ABSTRAK

MyBluebird adalah sebuah aplikasi milik taksi Bluebird yang sudah dikenal lebih dahulu sebagai salah satu taksi offline terbaik untuk masyarakat Indonesia. Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui *positioning* dari MyBluebird diantara kompetitor-kompetitornya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *multidimensional scaling* yang akan menghasilkan *perceptual map*. Atribut-atribut yang digunakan adalah tarif, keamanan, spesifikasi mobil, *interaction quality*,merek, promosi, waktu tunggu, kemudahan penggunaan aplikasi, Reputasi Brand Aplikasi, kenyamanan, informasi lokasi *driver*, kesediaan *driver* menjemput penumpang yang berlokasi jauh, review *driver*, ketersediaan armada *driver*. Populasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna dari transportasi mobil online. Sampel penelitian ini berjumlah 180 orang. Untuk teknik pengambilan sampling menggunakan *purposive sampling (non-probability sampling)*. Setelah melakukan pengolahan data menggunakan *multidimensional Scaling*, MyBluebird memiliki kompetitor terdekat yaitu AA klik dan MyBluebird unggul pada atribut-atribut yang digunakan. Pada penelitian ini, dikarenakan MyBluebird paling unggul pada wilayah ini sehingga untuk melakukan perbaikan posisi MyBluebird mengacu pada Gojek yang merupakan *Brand* paling unggul dari semua *brand* yang digunakan. Perbaikan posisi MyBluebird dilakukan berdasarkan atribut yang menjadi kelemahan pada MyBluebird tetapi atribut tersebut yang akan menunjang tercapainya tujuan yang ingin dituju oleh MyBluebird yaitu ingin memenuhi kepuasan pelanggan dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan.

Kata Kunci: *Positioning*, Transportasi Mobil *Online*, *Perceptual Mapping* dan *Multidimensional Scaling*.