

ABSTRAK

Restoran Ayam Geprek Sako merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di industri makanan dan minuman. Menu utama restoran ini adalah ayam geprek dengan beragam pilihan menu lainnya. Namun, pendapatan restoran ini pada tahun 2021-2022 tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Untuk memahami lebih lanjut tentang persepsi konsumen terhadap Restoran Ayam Geprek Sako,

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *multidimensional scaling* (MDS) dan analisis SWOT. Metode MDS digunakan untuk menghasilkan data yang dapat menampilkan *perceptual mapping* yang memposisikan Restoran Ayam Geprek Sako dan kompetitornya berdasarkan persepsi konsumen. Dengan bantuan *perceptual mapping*, akan lebih jelas posisi masing-masing *brand* dan hubungan antara atribut dan posisi setiap kompetitor dapat ditampilkan secara visual. Dengan demikian, diharapkan *positioning* yang dibutuhkan Restoran Ayam Geprek Sako dapat didefinisikan dengan lebih lengkap. Hasil dari pemetaan *perceptual mapping* akan menjadi dasar untuk menganalisis SWOT.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 110 orang. Sampel diambil menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis melalui penggunaan *software* IBM SPSS untuk melakukan analisis MDS, dan dari hasil analisis ini didapatkan nilai validitas dan reliabilitas. Dari hasil analisis MDS tersebut, ditemukan bahwa nilai *R-Square* sebesar 0,98876, melebihi angka 0.6, dan nilai Stress sebesar 0.11505, mendekati nol.

Dalam kesimpulannya, penelitian ini diharapkan dapat membantu Restoran Ayam Geprek Sako meningkatkan pendapatan dan popularitasnya melalui pemahaman yang lebih baik tentang persepsi konsumen serta rancangan *positioning* yang tepat. Dengan mengkomunikasikan keunggulan dari restoran Ayam Geprek Sako. Atribut ini diberi prioritas dalam merumuskan perbaikan strategi *positioning*, dengan analisis mendalam terhadap kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman. Hasil perancangan perbaikan strategi *positioning* ditujukan untuk meningkatkan citra *brand* restoran Ayam Geprek Sako, sehingga dapat memperoleh penilaian yang positif di mata konsumen dan berkompetisi secara efektif dengan pesaing.

Kata kunci : *Multidimensional scaling, SWOT, Positioning, Perceptual maps, Restoran*