

ABSTRAK

Di zaman serba *modern* saat ini, semua kegiatan dapat dilakukan dengan mudah karena kemajuan teknologi yang sangat pesat. Teknologi sangat membantu kebutuhan manusia dan tidak bisa dipisahkan dari gaya hidup manusia. Kemudahan teknologi dan komunikasi yang berkembang belakangan ini telah mengubah pola konsumsi masyarakat khususnya soal makanan. Kini masyarakat cenderung membeli makanan melalui aplikasi digital dibanding memasak atau pergi sendiri. Frekuensi tertinggi pemesanan makanan didominasi oleh penggunaan pesan-antar sebanyak 2,6 kali dalam seminggu. Salah satu aplikasi digital yang mendukung pola konsumsi masyarakat sekarang adalah GoFood yang didirikan pada tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kombinasi atribut apa yang membuat GoFood dipilih konsumen, dan untuk mengetahui atribut apa yang paling dominan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis konjoin. Penelitian ini didasarkan dari data primer yang didapatkan dengan metode survey kepada 403 konsumen GoFood di Indonesia. Dalam penelitian ini terdapat atribut harga, promosi, keamanan, *time & delivery*, dan *ease of payment* yang digunakan untuk mengetahui mengapa konsumen memilih GoFood. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi atribut yang membuat konsumen memilih GoFood adalah harga yang murah, promosi yang menarik, keamanan yang aman, *time & delivery* yang cepat dan *ease of payment* menggunakan tunai. Kemudian level yang paling mendominasi adalah level aman dengan nilai kegunaan (*utility*) sebesar 0,398 dan atribut keamanan merupakan atribut yang paling dominan dengan nilai kepentingan sebesar 26,58%.

Kata kunci : Analisis Konjoin, GoFood, Preferensi Konsumen.