



**ANALISIS MULTIDIMENSIONAL SCALING (MDS)  
OPTIK KACAMATA DI JEMBER**

**SKRIPSI**

**(Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi (S1) dan melengkapi gelar Sarjana Ekonomi)**

Oleh :

**BUDI CAHYONO**

**050810201200**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2010**

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BUDI CAHYONO  
NIM : 050810201200  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : M. Pemasaran  
Judul : ANALISIS MULTIDIMENSIONAL  
SCALING (MDS) OPTIK KACAMATA DI  
JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplak, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 11 Mei 2010

Yang menyatakan,

BUDI CAHYONO  
NIM.050810201200

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : ANALISIS MULTIDIMENSIONAL SCALING  
(MDS) OPTIK KACAMATA DI JEMBER  
Nama Mahasiswa : Budi Cahyono  
NIM : 050810201200  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Hj. Diah Yulisetiari, M.Si  
NIP. 196107291986032001

Drs. Sunardi, M.M  
NIP. 195304031985031001

Ketua Jurusan

Dra. Hj. Diah Yuli Setiari, M.Si  
NIP. 196107291986032001

**JUDUL SKRIPSI**  
**ANALISIS MULTIDIMENSIONAL SCALING (MDS)**  
**OPTIK KACAMATA DI JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Budi Cahyono**

NIM : **050810201200**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:

**17 Mei 2010**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**Susunan Tim Penguji**

Ketua : Drs. M.Syahrudin  
NIP. 195509191985031003 :.....

Sekretaris : Drs. Sunardi, MM  
NIP. 195304031985031001 :.....

Anggota : Dra. Diah Yulisetiari, M.Si  
NIP. 196107291986032001 :.....

Mengetahui;  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember  
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc.  
NIP. 195608311984031002

## PERSEMBAHAN

Dengan ridho Allah SWT, akhirnya satu kewajiban telah saya selesaikan. Karya kecil ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, pengabdian, hormat dan kasih sayang kepada:

1. ALLAH SWT, Pemberi hidup dan petunjuk dalam setiap langkahku "Hanya kepada engkau lah aku menyembah dan hanya kepada engkau lah aku memohon pertolongan". ;
2. Yang tercinta Ayahanda Sumardi dan Ibunda Suama, Atas setetes keringat, setumpuk harapan dan segala doa. Akhirnya aku bisa membayarnya dengan sebuah langkah awal yang besar ini ;
3. Yang kusayangi adik – adikku ; Mulyono Efendik dan Aditya Setyawan Ramadhan terus berjuang dan semangatlah, masa depanmu masih panjang dan kejarlah cita- citamu apa yang kamu harapkan.;
4. Keluarga besarku, terima kasih atas segala bentuk perhatian, dukungan serta doanya ;
5. Terucap untuk Cinta-Ku,  
Mungkin tidak banyak yang aku beri untukmu, tapi sangat berlebih apa yang kau bagi untukku. Sebuah pengorbanan indah diiringi kerelaan hati untuk menerima segala kekurangan ini menjadi lebih baik, terimakasih Bunda' aku akan selalu bersamamu selamanya.;
6. Almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang selalu aku banggakan, serta teman-teman manajemen 2005'.

## **Motto**

“Hanya kepada Mu aku menyembah dan hanya kepada Mu aku memohon pertolongan. Tunjukkan aku jalan yang lurus, yaitu jalan orang-orang yang Engkau ridhoi, bukanlah jalan orang-orang yang Engkau murkai”.  
(QS. Al-Fatihah:5-7)

Empat hal yang perlu dicamkan dalam kehidupan adalah berpikir jernih tanpa bergegas atau bingung, mencintai setiap orang dengan tulus, bertindak dalam segala hal dengan motif yang mulia, dan percaya pada Tuhan tanpa ragu sedikitpun  
(Hellen Keller)

“ Bila engkau sedang bersuka ria, renungkanlah dalam-dalam ke lubuk hati, disanalah nanti engkau dapati bahwa hanya yang pernah membuatmu menderita berkemampuan besar memberimu bahagia  
Bila engkau berduka cita, renungkanlah lagi ke dalam lubuk hati, disanalah pula bakal kau temui sesungguhnya engkau sedang menangi sesuatu yang dulu pernah engkau syukuri”  
(Kahlil Gibran)

