

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun belakang ini fenomena mengenai jasa titip atau yang lebih dikenal dengan jastip semakin banyak dibicarakan. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila bermunculan sejumlah jasa titip baik yang berbasis aplikasi maupun media sosial seperti instragram. Jasa titip memiliki banyak ragamnya, salah satunya jasa titip makanan. Jasa titip makanan menyediakan jasa untuk memudahkan konsumen mendapatkan produk makanan yang diinginkan tanpa harus mengunjungi tempat produksi makanan tersebut secara langsung.

Penelitian ini berfokus kepada konsumen yang merupakan mahasiswa Universitas Telkom. Dimana dalam penelitian ini ingin mengetahui apa yang benar-benar dibutuhkan, diinginkan, serta dipikirkan oleh konsumen. Untuk mendefinisikan profil konsumen sendiri ada beragam *tools*. Namun penelitian ini menggunakan *tools* atau alat Peta Empati, yang terdiri dari enam elemen didalamnya, yaitu *See, Hear, Think & Feel, Say & Do, Pain, dan Gain*.

Metode yang digunakan oleh penelitian ini, yaitu metode pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini yaitu dapat disimpulkan bahwa profil konsumen dari TIPFOOD memiliki ketertarikan akan pelayanan yang fast respond dan informatif, pengemasan makanan yang baik, personal shopper yang dapat menjaga kualitas makanan, harga ongkir disesuaikan dengan harga produk per item. Selain itu menginginkan aplikasi jasa titip makanan yang didalamnya terdapat fitur yang memuat kategori kota dan jenis makanan, pengiriman makanan tepat,

Kata Kunci : Profil Konsumen, Peta Empati, Aplikasi Jasa Titip Makanan