

## ABSTRAK

Banyaknya pemain di industri transportasi online, menandakan bahwa pengguna semakin dihadapkan pada berbagai pelayanan atau disebut dengan atribut yang beragam dari masing-masing transportasi online itu sendiri. Beragamnya atribut yang diberikan oleh seluruh transportasi online membuat masyarakat atau pengguna lebih selektif dalam memilih. Sehingga, pengguna memiliki banyak hal yang perlu dipertimbangkan dalam memilih transportasi online, atribut yang melekat menjadi bahan pertimbangan pengguna untuk suka atau tidak suka dan menerima atau tidak menerima. Oleh sebab itu, persaingan yang ada menuntut perusahaan untuk dapat mengetahui dan memahami kebutuhan atau kesukaan pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan preferensi pengguna dalam memilih transportasi online. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan pengumpulan data kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 405 orang menggunakan metode *non-probability sampling*. Jumlah item kuesioner adalah 27 pertanyaan dan alat ukur yang digunakan adalah skala likert. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis konjoin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa utilitas tertinggi adalah pada tingkat tarif dengan nilai utilitas 0.440, atribut yang memiliki nilai kepentingan tertinggi adalah atribut tarif dengan nilai kepentingan 23.083. dan pengguna menyukai transportasi online dengan kepraktisan aplikasi dapat diandalkan, tarif harga promo khusus, kecepatan mampu menyalasi kemacetan, keamanan tersedia asuransi kecelakaan, kepercayaan dengan identitas *driver* sesuai aplikasi, kenyamanan tersedia masker, pelayanan *driver* profesional, lokasi *pool* dengan saluran distribusi keamanan layanan.

**Kata Kunci:** Analisis Konjoin, Atribut, Transportasi Online