

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini perkembangan teknologi terbilang sangat pesat. Dengan adanya internet semua orang bisa mengakses informasi dimana dan kapan saja untuk mendapatkan sebuah informasi dengan menggunakan gadget yang bisa menelusuri social media. Terdapat salah satu bentuk bisnis online shop pada Instagram yang fenomenal, yaitu dalam bidang penyedia jasa titip beli. Jasa ini berguna bagi konsumen yang ingin menitipkan beli produk atau barang yang diinginkannya kepada pemberi jasa. Jenis bisnis ini disebut Jastip.

Rumusan masalah dalam penelitian ini ada tiga yaitu faktor – faktor apa saja lalu faktor – faktor baru apa saja dan faktor dominan apa saja yang menjadi pembentuk preferensi konsumen. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor – faktor preferensi konsumen pada jasa titip @nis.shopping.

Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis faktor. Hasil penelitian ini menghasilkan tiga faktor baru yang pertama yaitu faktor kenyamanan dengan hasil variance sebesar 45,399 faktor baru yang kedua yaitu faktor kepraktisan dengan hasil variance sebesar 12,925 faktor yang terakhir yaitu faktor harga dengan hasil variance sebesar 11,620.

Terdapat hasil yang tertinggi dari tiga faktor baru tersebut dengan hasil yang tinggi dan rendah, jadi semua hasil faktor baru tersebut didapatkan dari hasil perhitungan faktor rotasi. Dari penelitian yang telah diteliti terdapat 3 component faktor baru dan yang terendah yaitu Harga yang diberikan praktisi jasa titip @nis.shopping harus bisa dapat memberi harga yang baik kepada pelanggan jasa titip @nis.shopping agar pelanggan sangat minat dengan jasa titip @nis.shopping.