

**ANALISIS POSITIONING CV SALIM JAYA TRAVEL
DENGAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALLING**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S1)**



Oleh :

**YOGA DOHAN EFENDI
NIM. 15.1041.1288**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	x
HALAMAN JUDUL	xii
HALAMAN PERNYATAAN.....	xiii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	1
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	5
ABSTRAK	5
ABSTRACT	5
KATA PENGANTAR.....	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	7
BAB 1 PENDAHULUAN.....	7
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Pemasaran	7
2.1.3 Strategi Pemasaran	8
2.1.3.1 Segmenting.....	9
2.1.3.2 Targeting	10
2.1.3.3 Positioning.....	11
2.1.4 Produk dan Atribut Produk	12
2.1.5 Persepsi	12
2.1.5.1 Pembentukan Persepsi Terdapat Tiga Tahap	13
2.1.6 <i>Multidimensional Scalling</i>	13
2.1.6.1 Teknik <i>Multidimensional Scalling</i>	13
2.1..6.2 Syarat-syarat <i>Multidimensional Scalling</i>	14
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	19
3.1 Identifikasi Variabel.....	19
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.3 Desain Penelitian	19
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	20

3.4.1 Jenis Data.....	20
3.4.2 Sumber Data	20
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	20
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.7 Teknik Analisis Data.....	22
3.7.1 Uji Instrumen Data.....	22
3.7.2 Analisis Multidimensional Scalling	22
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	24
4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Geografis Lumajang	24
4.1.2 Gambaran Umum CV Salim Jaya Travel	25
4.2 Karakteristik Responden.....	25
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	25
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	26
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
4.3 Uji Instrumen Data.....	26
4.3.1 Uji Validitas	26
4.3.2 Uji Reliabilitas	28
4.4 Frekuensi Jawaban Pernyataan Menurut Persepsi Konsumen	30
4.4.1 Frekuensi Jawaban Berdasarkan Atribut Produk	30
4.4.2 Frekuensi Jawaban Pernyataan di CV Salim Jaya Travel.....	30
4.4.3 Frekuensi Jawaban Pernyataan di Arifin Travel.....	31
4.4.4 Frekuensi Jawaban Pernyataan di Mandiri Travel.....	33
4.4.5 Frekuensi Jawaban Pernyataan di Sugeng Travel.....	34
4.5 Analisis <i>Multidimensional Scalling</i>	35
4.5.1 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Tarif.....	36
4.5.2 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Kualitas Layanan.....	38
4.5.3 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Ketepatan Waktu	40
4.5.4 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Kenyamanan.....	42
4.5.5 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Fasilitas Online.....	44
4.6 Pembahasan.....	45
4.6.1 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Tarif.....	46
4.6.2 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Kualitas Layanan.....	46
4.6.3 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Ketepatan Waktu	47
4.6.4 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Kenyamanan.....	47
4.6.5 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut Fasilitas Online.....	48
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN-LAMPIRAN



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihnya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayahnya.
2. Orang tua dan adik tercinta saya yang selalu mensuport, mengingatkan serta mendoakan saya sehingga proses yang saya lalui terasa nyaman dengan segala doa msma, ayah, dan adik. Untukmu mamaku Tutik Hariyati, ayahku Mat Salim Gombloh, dan adikku Sedy Dwi Astuti Nasrullah.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu membangkitkan gairah berkarya demi toga bersama. Mereka luar biasa Hesti DJ., Intan F., Andre A., Dicky RA., Aina Indarika P.
4. Dosen pembimbing skripsiku yang sudah ku anggap sebagai orang tua. Beliau adalah Bapak Drs. M. Naely Azhad Msi dan Ibu Wahyu Eko S SE.,MM yang telah mengajarkan dan membimbingku dengan sabar dengan segala kekuranganku.
5. Dosen pengujiku yang sudah menjadi pengudi yang ikhlas memberikan ilmu pengetahuannya untuk perbaikan skripsi ini.
6. Sahabat-Sahabat dari Manajemen Kelas G angkatan 2015, terkhusus para cowok-cowok pejuang mahar. Fajar Bintang, Fathus Surur, Yayan, Lukman Toso, Sulton, Bagus Maulana, Ade, Putra, Edo, Dicky R, Andre Alexander, Delima Krisma J, Jaka, Firman R, Agus W, Feri Fadli, Febriyanto.
7. Sahabat dari Kontrakan Semeru, Bagus, Penceng , Didik, Pak Gub, Rehan, Pikok, Yudo, Mas Nanda, Heru.
8. Sahabat dari Kontrakan Puri, Wawan, Ilham, Heru.
9. Sahabat yang berjuang bersama dalam mengerjakan skripsi Prasangga Tegar Laksana.
10. Temen-temen KKN 04 Desa Karangrejo yang selalu mendoakan saya dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Temen-temen Kordes KKN di Kecamatan Gumukmas, terkhusus Korcam Alvin, Gey, Anggit, Firman, Henry.
12. Temen-temen Kepengurusan BEM FE Periode 2017-2018.
13. Untuk organisasiku yang selalu saya banggakan HIMPUNAN MAHASISWA ISLAM KOMISARIAT EKONOMI UMJ yang mengajariku dari 0 hingga sekarang ini, panjang umur Himpunkanku, YAKUSA.
14. Temen-temen dan adik-adik dari HMI Komisariat Ekonomi UMJ.

