

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap penggunaan MRT Jakarta, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi penelitian adalah konsuen MRT Jakarta yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang didapat dianalisis menggunakan uji regresi analisis linear berganda melalui IBM SPSS 26. Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa: 1) Harga berpengaruh positif terhadap penggunaan MRT Jakarta, 2) Kenyamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan MRT Jakarta, 3) Kepercayaan dan Reputasi berpengaruh positif terhadap penggunaan MRT Jakarta. Implikasi dari penelitian yaitu dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen MRT Jakarta perusahaan dapat terus memperhatikan preferensi konsumennya dengan baik agar dapat menaikkan jumlah konsumen. Selain itu diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen, atau pihak yang berkepentingan lainnya dalam mengambil keputusan dan kebijakan sehingga dapat menghasilkan jumlah konsumen yang optimal.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Preferensi Konsumen, MRT Jakarta.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factor that influence consumer preferences in using MRT Jakarta, employing a quantitative approach with a research population consisting 100 MRT Jakarta Consumer. The sampling technique obtained was analyzed using multiple linear regression analysis through IBM SPSS 2. Based on the data analysis results, it was found that : 1) Price has a positive effect on the use of MRT Jakarta, 2) Comfort has a positive effect on the use of MRT Jakarta, 3) Trust and Reputation have a positive effect on the use of MRT Jakarta. The implications of the study suggest that in an effort to increase the number of MRT Jakarta users, the company should continuously pay close attention to consumer preferences to increase the number of users. Additionally, it is hoped that the results of this study can be used as a consideration for management or other relevant parties in making decisions and policies to achieve an optimal number of users.

Keywords: Analisis Faktor, Preferensi Konsumen, MRT Jakarta.