

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen, segmen konsumen, profil tiap segmen konsumen berdasarkan preferensi tiap segmen, dan preferensi tiap segmen konsumen menu *breakfast* restoran cepat saji di Kota Bandung. Objek studi penelitian ini adalah restoran cepat saji yang menjual menu *breakfast* di Kota Bandung (KFC, McDonald's, Pizza Hut, dan Dunkin Donuts). Atribut preferensinya adalah harga, layanan, suasana, kualitas rasa, dan variasi menu.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis konjoin dan *two step cluster*. Analisis konjoin bertujuan mengetahui apa saja yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih sebuah produk. Analisis klaster bertujuan mengelompokkan objek berdasarkan karakteristik yang dimiliki, *two step cluster* merupakan teknik analisis data untuk analisis klaster dengan variabel yang berbeda yaitu kategorikal dan kontinyu.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa preferensi secara keseluruhan responden pada penelitian ini adalah Harga dan Rasa, dengan jumlah bobot kepentingan Harga dan Rasa sebesar 72,5%, hal ini mengindikasikan bahwa atribut Suasana, Menu, Layanan bukan menjadi hal penting bagi konsumen menu sarapan pagi restoran cepat saji di Kota Bandung dalam memilih menu sarapan pagi restoran cepat saji di Kota Bandung. Dari 400 reponden yang ada pada penelitian ini terbentuklah tiga klaster konsumen, klaster pertama adalah Mahasiswa Junior. klaster kedua adalah Mahasiswa Senior, dan terakhir klaster ketiga adalah Pekerja Muda.

Kata kunci : *Restoran cepat saji, Preferensi, Profil Konsumen*