

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini diikuti dengan adanya konektivitas internet menjadi pendorong munculnya *online food delivery*. Hal tersebut membuat perubahan pada perilaku belanja konsumen dari offline menjadi online. Sehingga saat ini *online food delivery* telah menjadi kebutuhan sehari-hari. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, banyak perusahaan yang menawarkan jasa pengiriman makanan secara online dengan berbagai pelayanan. Hal itu menunjukkan bahwa konsumen semakin dihadapkan oleh berbagai pelayanan atau atribut yang diberikan oleh masing-masing jasa *online food delivery*, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam memilih sesuai dengan preferensinya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengetahui dan memahami kesukaan dan kebutuhan konsumen agar dapat memenangi persaingan di industri ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kombinasi atribut yang paling disukai konsumen dalam memilih jasa *online food delivery*, atribut yang paling penting bagi konsumen dalam memilih jasa *online food delivery*, dan level yang paling berguna bagi konsumen dalam memilih jasa *online food delivery*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan alat pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner online kepada 390 responden yang merupakan konsumen *online food delivery*. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis konjoin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 8 kartu kombinasi, kartu nomor 1 adalah kartu kombinasi yang paling disukai oleh masyarakat yang terdiri dari yaitu pengiriman yang cepat, multi order, metode pembayaran *cash on delivery* (COD), potongan harga, dan banyak pilihan restoran. Kemudian atribut yang paling penting dipertimbangkan adalah atribut *time and delivery* dengan nilai sebesar 34,934 dan level yang paling berguna bagi konsumen adalah tersedia 24 jam pelayannya dengan nilai kegunaan sebesar 0,290.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pelaku bisnis di *online food delivery* di Indonesia untuk dapat memberikan pelayanan pengiriman yang cepat kepada konsumen dan memberikan promo berupa potongan harga agar dapat menjadi pilihan konsumen.

Kata Kunci : *online food delivery*, preferensi, analisis konjoin