

## ABSTRAK

Internet sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat di Indonesia, terlihat dengan adanya internet berdampak bagi perkembangan teknologi informasi di lingkungan masyarakat, salah satunya adalah *E-commerce* (electronic commerce) atau biasa disebut sebagai aktivitas belanja yang dilakukan secara online, e-commerce adalah salah satu pemanfaatan teknologi internet yang dilakukan oleh masyarakat. Dengan e-commerce, masyarakat dapat melakukan pembelian ataupun penjualan sesuai dengan keinginannya. Bukalapak salah satu perusahaan di Indonesia yang berdiri sebagai perusahaan *e-commerce* yang menawarkan masyarakat untuk bisa melakukan pembelian maupun penjualan di websitenya secara gratis. Bukalapak memiliki para pesaing untuk terus bersaing didalam dunia e-commerce di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam menggunakan layanan situs Bukalapak. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dan eksploratif, dengan menggunakan teknik purposive sampling yang ditujukan khusus kepada masyarakat Kota Bandung yang pernah melakukan kegiatan belanja online di Bukalapak sebagai kriteria responden dalam penelitian ini, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden di Kota Bandung. Analisis data yang digunakan adalah *conjoint analysis*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan responden menjadikan atribut metode pembayaran sebagai preferensi utama dalam menggunakan layanan situs Bukalapak, lalu diikuti oleh atribut tampilan website, produk dan fitur. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumber informasi yang berguna bagi perusahaan Bukalapak untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang kompetitif dalam bidang *e-commerce* di Indonesia dengan meningkatkan kualitas layanan yang disesuaikan berdasarkan dengan preferensi konsumen.

Kata Kunci: *Conjoint Analysis*, *E-commerce*, Layanan, dan Preferensi.