

**POSISI BAKPIA PATHOK 25 TERHADAP KOMPETITOR
BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN MENGGUNAKAN
*MULTIDIMENSIONAL SCALING***

TUGAS AKHIR
Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri



MARIA CHRISTIN WIDYAWATI
13 06 07366

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul
POSISI BAKPIA PATHOK 25 TERHADAP KOMPETITOR BERDASARKAN
PERSEPSI KONSUMEN MENGGUNAKAN *MULTIDIMENSIONAL SCALING*

yang disusun oleh
Maria Christin Widyawati
13 06 07366

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 12 Juli 2017

Dosen Pembimbing I,



V. Ariyono S.T., M.T.

Dosen Pembimbing II,



Ririn Diar Astanti, M.MT., D. Eng.

Tim Penguji

Penguji 1,



V. Ariyono S.T., M.T

Penguji 2,



Brilianta Budi Nugraha, S.T., M.T.

Penguji 3,



Deny Ratna Yuniartha, S.T., M.T.

Yogyakarta, 12 Juli 2017

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri

Dekan,



Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Christin Widyawati

NPM : 13 06 07366

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “Persepsi Konsumen Terhadap Posisi Bakpia Pathok 25 dengan Kompetitor Menggunakan *Multidimensional Scaling*” merupakan hasil penelitian saya semester genap Tahun Akademik 2016/2017 yang bersifat orignal dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 3 Juli 2017

Yang menyatakan,

Maria Christin Widyawati

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunianya sehingga penyusun dapat menyelesaikan studi sebagai Sarjana Teknik Industri melalui skripsi ini. terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan dan motivasi serta partisipasi dari semua pihak. Dengan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Mama dan Papa yang selalu mendoakan dan memberi semangat serta motivasi.
2. Adik-adikku Bowo dan Rendy yang membantu selama studi hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Baju Bawono, S.T, M.T., selaku Dosen Pembimbing selama PPTA.
4. Bapak V. Ariyono S.T, M.T., selaku Dosen Pembimbing 1 yang sudah membimbing dan berbagi pengetahuan serta waktu kepada peneliti mulai dari awal hingga akhir pengerjaan Tugas Akhir.
5. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D. Eng. selaku Dosen Pembimbing 2 yang sudah membimbing dan berbagi pengetahuan serta waktu kepada peneliti mulai dari awal hingga akhir pengerjaan Tugas Akhir.
6. Teman-teman angkatan 13 yang sudah mau berbagi pengetahuan, saling memberi dukungan, motivasi, dan berdiskusi bersama dari awal studi sampai Tugas Akhir.
7. Teman-teman *student staff* di Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah memberikan dorongan untuk rajin mengerjakan skripsi, bekerja sama dalam mengatur jadwal kerja sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
8. ABL ku yang sudah memberikan dukungan doa dan semangat.
9. Semua pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi banyak bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 12 Juli 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