Doa orang tua adalah cahaya dalam kehidupanku dikala aku tak mampu lagi membantu diriku sendiri, hanya pertolongan Allah SWT dan doa orang tua yang mampu mengeluarkanku dari kesulitan”  
(Rachmad Sujarwo)

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Analisis Multidimensional Scaling (MDS) Optik Kacamata di Jember. Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Multidimensional Scaling (MDS) Optik Kacamata berdasarkan persepsi konsumen di Jember.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang mencerminkan persepsi konsumen. Adapun variabel yang digunakan ada 5 (lima) meliputi harga, produk, lokasi, promosi, dan pelayanan. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang memahami variabel produk kelima Optik, yaitu Optik Jasa Lensa, Optik Candra, Optik Duta, Optik Internasional, dan Optik Istana. Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil adalah 90 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *Multi Dimensional Scaling* (MDS). Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen menilai adanya kesamaan Optik Jasa Lensa dan Optik Candra berupa variabel harga, produk dan pelayanan, dan kemiripan dengan Optik Duta berupa variabel lokasi di mana kedua Optik tersebut terletak dalam satu kuadran yang sama pada peta dimensi. Adapun variabel yang paling dapat membedakan Optik Jasa Lensa dengan Optik lainnya (Optik Duta dan Optik Istana) adalah variabel promosi. Di mana variabel promosi tersebut memiliki kesamaan dengan Optik Candra dan Optik Internasional sesuai dengan persepsi konsumen

Kata Kunci: Analisis MDS, variabel produk, daya saing pasar.

## PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” Analisis Multidimensional Scaling (MDS) Optik Kacamata Di Jember ”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Melalui penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memperoleh wawasan pengetahuan, dan hal-hal yang baru untuk meningkatkan kemampuan intelektual dan penelitian. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, proses penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Dra. Hj. Diah Yuli Setiarini, M.Si. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi;
3. Ibu Dra. Hj. Diah Yuli Setiarini, M.Si. selaku dosen pembimbing I, dan Bapak Drs. Sunardi, MM selaku dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penyusunan skripsi ini;
4. Yang Tercinta Ayahanda Sumardi dan Ibunda Suama yang telah mencurahkan seluruh cinta, kasih sayang, perhatian serta mendoakanku tanpa mengenal waktu (tanpamu aku takkan mungkin bisa hidup di dunia ini, semoga Allah SWT memberiku kesempatan untuk dapat membalas budi dan membahagiakan beliau, Amien.....!);
5. Kakak ku yang selalu mendukungku, dan selalu memberikan aku semangat, tanpa semanagat beliaulah aku tidak akan menjadi seorang sarjana seperti ini;
6. Adikku Mulyono Efendik dan Aditya Setyawan Ramadhan, semangatlah belajar dan gapailah cita-citamu apa yang kamu harapkan;



7. Buat Cinta-Ku yang selalu memberikan semangat, doa, dan perhatiannya selama ini, perhatian dan kasih sayangmu akan selalu ku jaga selamanya;
8. Keluarga besarku, terima kasih atas segala doanya;
9. Teman- temanku in the gang ;Fanny, Jimmy, Tommy, Sigit, Dani Satria, Adit, Ariel terima kasih atas bantuan dan kerja samanya selama ini ;
10. Teman-teman MGT 2005, kebersamaan dan persahabatan selama masa kuliah ini begitu menyenangkan, semoga tali silaturahmi tidak terputus sampai disini;  
Penulis menyadari bahwa keterbatasan selalu melekat pada diri manusia, maka dengan penuh kerendahan hati penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat dipergunakan sabagai mana mestinya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Analisis MDS ( <i>Multidimensional Scaling</i> ) .....	5
2.1.2 Persepsi Konsumen.....	6
2.1.3 Pengertian dan Konsep Perilaku Konsumen .....	7
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.5 Atribut Produk .....	13
2.1.6 Hubungan Atribut Produk dan Persepsi Konsumen .....	15
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian .....	17

