

ABSTRAK

Di Era digital tentu perkembangan teknologi digital semakin meningkat yang mana telah memberikan banyak dampak bagi semua elemen termasuk transportasi umum. meningkatnya masalah kemacetan menjadi masalah serius di kota besar khususnya Kota Bandung, oleh karena itu pemerintah serius untuk mengatasi masalah kemacetan ini dengan mensosialisasikan untuk beralih dari kendaraan pribadi ke kendaraan umum salah satunya *Bus Rapid Transit*. Dengan fenomena yang terjadi saat ini maka penulis tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang membentuk preferensi konsumen untuk menggunakan transportasi umum berbasis *Bus Rapid Transit* di Kota Bandung.

Penelitian ini didasarkan dari data primer yang didapatkan dengan metode survey kepada 400 konsumen yang menggunakan jasa transportasi umum berbasis bus Damri dan Trans Metro Bandung di Kota Bandung. Dalam penelitian ini terdapat 5 atribut yang digunakan yaitu atribut tarif, kualitas pelayanan, suasana terminal, fasilitas bus dan lokasi halte. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi atribut dari konsumen yang Menggunakan jasa transportasi bus Damri dan Trans Metro Bandung adalah harga yang murah, suasana terminal yang tertata, kualitas pelayanan yang tidak memuaskan, fasilitas bus yang tidak layak dan lokasi halte yang jauh dari rumah. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa atribut harga yang murah merupakan atribut yang paling penting dengan nilai kepentingan sebesar 0,355. Perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi umum berbasis *Bus Rapid Transit* perlu memperhatikan untuk bisa memperbanyak jumlah pelanggan atau penumpang dengan memberikan tarif atau harga yang murah di kota Bandung.

Kata kunci: Analisis Konjoin, Preferensi, *Bus Rapid Transit*.