

ABSTRAK

Di jaman yang modern ini penggunaan dompet digital sudah menjadi tren gaya hidup masyarakat dalam bertransaksi. Di Indonesia sendiri telah terdapat 38 dompet digital dengan lisensi resmi salah satunya adalah OVO. Dalam perkembangannya, OVO dinilai memiliki pertumbuhan yang sangat pesat hingga berhasil menduduki posisi ke dua *e-wallet* terpopuler di Indonesia. Karena hal tersebut, dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam menggunakan OVO di Bandung.

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan analisis faktor sebagai pengolahan data yang dibantu dengan SPSS. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan tipe sampling *purposive sampling*. Responden yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang bertempat tinggal di Bandung dan menggunakan OVO untuk bertransaksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sebelas faktor awal yang menjadi preferensi konsumen dalam menggunakan OVO di Bandung. Antara lain: *easy to make an account, more innovative products than traditional banks, greater level of trust*, efisiensi, keamanan, keuntungan, promosi, konektivitas, kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan analisis deskriptif variabel preferensi konsumen termasuk dalam kategori tinggi dengan skor sebesar 81,85% dan berdasarkan analisis faktor, analisis faktor yang terbentuk adalah satu faktor yaitu faktor preferensi konsumen OVO dengan faktor dominan yaitu keamanan yang mempunyai korelasi terbesar 0,929 atau 92,9%.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, *E-wallet*, Faktor Analisis, Pemasaran