

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu *positioning* berupa *perceptual map* menu *breakfast* restoran siap saji di Kota Bandung. Objek- objek penelitian ini adalah restoran siap saji menawarkan menu *breakfast*, yaitu: Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Pizza Hut dan Dunkin'Donuts. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesesuaian harga, pelayanan, variasi menu, kualitas rasa, suasana dan kebersihan yang diberikan oleh restoran siap saji.

Penelitian ini membahas mengenai *perceptual map* konsumen terhadap menu *breakfast* yang diteapkan masing-masing restoran siap saji yang termasuk dalam objek penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan teknik analisis *multidimensional scaling* (MDS), analisis ini memberikan gambar *positioning* dari menu *breakfast* restoran siap saji yang ditampilkan dalam sebuah *perceptual map* yang ditentukan dimensinya sesuai atribut produk. *Multidimensional scaling* yang digunakan adalah *preferen* dimana pendekatan ini menunjukkan seberapa baik *positioning* suatu gerai terhadap posisi titik atribut pada *perceptual map*, maka semakin baik menu *breakfast* restoran siap saji tersebut berdasarkan atribut. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 400 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Pizza Hut dipersepsikan menempati posisi ideal diantara restoran siap saji lainnya yang menyediakan menu *breakfast*. Hal tersebut dibuktikan dengan posisi rengking berdasarkan preferensi, Pizza Hut unggul berdasarkan atribut pelayanan, variasi menu, kualitas rasa, suasana restoran dan kebersihan area restoran. Sedangkan atribut harga, Kentucky Fried Chicken adalah restoran siap saji dengan penentuan harga paling baik.

Kata kunci: Menu *breakfast*, restoran siap saji di kota Bandung, *positioning* menu *breakfast* dan *multidimensional scaling*.