

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia mendorong meningkatnya konsumsi bahan bakar minyak (BBM), khususnya jenis non-subsidi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi masyarakat Indonesia dalam memilih BBM non-subsidi dengan menggunakan metode *Conjoint Analysis*. Penelitian ini mengidentifikasi enam atribut utama yang memengaruhi keputusan konsumen, yaitu harga (*price*), ketersediaan (*availability*), kualitas (*quality*), peralatan (*equipment*), tenaga kerja (*manpower*), dan aksesibilitas (*accessibility*). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 455 responden yang merupakan pengguna kendaraan bermotor dan menggunakan BBM non-subsidi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut harga menjadi faktor paling dominan dalam menentukan preferensi konsumen, disusul oleh kualitas dan aksesibilitas. Metode *Conjoint Analysis* berhasil memberikan pemahaman mendalam mengenai kombinasi atribut yang paling diminati konsumen, serta menghasilkan nilai utilitas (*part-worth*) untuk tiap atribut. Temuan ini dapat digunakan oleh perusahaan penyedia BBM dan pemerintah sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam penyusunan kebijakan dan strategi pemasaran BBM non-subsidi di Indonesia.

Kata kunci: preferensi konsumen, BBM non-subsidi, conjoint analysis, atribut produk, keputusan pembelian