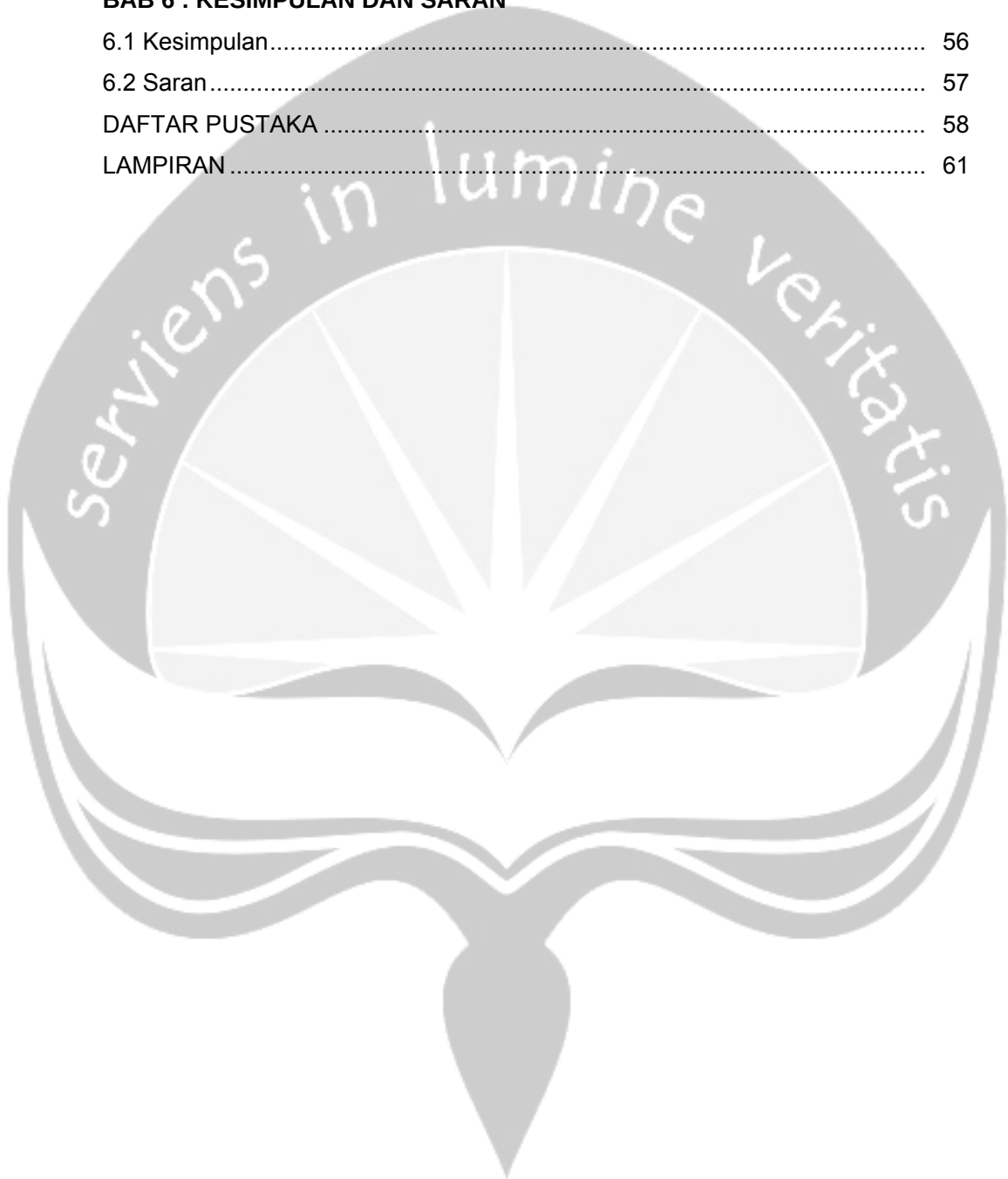
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Originalitas	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar.....	viii
Intisari	ix
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Dasar Teori.....	11
BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tahap Pendahuluan	21
3.2 Tahap Data dan Pengolahan Data.....	22
3.3 Tahap Analisis dan Pembahasan.....	23
3.4 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	25
3.5 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	25
BAB 4 : DATA DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1 Profil Bakpia Pathok 25	27
4.2 Tinjauan Umum Kompetitor.....	29
4.3 Perancangan Kuesioner Pendahuluan.....	32
4.4 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	33
4.5 Uji Instrumen Data Kuesioner Pendahuluan	33
4.6 Analisis Data Kuesioner Pendahuluan	34
4.7 Perancangan Kuesioner Utama	37
4.8 Penyebaran Kuesioner Utama	37
4.9 Uji Instrumen Data Kuesioner Utama	37
4.10 Analisis Data Kuesioner Utama Pada Identitas Responden	39

BAB 5 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 <i>Perceptual Mapping</i>	42
5.2 Usulan Perbaikan	54