<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	19
3.1 Rancangan Penelitian .....	19
3.2 Sumber Data .....	19
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	19
3.4 Populasi dan Sampel .....	20
3.4.1 Populasi .....	20
3.4.2 Sampel.....	20
3.5 Identifikasi Variabel.....	21
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	21
3.7 Teknik Pengukuran Data .....	22
3.8 Metode Analisis Data .....	23
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah .....	27
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	29
4.1 Gambaran Umum Optik Jasa Lensa.....	29
4.2 Karakteristik Responden .....	30
4.3 Penilaian Keandalan dan Kesahihan .....	31
4.4 Analisis MDS ( <i>Multidimensional Scalling</i> ) .....	32
4.5 Pembahasan .....	47
4.5.1 Persepsi pemetaan Optik Jasa Lensa dengan Optik lainnya	47
4.5.2 Keterbatasan Penelitian.....	48
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	49
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	51
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	17
Tabel 3.1	Rekomendasi Nilai <i>Stress</i> .....	26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Hasil Kusioner.....	30
Tabel 4.2	Nilai <i>Stress</i> Atribut Optik Jasa Lensa.....	31
Tabel 4.3	Nilai <i>RSQ</i> Atribut Produk Optik Jasa Lensa.....	31
Tabel 4.4	Persepsi Konsumen ( Responden ke -1) Tentang Kemiripan Variabel Harga Optik Jasa Lensa dengan Optik Lainnya .....	32
Tabel 4.5	Persepsi Konsumen ( Responden ke -1) Tentang Kemiripan Atribut Produk Optik Jasa Lensa dengan Optik Lainnya .....	35
Tabel 4.6	Persepsi Konsumen ( Responden ke -1) Tentang Kemiripan Atribut Lokasi Optik Jasa Lensa dengan Optik Lainnya.....	38
Tabel 4.7	Persepsi Konsumen ( Responden ke -1) Tentang Kemiripan Atribut Promosi Optik Jasa Lensa dengan Optik Lainnya .....	41
Tabel 4.8	Persepsi Konsumen ( Responden ke -1) Tentang Kemiripan Atribut Pelayanan Optik Jasa Lensa dengan Optik Lainnya ....	44
Tabel 4.10	Rekapitulasi Peta Positioning Optik Jasa Lensa dengan Optik Lainnya .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Ilustrasi <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i> .....	5
Gambar 2.2	Proses Pembelian.....	11
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual Penelitian .....	18
Gambar 3.1	Prosedur Analisis MDS .....	24
Gambar 3.2	Input Data Analisis MDS.....	25
Gambar 3.3	Kerangka Pemecahan Masalah.....	27
Gambar 4.1	Peta Persepsi Konsumen 2 Dimensi Atribut Harga.....	34
Gambar 4.2	Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Harga ..	34
Gambar 4.3	Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Harga..	34
Gambar 4.4	Peta Persepsi Konsumen 2 Dimensi Atribut Produk.....	36
Gambar 4.5	Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Produk	37
Gambar 4.6	Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Produk	37
Gambar 4.7	Peta Persepsi Konsumen 2 Dimensi Atribut Lokasi.....	39
Gambar 4.8	Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Atribut Lokasi .....	40
Gambar 4.9	Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Lokasi	40
Gambar 4.10	Peta Persepsi Konsumen 2 Dimensi Atribut Promosi .....	42
Gambar 4.11	Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Promosi .....	43
Gambar 4.12	Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Promosi	43
Gambar 4.13	Peta Persepsi Konsumen 2 Dimensi Atribut Pelayanan .....	45
Gambar 4.14	Peta 2 Dimensi Konsistensi Responden Kemiripan Atribut Pelayanan.....	46
Gambar 4.15	Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Pelayanan.....	46

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuisisioner .....	53
Lampiran 2	Jawaban Responden Untuk Kemiripan Harga .....	57
Lampiran 3	Jawaban Responden Untuk Kemiripan Produk .....	62
Lampiran 4	Jawaban Responden Untuk Kemiripan Lokasi .....	67
Lampiran 5	Jawaban Responden Untuk Kemiripan Promosi.....	72
Lampiran 6	Jawaban Responden Untuk Kemiripan Pelayanan.....	77
Lampiran 7	Output Variabel Harga .....	82
Lampiran 8	Output Variabel Produk.....	89
Lampiran 9	Output Variabel Lokasi .....	96
Lampiran 10	Output Variabel Promosi.....	103
Lampiran 11	Output Variabel Pelayanan.....	110