

ABSTRAK

Gaya hidup pada era digital mengakibatkan perilaku masyarakat berubah salah satunya adalah masyarakat yang mulai beralih berbelanja melalui *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen di Bandung dalam memilih *e-commerce*. Responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang berdomisili di Bandung yang pernah menggunakan *e-commerce* khususnya Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli. Dengan metode pengambilan sampel Teknik *non-probability sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuantitatif dengan menggunakan teknis analisis deskriptif dan analisis konjoin. Dengan pertanyaan 18 stimuli menggunakan skala Likert.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat nilai *utility* pada level atribut *cash on delivery* sebesar 0,208, atribut yang dianggap penting ada pada metode pembayaran sebesar 23,882, dan *consumer value index* tertinggi ada pada stimuli 1 dengan kombinasi atribut metode pembayaran (*cash on delivery*), biaya pengiriman (*fixed cost delivery*), kecepatan pengiriman (pesan sekarang dan dikirim sekarang), garansi produk (dapat ditukar dengan produk yang sama), keamanan (situs web menggunakan sistem keamanan data), produk (produk sesuai deskripsi yang diberikan), tampilan website (iklan produk pada tampilan website).

Kata Kunci: Atribut, Analisis Konjoin, *E-commerce*, Preferensi konsumen