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	56
6.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Mikro dan Kecil di D.I.Yogyakarta Triwulan I Tahun 2016 dan Triwulan II Tahun 2016.	2
Tabel 1.2 Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Ke D.I. Yogyakarta Tahun 2012-2015	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian Sekarang ..	9
Tabel 3.1 Rencana Jumlah Sampel	23
Tabel 3.2 Persepsi Salah Satu Responden Terhadap Harga	24
Tabel 3.3 Input SPSS Salah Satu Responden Terhadap Harga	24
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pendahuluan	34
Tabel 4.2 Hasil Analisis Data Kepentingan Atribut	35
Tabel 4.3 Perbandingan Kuesioner Pendahuluan & Kuesioner Utama	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Utama	38
Tabel 4.5 Jumlah Sampel Kuesioner Utama	40
Tabel 5.1 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	43
Tabel 5.2 <i>Anti-Image Matrices</i>	43
Tabel 5.3 <i>Communalities</i>	44
Tabel 5.4 <i>Total Variance Explained</i>	45
Tabel 5.5 <i>Component Matrix</i>	46
Tabel 5.6 <i>Final Coordinates</i> Pada Atribut Harga	47
Tabel 5.7 <i>Final Coordinates</i> Pada Atribut Merek	48
Tabel 5.8 <i>Final Coordinates</i> Pada Atribut Kemasan	50
Tabel 5.9 <i>Final Coordinates</i> Pada Atribut Rasa	51
Tabel 5.10 <i>Final Coordinates</i> Pada Atribut Variasi Rasa	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Perseptual Menurut Solomon.....	13
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Bakpia Pathok 25	28
Gambar 4.2 Bakpia 75	30
Gambar 4.3 Bakpia 145	30
Gambar 4.4 Bakpia Kurnia Sari.....	31
Gambar 4.5 Bakpia Kencana	32
Gambar 4.6 Grafik <i>Top Five Merk</i> Bakpia.....	35
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Gambar 5.1 <i>Scree Plot</i> Pada Analisis Faktor	45
Gambar 5.2 <i>Perceptual Mapping</i> Pada Atribut Harga	47
Gambar 5.3 <i>Perceptual Mapping</i> Pada Atribut Merek.....	49
Gambar 5.4 <i>Perceptual Mapping</i> Pada Atribut Kemasan.....	50
Gambar 5.5 <i>Perceptual Mapping</i> Pada Atribut Rasa	52
Gambar 5.6 <i>Perceptual Mapping</i> Pada Atribut Variasi Rasa	53

INTISARI

Bakpia Pathok 25 merupakan salah satu merek produk oleh-oleh khas Yogyakarta. Perkembangan industri kreatif makanan bakpia semakin meningkat karena banyaknya kompetitor yang menghasilkan produk serupa. Bakpia Pathok 25 yang mengalami penurunan penjualan perlu memperhatikan aktivitas kompetitor. Hal ini dilakukan untuk mengetahui posisi antara Bakpia Pathok 25 dengan kompetitornya berdasarkan persepsi konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode *Multidimensional Scaling* dengan output berupa *perceptual mapping*. *Perceptual mapping* akan menunjukkan posisi Bakpia Pathok 25 dengan kompetitor dilihat dari beberapa atribut yang dibandingkan seperti harga, rasa, kemasan, merek dan variasi rasa.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa secara keseluruhan Bakpia Pathok 25 memiliki pesaing terdekat yaitu Bakpia Kurnia Sari dan Bakpia Pathok 75. Bakpia Pathok 25 dinilai positif oleh konsumen dari segi atribut rasa dan merek tetapi dinilai negatif dari segi atribut harga, kemasan, dan variasi rasa. Oleh karena itu, beberapa usulan diberikan untuk membantu Bakpia Pathok 25 meningkatkan penjualannya seperti melihat merek lain yang dinilai positif oleh konsumen.

Kata Kunci : persepsi konsumen, *multidimensional scaling*, *perceptual mapping*