

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata di kota Bandung relatif cukup baik dan pesat. Bandung sendiri merupakan salah satu kota destinasi wisata yang paling diminati oleh wisatawan domestik dan mancanegara. Salah satu fenomena yang menarik adalah pertumbuhan wisata kuliner yaitu dengan semakin banyak bermunculan restoran dan café yang di kota Bandung. Restoran dan café di kota Bandung juga berkembang seiring mengikuti dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk membuat positioning restoran steak di kota Bandung (Abuba steak, Holycow, Karnivor, Suis butcher, dan Waroeng steak & shake) berdasarkan persepsi konsumen. Adapun atribut dalam penelitian ini berdasarkan dari penelitian sebelumnya yaitu, harga, kebersihan, lokasi atau lingkungan, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Pengumpulan data menggunakan data kuesioner, didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner dengan penyusunan atribut yang sudah sesuai dengan penelitian sebelumnya kepada 384 responden. Data tersebut kemudian diolah dengan menggunakan teknik *Multidimensional Scalling Analysis. Software* yang digunakan untuk menghitung dan memvisualisasikan hasil analisis adalah *SPSS Versi 20*.

Hasil penelitian pada penelitian ini adalah Peta Positioning restoran steak berdasarkan tingkat kemiripan menunjukkan bahwa pesaing terdekat restoran Abuba adalah restoran Suis Butcher, pesaing terdekat restoran Holycow adalah Suis Butcher, pesaing terdekat restoran Karnivor adalah Suis Butcher, pesaing terdekat restoran Suis Butcher adalah Karnivor, dan pesaing terdekat restoran Waroeng Steak & Shake adalah Karnivor. Pada peta positioning restoran steak berdasarkan atribut, dapat diambil kesimpulan bahwa pada dimensi harga waroeng steak dinilai paling murah dibandingkan holycow, karnivor, suis butcher dan abuba steak. Pada atribut kebersihan, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen holycow unggul dari para kompetitornya. Pada atribut lokasi atau lingkungan karnivor unggul dari para kompetitornya.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah berdasarkan 5 merek restoran sebagai objek studi untuk dianalisis, maka dapat diketahui merek-merek restoran mana yang menjadi pesaing terdekat antar merek satu sama lain berdasarkan persepsi konsumen di Kota Bandung dalam memilih restoran berdasarkan atribut.

Kata Kunci: *Analisis Multidimensional Scalling, Wisata Kuliner di kota Bandung, Positioning, Persepsi Konsumen.*