

ABSTRAK

Peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang tidak sebanding dengan pertumbuhan jalan merupakan salah satu faktor terjadinya kemacetan di ibukota Jakarta. Saat ini keberadaan jasa layanan antar-jemput dengan sepeda motor atau yang akrab dengan sebutan ojek menjadi pilihan sebagian besar warga Jakarta. Baru-baru ini ojek bertransformasi menjadi sebuah ojek profesional dengan lahirnya Go-Jek.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang menjadi pembentuk preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Go-Jek di kota Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data yaitu analisis faktor serta menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan sub teknik sampling yaitu *incidental sampling*. Responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan pengguna layanan jasa Go-jek di kota Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat enam faktor awal yang menjadi preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Go-Jek di kota Jakarta, antara lain: kepraktisan, tarif, kecepatan, keamanan, kepercayaan, kenyamanan. Hasil penelitian menunjukkan pula bahwa dalam penelitian ini terbentuk satu faktor baru yang dinamakan faktor keunggulan bersaing Go-Jek serta faktor paling dominan yang menjadi preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Go-Jek yaitu faktor kenyamanan.

Kata kunci: Go-Jek, preferensi konsumen, analisis faktor, *sharing economy*