

Abstract

The purpose of this study is to analyze consumers' preference towards a wristwatch by assessing consumers' valuation on each attribute of the product. Consumers choose an option that gives them the highest utility, and thus it is believed that consumers' preference can be observed through their choices. This study uses a discrete choice experiment to reveal true preferences. It is found that attribute price, strap materials, and movements have significant influence in the process of determining preferences. On the other hand, brands and additional features have no significant influence. Price is found to be the most important among all attributes. This study indicates demographic variable of gender plays a significant role in determining preferences. The most significant interaction is found between gender and strap materials. Another demographic variable, age, is divided into two sub-generations, Y and Z. However, this variable doesn't yield big influence in determining consumers' preference. This study aims to help wristwatch manufacturers to understand the true preferences of Indonesian consumers, thus a discussion on several managerial implications are also included. This study also suggests several directions for future research related to consumer preference.

Keywords: *Consumer Preference, Utility, Discrete Choice Experiment, Product Attribute, Consumer Decision Making*

Intisari

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap produk jam tangan dengan cara menilai penilaian konsumen pada setiap atribut produk tersebut. Konsumen akan memilih sebuah opsi yang memberinya kualitas terbaik dan oleh karena itu preferensi konsumen dapat diobservasi melalui pilihannya. Penelitian ini menggunakan metode *Discrete Choice Experiment* untuk mengetahui preferensi sesungguhnya dari konsumen. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa atribut seperti harga, *strap material*, dan *movements* dari jam tangan mempunyai pengaruh signifikan dalam proses penentuan preferensi. Di lain sisi, penelitian ini menemukan bahwa atribut brand dan *additional features* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap penentuan preferensi. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa atribut harga adalah hal yang paling penting diantara yang lainnya. Penelitian ini menemukan bahwa variabel demografis seperti jenis kelamin memiliki peran signifikan dalam membentuk preferensi. Hubungan yang signifikan ditemukan dalam penelitian ini yaitu antara jenis kelamin dengan *strap material* dari jam tangan. Variabel demografis yang lainnya seperti usia dibagi menjadi dua sub generasi yaitu generasi Y dan generasi Z, akan tetapi variabel tersebut tidak menghasilkan pengaruh signifikan dalam penentuan preferensi konsumen. Penelitian ini juga bertujuan untuk membantu perusahaan jam tangan memahami preferensi sesungguhnya dari konsumen di Indonesia, dan oleh karenanya diskusi pada beberapa dampak manajerial juga dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini juga menyarankan beberapa arahan untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan preferensi konsumen.

Keywords: *Consumer Preference, Utility, Discrete Choice Experiment, Product Attribute, Consumer Decision Making*