

ABSTRACT

In this high-tech era, there have been tremendous advances in tech-based products and services. Internet is one of them that have widened the world's eyes to a new borderless marketplace. High competition among internet service providers has pushed companies to create competitive advantage and brilliant marketing strategies. They undertake positioning mapping to describe product or service's positioning amongst many competitors. The right positioning strategy becomes a powerful weapon to win in the battle. This research is designed to create positioning mapping based on perceptual mapping. The researcher uses Multidimensional Scaling and image mapping to achieve this research goal. Sampling is using non-probability sampling in Jakarta. Based on non-attribute approach, the research findings show that there is similarity between two different brands. Thus, both brands are competing against one another. On the other hand, CBN and Netzap provider reflect some differences to others. And some brands require some improvements in terms of network reliability.

Keywords: *multidimensional scaling, positioning, internet service provider*

ABSTRAK

Di era teknologi tinggi ini, telah banyak kemajuan dalam produk teknologi dan layanan berbasis. Internet adalah salah satu dari kemajuan yang telah melebarkan mata dunia terhadap sebuah pasar baru yang tanpa batas. Persaingan yang tinggi antara penyedia layanan internet telah mendorong perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan strategi pemasaran yang brilian. Mereka melakukan pemetaan positioning untuk mendeskripsikan posisi produk atau jasa antara banyak kompetitor. Strategi posisi yang tepat menjadi senjata ampuh untuk menang dalam kompetisi. Penelitian ini dirancang untuk membuat pemetaan posisi berdasarkan pemetaan persepsi. Peneliti menggunakan Skala Multidimensional dan pemetaan image untuk mencapai tujuan penelitian. Pengambilan sampel menggunakan sampling non-probability di Jakarta. Berdasarkan pendekatan non-atribut, temuan penelitian menunjukkan bahwa ada kesamaan antara dua merek yang berbeda. Dengan demikian, kedua merek bersaing satu sama lain. Di sisi lain, CBN dan penyedia Netzap mencerminkan beberapa perbedaan satu sama lain. Dan beberapa merek memerlukan beberapa perbaikan dari sisi kehandalan jaringan.

Kata kunci: *skala multidimensional scaling, positioning, penyedia layanan internet*