

Posting berikut merupakan tulisan ketiga yang membahas analisis konjoin. Kali ini, tulisan difokuskan pada interpretasi output analisis konjoin. Output dapat dilihat pada posting yang berjudul, "Mengolah Analisis Konjoin dengan SPSS 15."

SPSS 15 menghasilkan output analisis konjoin dalam beberapa bagian. Ada bagian yang menganalisis preferensi konsumen secara individu ada juga bagian yang menampilkan secara keseluruhan (*overall*).

Subject 1: 1.00

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Merek	N	.667	1.757
	S	-1.833	2.061
	Si	1.167	2.061
Garansi	Distributor	.625	1.318
	Pabrik	-.625	1.318
Harga	425000	.550	1.179
	1300000	1.100	2.358
	2050000	1.650	3.536
	4500000	2.200	4.715
(Constant)		6.958	3.258

Tabel di atas sebuah contoh analisis preferensi dari responden pertama yang memuat informasi utilitas dan standar error dari masing-masing level. Semakin besar nilai utilitas semakin tinggi preferensi konsumen. Bagi responden pertama tampaknya harga sebuah HP bukan masalah. Semakin mahal harga HP semakin tinggi preferensi konsumen. Merek HP Si lebih disukai daripada merek lainnya. Selain itu, garansi distributor lebih disukai daripada garansi pabrik. Demikian seterusnya hingga seluruh responden diketahui preferensinya.

Selisih utilitas terbesar dan terkecil dari masing-masing atribut menunjukkan tingkat kepentingan dari masing-masing atribut itu.

Atribut	Utilitas Terbesar	Utilitas Terkecil	Selisih	Importance Values
Merek	1.167	-1.833	3.000	$=3/5.9*100 = 50.847$
Garansi	0.625	-0.625	1.250	$=1.25/5.9*100 = 21.186$
Garga	2.200	0.550	1.650	$= 1.65/5.9*100 = 27.966$
Jumlah			5.900	

Hasil perhitungan di atas akan sama dengan output SPSS 15 pada sub **Importance Values(b)**.

Importance Values(b)

Merek(a)	50.847
Garansi(a)	21.186
Harga	27.966

- a Reversed
b 2 reversals

Menurut responden 1, dalam membeli HP ditentukan oleh mereknya, harganya, terakhir garansinya. Merek HP mempunyai nilai kepentingan hingga 50.847 persen. Nilai kepentingan harga dan garansi HP masing-masing 27.966 dan 21.186 persen.

Untuk mengetahui preferensi total, SPSS 15 juga menyediakan output overall. Secara umum, ternyata HP dengan merek N lebih disukai konsumen. Semakin mahal Harga HP semakin tinggi preferensi konsumen. Garansi distributor lebih disukai daripada garansi pabrik¹. Nilai utilitas dari HP dengan merek N, garansi distributor, dan harga Rp. 4.500.000,- adalah

$$.400 + .625 + 1.640 + 7.375 = 10.04.$$

Overall Statistics

UtilitiesError! Hyperlink reference not valid.

		Utility Estimate	Std. Error
Merek	N	.400	.731
	S	-.250	.857
	Si	-.150	.857
Garansi	Distributor	.625	.548
	Pabrik	-.625	.548
Harga	425000	.410	.490
	1300000	.820	.981
	2050000	1.230	1.471
	4500000	1.640	1.962
(Constant)		7.375	1.356

Importance Values untuk overall merupakan rata-rata dari Importance value dari masing – masing responden.

Importance Values

Merek	48.251
Garansi	19.204
Harga	32.545

Averaged Importance Score

Secara umum, preferensi pembelian HP ditentukan oleh mereknya (48.251 %), harganya (32.545 %) dan garansinya (19.204 persen).