

Abstrak

Banyaknya rumah makan bebek di Bangkalan membuat rumah makan Raja Bebek Bangkalan memiliki pesaing yang cukup tinggi. Untuk itu Rumah Makan Raja Bebek mempunyai strategi dengan memunculkan atribut baru sesuai dengan keinginan konsumen, misalnya menambahkan inovasi pada menu utamanya. Dengan demikian Rumah Makan Raja Bebek mempunyai ciri khas dengan Rumah Makan lainnya. Sehingga rumah makan Raja Bebek Bangkalan dapat mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan dibandingkan dengan rumah makan bebek lainnya. Penambahan produk dilakukan dengan melihat *positioning* dan persepsi konsumen terhadap produk yang disajikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat mempengaruhi keputusan konsumen melalui penambahan atribut seperti kandungan gizi, harga, bentuk kemasan penyajian, kecepatan pelayanan, porsi makan, mudah diperoleh, aman dikonsumsi, rasa dan aroma. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen terhadap Rumah Makan Raja Bebek yang terletak di Bangkalan, menggunakan metode Analisis Citra dan Biplot, dengan tujuan mengetahui persepsi dan pengaruh kedekatan atribut terhadap penilaian konsumen. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada konsumen dan wawancara kepada pihak rumah makan. Analisis Citra dapat mengetahui persepsi dan penilaian konsumen terhadap atribut yang ada, dan dapat ditunjukkan hasil analisis citra terhadap atribut yang ada di Rumah Makan Raja Bebek Bangkalan yaitu untuk atribut kandungan gizi sebesar 3.513, harga sebesar 3.385, bentuk kemasan penyajian sebesar 3.325, kecepatan pelayanan sebesar 3.427, porsi makan sebesar 3.393, mudah diperoleh sebesar 3.487, aman dikonsumsi sebesar 3.675, rasa sebesar 3.829 dan untuk atribut aroma sebesar 3.932. Sehingga dapat dilihat dari atribut tersebut Rumah Makan Raja Bebek Bangkalan memiliki keunggulan dalam aroma.

Kata kunci : *Positioning*, Analisis Citra, Analisis Biplot

Abstack

The number of home feeding the ducks in Bangkalan make Bangkalan Raja Bebek restaurant has a high enough competitors . For that Eating Raja Bebek has a strategy to bring new attributes in accordance with the wishes of consumers , such as adding innovation to the main menu . Thus Eating Raja Bebek has a characteristic with other Eating . So that the Raja Bebek Bangkalan can find out what are the advantages and disadvantages in comparison to the other duck meal . The addition is done by looking at the product positioning and consumer perceptions of the product presented by the company , so the company can influence consumer decisions through the addition of attributes such as nutrient content , pricing , packaging presentation form , speed of service , food portions, easily available , safe to eat , taste and aroma . The research was conducted on consumers' Eating Raja Bebek located in Bangkalan , using image analysis and Biplot methods , with the aim of knowing the perception and proximity effect attributes to consumers assessment . Data retrieval technique using a questionnaire distributed to consumers and interviews to the restaurant . Image analysis can determine consumers' perception and assessment of existing attributes , and it can be shown the results of image analysis terhadap existing attributes Eating Raja Bebek Bangkalan is to attribute the nutritional content of 3,513 , priced at 3,385 , 3,325 forms of presentation packaging , speed of service 3427 , portions of 3393 , easily obtained for 3487 , is safe for consumption 3 . 675 , flavor 3 . 829 and for the aroma attributes of 3932 . So it can be seen from these attributes Bangkalan Eating Raja Bebek has the advantage of scent .

Keywords : Positioning , Image Analysis , Analysis Biplot