

ABSTRAK

Pekembangan internet memicu terjadinya fenomena atau banjir informasi yang tidak terkendali. Perkembangan zaman membuat internet menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Internet digunakan bukan hanya sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai sarana bisnis dan pendidikan. Dalam dunia pendidikan, media internet sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Karena dalam setiap kegiatan mahasiswa, dosen, serta karyawan membutuhkan informasi yang dapat diakses melalui internet. Dengan alasan demikian maka tidak heran jika saat ini internet di akses kapanpun dan dimanapun. Dengan pemikiran demikian, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan Akses Internet (Studi Kasus Pada Konsumen Mahasiswa Yayasan Pendidikan Telkom Bandung)”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen mahasiswa Yayasan Pendidikan Telkom Bandung dalam melakukan pemilihan akses internet. Selain itu tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui atribut mana yang paling dominan dipilih oleh konsumen mahasiswa yayasan pendidikan Telkom Bandung.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menggunakan lima atribut produk, dengan skala pengukuran nominal dan skala instrumen yang digunakan adalah skala rating. Serta teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis konjoin dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 150 responden.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini atribut jaringan akses internet merupakan atribut yang memiliki nilai kepentingan tertinggi. Setelah atribut jasa akses internet kemudian atribut kedua yaitu alat akses internet, waktu untuk mengakses internet, biaya untuk mengakses internet serta paket untuk mengakses internet.

Kata Kunci: Preferensi, Konsumen Mahasiswa YPT Bandung, Analisis Konjoin