





Conjoint Utilities

Analisis konkoin (*conjoint analysis*) dilakukan untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut (*utility*) suatu produk dan konsep produk yang paling disukai konsumen. Misalkan ada empat konsep produk seperti berikut ini.

Option 1	Option 2	Option 3	Option 4
			
Mad Angles	Tedhe Medhe	Tangles	Yumitos
100 gm	125 gm	150 gm	200 gm
Rs.7	Rs.10	Rs.15	Rs.20
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Ada empat konsep produk yang dibedakan berdasarkan merek, tampilan kemasan, berat, dan harga. Melalui analisis diskriminan dapat diketahui konsep produk yang paling disukai dan tingkat kepentingan masing-masing atribut (*utility*).

Segment Utilities

Konsep ini menjawab pertanyaan: Segmen mana yang paling cocok untuk konsep produk 1, 2, 3 dan 4? Pertanyaan ini dapat dijawab melalui analisis konjoin.

Volume projection

Berdasarkan daya tarik untuk setiap segmen, penjualan setiap produk dapat diproyeksi (*forecasting*).