

ABSTRAK

Masyarakat telah mengenal adanya *social messenger* dimana *chatting* (obrolan) menjadi salah satu pilihan cara berkomunikasi. Sarana komunikasi tidak hanya bergantung pada telepon dan SMS saja. Saat ini telah hadir aplikasi *social messenger* yang memungkinkan masyarakat untuk mengirim pesan secara *instant* kepada pengguna lainnya. *Social messenger* memiliki keunggulan dibandingkan dengan SMS. SMS hanya dapat mengirim pesan berupa teks saja. Akan tetapi *messenger* dapat mengirimkan pesan berupa teks, video, gambar, pesan suara, dan stiker. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam penggunaan *social messenger* di kalangan Generasi Z di Kota Bandung tahun 2017.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel 403 responden Generasi Z di Kota Bandung. Analisis data yang digunakan adalah Analisis Konjoin.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan responden menjadikan atribut fasilitas fitur sebagai preferensi utama dalam memilih *social messenger* dengan nilai kepentingan tertinggi sebesar 37.748 dan level tertinggi menjadi preferensi fasilitas fitur adalah *secret chat* dengan nilai kepentingan sebesar 0,604.

Dari hasil penelitian ini, *social messenger* yang diminati oleh konsumen adalah *social messenger* yang memiliki tingkat kualitas produk yaitu tidak banyak menggunakan kapasitas memori, memiliki fasilitas fitur *secret chat*, memiliki fitur tambahan *official account* dan desain sesuai keinginan pelanggan yaitu tema yang dapat diganti sesuai keinginan.

Kata kunci : Preferensi, Social Messenger, Analisis Konjoin.