

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh preferensi konsumen dalam memilih *electronic wallet (e-wallet)* di Kota Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih *e-wallet* dengan kombinasi atribut yang menghasilkan *customer value index* tertinggi dan untuk mengetahui atribut yang merupakan *value driver* dari konsumen *e-wallet*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan jenis purposive sampling. Sampel yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis konjoin.

Berdasarkan dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu, kombinasi atribut yang menghasilkan *customer value index* tertinggi adalah profil ke-1 dengan nilai kegunaan sebesar 0,127 dengan kombinasi atribut diantaranya, *Security* dengan tersedianya kode transaksi pembayaran, *Privacy* dengan terdapat fitur riwayat transaksi, *Ease of Use* dengan tersedianya fitur pengembalian saldo *e-wallet* ke rekening bank pengguna, *Pricing* dengan adanya bebas batasan saldo dalam melakukan transaksi, *Ability to Pay* dengan tersedianya fitur kode QR, *Consumer Benefit* dengan memperoleh *reward point*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembalian saldo *e-wallet* ke rekening bank pengguna merupakan *value driver* dengan nilai kegunaan sebesar 0,039.

Saran dari penelitian ini, dimana perusahaan *fintech* dalam mengembangkan produk *e-wallet* dengan layanan *Ease of Use* yang mana tersedianya fitur pengembalian saldo *e-wallet* ke rekening bank pengguna, karena konsumen menginginkan kemudahan dalam hal men-*transfer* kembali saldo *e-wallet* ke rekening bank sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Kata Kunci: Analisis Konjoin, *Customer Value Index*, *E-Wallet*, Preferensi, *Value Driver*