

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin cepat menyebabkan adanya perubahan perilaku pada masyarakat salah satunya adanya perilaku dalam melakukan pemilihan produk atau jasa. Kondisi pandemi Covid-19 juga semakin membuat konsumen lebih ketat dalam memilih produk atau jasa. Sinar Makmur merupakan UMKM yang menyediakan produk pelumas mesin kendaraan dan industri. Online store Sinar Makmur dirintis untuk meningkatkan penjualan pada masa pandemi dengan nama Oli Makmur. Permasalahan utama yang timbul adalah kurang pahamnya pemahaman preferensi konsumen pada platform e-commerce sehingga pendapatan kurang maksimal. Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui preferensi konsumen dan segmentasi pasar pada e-commerce. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah conjoint analysis dan clustering. Hasil yang didapatkan melalui conjoint analysis adalah atribut terpenting pada e-commerce yaitu tampilan produk dengan nilai kepentingan sebesar 55,95%. Pada clustering, diketahui terdapat tiga cluster yang memiliki karakteristik yang serupa dan sosial demografi pasar.

Kata kunci: *e-commerce, preferensi, conjoint, clustering, atribut, level, online*

ABSTRACT

The development of technology and information that is increasingly fast causes changes in behavior in society, one of which is behavior in selecting products or services. The condition of the Covid-19 pandemic has also made consumers more stringent in choosing products or services. Sinar Makmur is an MSME that provides vehicle and industrial engine lubricant products. The Sinar Makmur online store was initiated to increase sales during the pandemic under the name Oli Makmur. The main problem that arises is the lack of understanding of consumer preferences on e-commerce platforms so that income is not optimal. The purpose of this research is to determine consumer preferences and market segmentation in e-commerce. The method used in this research is conjoint analysis and clustering. The results obtained through conjoint analysis are the most important attribute in e-commerce, namely product display. In clustering, it is known that there are three clusters that have similar characteristics and social demographics of the market.

Keywords: *e-commerce, preferences, conjoint, clustering, attribute, level, online*