

## **ABSTRAK**

Melihat perkembangan pada pengguna internet di Indonesia yang semakin pesat. Hal tersebut menjadi dasar munculnya aplikasi-aplikasi yang dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan pekerjaannya. Salah satunya melakukan pekerjaan dalam hal mencari indeks terutama pada segmen mahasiswa. Fenomena yang ditemukan, informasi yang ditawarkan belum lengkap dan tidak adanya layanan untuk membantu memindahkan barang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil konsumen yang meliputi persepsi dan harapan untuk segmen pelanggan aplikasi indeks, yaitu mahasiswa, sehingga dapat menjadi acuan untuk menciptakan proposisi nilai yang relevan bagi aplikasi indeks. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan, antara lain wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada penelitian ini mengimplementasikan rancangan profil konsumen yang terdiri dari tiga bagian, yaitu customer jobs, customer pains, dan customer gains dalam Desain Proposisi Nilai yang diambil dari Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. Pada penelitian ini, dihasilkan persepsi dan harapan konsumen terhadap aplikasi indeks, antara lain membutuhkan informasi yang lengkap, referensi indeks yang banyak, terdapat fitur rating, booking, dan forum obrolan, serta terdapat layanan jasa angkut barang.

**Kata Kunci :** Desain Proposisi Nilai, Profil Konsumen