

## Abstract

This study aims to reveal the role of consumer preference on performance and non-performance attributes on lifestyle shoes. The author addresses this issue by using discrete choice experiment to extract consumer's preference, thereby utility. 100 respondents were asked to fill in a questionnaire including choice sets and consumer demographic questions. This finding indicates that performance attributes of cushioning, stability and shoe weight has a positive significant influence along with non-performance attributes; price and usage imagery. Packaging design has no significant influence. This research also includes fashion-consciousness as a moderating variable, and gender, past purchase and brand purchased. The black box model, and self-expression theory is the foundation of this study's background. Results shows the effect were not significant. The article's implication for future research is to clearly assess consumers' heterogeneous background, and to possibly use latent class logit models or continuous mixture models for the research design.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran preferensi konsumen terhadap atribut kinerja dan non-kinerja pada jenis sepatu gaya hidup. Penulis membahas masalah ini dengan menggunakan eksperimen pilihan diskrit untuk mengekstrak preferensi konsumen, atau disebut juga dengan utilitas. 100 responden diminta mengisi kuesioner termasuk set pilihan dan pertanyaan mengenai demografi konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa atribut kinerja bantalan, stabilitas dan bobot sepatu memiliki pengaruh signifikan yang signifikan beserta atribut non-kinerja; citra harga dan penggunaan. Desain kemasan tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini juga mencakup kesadaran mode sebagai variabel moderat, dan jenis kelamin, pembelian terakhir dan pembelian merek. Model kotak hitam, dan teori ekspresi diri adalah dasar latar belakang penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan efeknya tidak signifikan. Implikasi artikel untuk penelitian di masa depan adalah untuk menilai latar belakang konsumen yang bersifat heterogen, dan menggunakan model logit kelas laten atau model campuran kontinyu untuk desain penelitian.