ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen yang merupakan pengguna aplikasi *mobile payment* mengenai produk LinkAja di Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen pengguna aplikasi *mobile payment* terhadap produk LinkAja dengan menggunakan *Customer Profile*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, dengan jumlah informan sebanyak 10 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Miles dan Huberman yang meliputi *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data) dan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan/verifikasi). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa persepsi konsumen terhadap LinkAja berdasarkan alat identifikasi *Customer Profile* yang terbagi menjadi tiga blok yaitu *customer jobs*, *customer pains* dan *customer gains*. Pertama yaitu pada blok *customer jobs*, LinkAja adalah suatu aplikasi *mobile payment* dengan jumlah penggunaan oleh konsumennya dalam sebulan berkisar antara satu sampai 10 kali dan paling banyak digunakan oleh konsumennya untuk melakukan pembelian pulsa. Selain itu, LinkAja dapat membuat konsumennya merasa lebih baik setelah menggunakannya dan dapat memberikan rasa puas kepada konsumennya. Kedua yaitu pada blok *customer pains*, LinkAja adalah suatu aplikasi *mobile payment* yang memberikan harga yang relatif lebih murah kepada konsumennya, tidak menghabiskan banyak waktu dalam penggunaannya, mudah digunakan oleh konsumennya, jarang terjadi gangguan pada saat penggunaannya namun disamping itu LinkAja masih memiliki beberapa risiko yang dikhawatirkan terjadi saat penggunaannya, contohnya yaitu data pelanggan dibobol, keterlambatan transaksi, penipuan, gagal transaksi, kehilangan saldo, dan masalah konektivitas. Ketiga yaitu pada blok *customer gains*, LinkAja adalah suatu aplikasi *mobile payment* yang disenangi konsumen karena kemudahannya, dengan fitur beli pulsa pada LinkAja adalah fitur yang paling dinikmati oleh konsumen. Akan tetapi disamping itu, konsumen berharap proses yang lebih cepat dalam penggunaan LinkAja dan LinkAja perlu memperbaiki serta menambahkan fitur pada aplikasinya agar dapat lebih memenuhi harapan konsumen.

Kata Kunci: persepsi konsumen, *Customer Profile*, LinkAja.