

ABSTRAK

Menjadi kota tujuan wisata, kota Bandung memang mendatangkan pendapatan namun disamping itu juga menimbulkan permasalahan, yaitu kemacetan. Bertambahnya kendaraan bermotor dari para wisatawan pada ruas jalan jelas dapat menambah kemacetan, hal ini karena jumlah kendaraan bermotor yang dimiliki warga Bandung pun sudah sangat banyak yaitu dengan persentase 94% kendaraan yang ada adalah kendaraan pribadi. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya minat masyarakat kota Bandung untuk menggunakan angkutan umum yang kurang dikelola dengan baik. Dengan banyaknya kendaraan pribadi yang ada dan kurangnya minat masyarakat terhadap angkutan umum, Uber perusahaan aplikasi *mobile* yang menawarkan jasa transportasi hadir di kota Bandung dengan mengusung konsep bisnis *sharing economy*. Aplikasi *mobile* ini dapat menjadi wadah bertemunya pemilik kendaraan yang menjadi partner Uber dengan penumpang yang dapat diunduh pada *smartphone* dan dapat diakses dengan koneksi internet.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang menjadi pembentuk preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Uber di kota Bandung. 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 Uber di kota Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat lima faktor awal yang menjadi preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Uber di kota Bandung, antara lain: tarif, kepraktisan, kepercayaan, kenyamanan, dan keamanan. Hasil penelitian menunjukkan pula bahwa dalam penelitian ini terbentuk satu faktor baru yang dinamakan faktor keunggulan bersaing Uber serta faktor paling dominan yang menjadi preferensi konsumen dalam menggunakan layanan jasa Uber yaitu faktor Kenyamanan.

Kata Kunci: Uber, preferensi konsumen, analisis faktor, *sharing economy*