15. Mas-mas dari HMI KOMEK UMJ. W. Yuda Teguh W, Samsul Riski Faris, A Rizal, Rizki Cahya AU, Munadzir Ahsan Al Ghofiqi, Rudi Heriyanto, Bli Rahim.
16. Untuk sang penyemangat sekaligus masa depanku terimakasih sudah menemaniku dalam proses pengerajan skripsi ini sehingga lulus tepat waktu, dia adalah Aina Indarika Puspandari.
17. Untuk Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 3.1 Prosedur Analisis MDS (<i>Multidimensional Scalling</i>)	23
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Lumajang.....	24
Gambar 4.2 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Tarif.....	37
Gambar 4.3 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Tarif	38
Gambar 4.4 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Kualitas Layanan.....	39
Gambar 4.5 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Kualitas Layanan	40
Gambar 4.6 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Ketepatan Waktu.....	41
Gambar 4.7 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Ketepatan Waktu	42
Gambar 4.8 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Kenyamanan.....	43
Gambar 4.9 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Atribut Kenyamanan ...	43
Gambar 4.10 Peta <i>Positioning</i> 2 Dimensi Atribut Fasilitas Online.....	44
Gambar 4.11 Peta 2 Dimensi Kesamaan Sikap Kemiripan Fasilitas Online.....	45

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yoga Dohan Efendi
NIM : 1510411288
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS POSITIONING CV SALIM JAYA TRAVEL DENGAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALLING; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 14 Juli 2019
Yang menyatakan,

Yoga Dohan Efendi
NIM. 15.1041.1288

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Analisis Positioning CV Salim Jaya Travel Dengan Metode Multidimensional Scalling*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Senin
Tanggal : 22 Juli 2019
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

**Dr. Abadi Sanosra SE.,MM.
NPK : 05 09 478**

Anggota 1,

Anggota 2,

**Drs M. Naely Azhad Msi
NPK : 196612311993031006**

**Wahyu Eko S. SE., MM
NPK : 15 09 633**

Mengesahkan :

Dekan FEB,

Ketua Prodi Manajemen,

**Dr. Arik Susbiyani SE., M.Si.
NPK : 01 09 289**

**Haris Hermawan SE.,MM.
NPK : 15 03 643**

SKRIPSI

ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PRODUK DENGAN METODE SQC (*STATISTIC QUALITY CONTROL*) DI DELTA *COLLECTION*



Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M Naely Azhad. Msi

Dosen Pembimbing Pendamping : Wahyu Eko S, SE., MM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan suka duka yang telah dilalui dengan usaha dan kerja keras.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Merupakan karya terakhirku selama menempuh pendidikan di program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember tercinta.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah mengembangkan sistem universitas dengan karyawan-karyawan yang melayani mahasiswa dengan cepat dan tanggap sehingga hal yang diperlukan sebagai pendukung tugas akhir ini berjalan dengan sesuai harapan.

Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membantu menyediakan sistem pelayanan yang baik dan sangat membantu mahasiswa dalam menjalankan proses penyelesaian tugas akhir ini.

Rekan-rekan penulis dan CV SALIM JAYA TRAVEL Lumajang yang telah memberikan bantuan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini.

Sujud dan terima kasih yang dalam, penulis persembahkan kepada Bunda dan Ayahanda tercinta, atas dorongan yang kuat, kebijaksanaan dan do'a nya selama ini.

Jember, 14 Juli 2019

Penulis

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pendapatan dari CV Salim Jaya Travel, Arifin Travel dan Mandiri Travel pada tahun 2018	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Ringkasan Definisi Operasional Variabel	19
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	25
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	26
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas CV Salim Jaya Travel	28
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Arifin Travel.....	28
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Mandiri Travel.....	28
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Sugeng Travel	29
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas CV Salim Jaya Travel.....	29
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Arifin Travel.....	30
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Mandiri Travel.....	30
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Sugeng Travel.....	30
Tabel 4.12 Frekuensi Pernyataan CV Salim Jaya Travel	30
Tabel 4.13 Frekuensi Pernyataan Arifin Travel	32
Tabel 4.14 Frekuensi Pernyataan Mandiri Travel	33
Tabel 4.15 Frekuensi Pernyataan Sugeng Travel	34
Tabel 4.16 Nilai <i>Stress</i> Atribut Produk	36
Tabel 4.17 Nilai <i>RSQ</i> Atribut Produk	36
Tabel 4.18 Koordinat Perusahaan Jasa Berdasarkan Atribut Tarif	37
Tabel 4.19 Koordinat Perusahaan Jasa Berdasarkan Atribut Kualitas Layanan	38
Tabel 4.20 Koordinat Perusahaan Jasa Berdasarkan Atribut Ketepatan Waktu.....	40
Tabel 4.21 Koordinat Perusahaan Jasa Berdasarkan Atribut Kenyamanan	42
Tabel 4.22 Koordinat Perusahaan Jasa Berdasarkan Atribut Fasilitas Online	44



