari penelitian ini mengetahui persepsi konsumen terhadap atribut produk dan preferensi konsumen terhadap produk kain tenun. Metode penelitian yang digunakan yakni analisis deskriptif menggunakan skala likert dan analisis konjoin. Hasil yang diperoleh dari penelitian mengenai persepsi konsumen menunjukkan bahwa konsumen menilai sangat setuju dengan pernyataan warna kain tenun yang beragam dan menilai cukup setuju dengan pernyataan bahwa harga kain tenun terjangkau. Hasil yang diperoleh dari penelitian mengenai preferensi konsumen memperoleh hasil bahwa konsumen lebih menyukai kain tenun jenis ikat, dengan bentuk lembaran kain, berwarna gelap, dengan harga Rp. 125.000- 300.000 serta memiliki kemasan dalam bentuk paper box. Saran dari hasil penelitian ini CV. Paradila tetap mempertahankan keaneragaman warna gelap kain tenun, banyak melakukan produksi kain tenun dengan harga yang dapat terjangkau oleh masyarakat, serta menggunakan kemasan berupa paper box.

Kata kunci: Kain Tenun, Perilaku Konsumen, Persepsi, Preferensi

Syahidah Nur Hamidah. NIM150321100059. Consumer Perception and Preference on Woven Fabric Products CV. Paradila. Supervised by Novi Diana Badrut Tamami, SP., MP.

ABSTRACT

Woven fabric is one of Indonesia's unique cultural handicrafts that have high cultural values and have different characteristics in each region in Indonesia, one of them is in Lamongan Regency. To develop a woven fabric business, a company must know the wants and needs of its customers. The purpose of this study is to determine consumer perceptions of product attributes and consumer preferences for woven fabric products. The research method used was descriptive analysis using a Likert scale and conjoint analysis. The results are obtained from research on consumer perceptions show that consumers consider very much in agreement with the variety of woven fabric statements that are varied and assessed enough to agree with the statement that the price of woven fabrics is affordable. Whereas the results obtained from research on consumer preferences obtained results that consumers preferred the ikat type woven fabric, with the form of sheets of fabric, dark in color, at a price of Rp. 125,000-300,000 and has packaging in the form of a paper box. Suggestions from the results of this study are CV. Paradila still maintains the dark color diversity of woven fabrics, many produce woven fabrics with affordable prices and use paper boxes as packaging.

Keywords: Woven Fabric, Consumer Behavior, Perception, Preference