ABSTRAK

Perkembangan *Fixed Broadband* yang tidak kalah cepatnya dari *Mobile Broadband* membuat pada *Provider Fixed Broadband* bersaing untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Persaingan antara *provider* semakin meningkat, oleh karenanya setiap *provider* wajib memiliki strategi yang kuat untuk mendapatkan *positioning* yang tepat. Untuk dapat mengetahui *positioning* dari P*rovider Fixed Broadband* yang ada di Kota Bandung, maka penulis melakukan analisis *positioning* berdasarkan persepsi konsumen di Kota Bandung melalui peta persepsi konsumennya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan membandingkan empat *Provider Fixed Broadband.* Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multidimentional scaling.* Analisis ini memberikan gambaran *positioning* dari *Provider Fixed Broadband* yang ditentukan dimensinya sesuai variabel. Semakin dekat posisi titik *provider* terhadap posisi titik variabel, maka semakin baik *provider* tersebut berdasarkan variabelnya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 385 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *convenience sampling.*

Berdasarkan persepsi konsumen Provider Fixed Broadband terhadap variabel secara keseluruhan IndiHome dipersepsikan menempati posisi sangat baik diantara provider lainnya. Diposisi kedua terdapat First Media kemudian Biznet di posisi ketiga. CBN menempati posisi terakhir, dipersepsikan kurang baik oleh konsumen dan calon konsumennya.

Kata kunci: *provider fixed broadband*, *positioning*, dan *multidimentional scaling*