MOTTO

**“Jangan Tuntut Tuhanmu Karena Tertundanya Keinginanmu, Tapi Tuntut
Dirimu Karena Menunda Adabmu Kepada Allah”**

-ibnu Atha’illah As-Sakandari-

**“Tuhan Tidak Pernah Menuntut Kita Untuk Sukses, Tapi Tuhan Hanya
Menyuruh Kita Berjuang Tanpa Henti”**

-Cak Nun-

**”Jangan Terlalu Sering Mengeluh Karena Mengeluh Adalah Caper Yang
Tidak Elegan”**

-Munadzin Ahsan Alghofiqi-

**“Yakinkan Dengan Iman, Usahakan Dengan Ilmu, Sampaikan Dengan Amal,
YAKUSA”**

-Himpunan Mahasiswa Islam-

**“Segala Sesuatu Akan Terlihat Mudah Apabila Di Kerjakan Bukan Hanya Di
Fikirkan”**

-Yoga Dohan Efendi-

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ariyani, Ni Wayan Sri, I Putu Gde Sukaatmadja, dan Nym Dayuh Rimbawan. 2009. "Analysis Positioning Notebook Hewlett Packard (HP) di Provinsi Bali." *Teknologi Elektro*, Vol. 8 No. 2.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Basu Swastha dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Belch, George. (2008). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. 2008. *Pengantar Bisnis Kontemporer buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Budiarto, Teguh. 1993. *Seri Diktat Kuliah Dasar Pemasaran*. Gunadarma. Jakarta.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Churcill, G.A., and Iacobucci, D. (2005). *Marketing Research: Methodological Foundation*. Belmont: Thompson-South Western.
- Cravens, David W. 1991. *Strategic Marketing*. Toronto: Irwin.
- Dewi, L. N. G. D. N., Jatra. M. 2013. *Pengaruh Atribut produk Terhadap Keputusan Pembelian handphone di kota Denpasar*.
- Fandy, Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua. Andy offset. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gudono. (2014). *Analisis Data Multivariat Edisi Ketiga*. Yogyakarta : BPFE.
- Hair, Joseph D., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, dan William C. Black. 2006. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey : Pearson Education.
- Hawkins, D. I., David L. Mothersbaug, dan Roger J. Best. 2007. *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. New York : McGraw-Hill.
- Hermawan Kartajaya. 2000. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Karen Ley Yee, Kok Siew, Chan Yin Fah. 2013. *Factors Affecting Smart-phone Purchase Decision Among Malaysian Generation Y*, International Journal Of Asian Social Science, 3 (12): 2426-2440.
- Kartajaya, Hermawan. 2004. *Hermawan Kartajaya on Brand*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kasali, R., 2000, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*, Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.

- Kasali, Rhenaldi, 2001, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentation, Targeting and Positioning*, Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Marketing Klasik Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 2*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks-Prentice Hall.
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran,Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *ManajemenPemasaran, Jilid I dan II*, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip., and Keller, Lane K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Benyamin Molan. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Upp Amp Ykpn.
- Murti Finda Mei, Suharti. (2005). *Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*. JURNAL MANAJEMEN VOL 5 NO.1.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Method for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sintya P Devy, Sriwahyuningsih, Rito Goenjantoro. (2018). *Analisis Positioning dengan Menggunakan Multidimensional Scaling Nonmetrik*. Jurnal EKSPONENSIA. Volume 9. Nomor 1.
- Sugiyono, 1999. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Alfa Beta. Bandung.
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatifdan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J, 2004, *Analisis Multivariat:art dan intepretasi*, Jakarta, PT. Rineka Cipta.
- Sutojo, Siswanto. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Jakarta: PT. DamarMulia Pustaka.
- Syahputra Boy. (2018). *Analisis Positioning Jasa Transportasi Travel Bandung-Jakarta Pp Berdasarkan Persepsi Pelanggan Di Kota Bandung*. Jurnal Manajemen Indonesia Vol. 14. No. 2.
- Tarigan Miska Irani, Parapat Gultom. (2018). *Analisis Positioning E-Commerce Dengan Metode Multi Dimensional Scaling*. Jurnal Ilmiah Methonomi p-ISSN: 2460-562X Volume 4 Nomor 1.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

- Tjiptono,Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*,Yogyakarta: BPFE.
- Urban, L. G., & Hauser, R. J. (1993). *Design and marketing of new products. (2nd ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Zuraida, Lukia dan Uswatun Chazanah. 2005. “*Analisis Positioning Telepon Seluler di Yogyakarta.*” *Kajian Bisnis*, Vol. 13 (1), h. 130-143.

