

# **ANALISIS KETERLIBATAN KONSUMEN DENGAN MENGUNAKAN PENDEKATAN MATEMATIS FUZZY TERHADAP BEBERAPA KATEGORI PRODUK DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS GUNADARMA**

**AAN NUZULUDIN NASUTION, Ir. Farry firman H., MSIE**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ilmu Komputer, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : fuzzy

Abstraksi :

Perkembangan industri elektronik dewasa ini berkembang sangat pesat. Hal ini membuat persaingan yang semakin ketat di dunia industri elektronik. Daya saing perusahaan salah satunya dapat ditentukan oleh keunggulan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan Untuk menentukan produk atau jasa yang unggul dapat dilihat dari kepuasan dan keterlibatan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keterlibatan mahasiswa, menganalisis tingkat keterlibatan mahasiswa, dan usulan produk yang diminati mahasiswa Universitas Gunadarma. Penelitian ini menggunakan metode fuzzy, dimana terdiri atas enam aspek keterlibatan fuzzy, yakni ketertarikan terhadap produk (product interest), nilai hedonik (hedonic value), nilai isyarat (sign value), kemungkinan resiko (risk probability), pentingnya resiko (risk of importance), dan keputusan waktu pembelian (purchase decision time). Atribut penelitian terdiri dari 15 pernyataan yang diedarkan dalam bentuk kuesioner kepada 100 responden. Tingkat keterlibatan konsumen ditentukan dari hasil indeks sintetik penggabungan ke enam aspek keterlibatan fuzzy. Dari penelitian diperoleh keterlibatan konsumen terhadap 10 kategori produk elektronik sangat tinggi.