

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Para responden yang melakukan pengisian kuesioner kemudian akan diidentifikasi berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan dan tingkat penghasilan per bulan. Identifikasi ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik secara umum para responden penelitian. Tabel berikut Menunjukkan komposisi responden berdasarkan usia.

Tabel 4.1

Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
25 tahun	9	11,39
25 – 35 tahun	10	12,66
36 - 45 tahun	25	31,65
45 tahun	35	44,3
Jumlah	79	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan responden terbesar berasal dari konsumen dengan usia 45 tahun berjumlah 35 orang, responden lainnya berusia 36 - 45 tahun dengan jumlah 25 orang, dan sisanya responden berusia kurang dari 25 - 35 tahun dan berusia 25 tahun masing-masing 10 orang dan 9 orang.

Untuk deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Wanita	45	56,96
Pria	34	43,04
Jumlah	79	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan responden terbesar berasal dari konsumen berjenis kelamin wanita dengan jumlah 45 orang sedangkan pria berjumlah 34 orang.

Untuk deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SMA/Sederajat	41	51,9
S1	26	32,91
D3	12	15,19
Jumlah	79	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan responden terbesar berasal dari konsumen berpendidikan SMA/Sederajat dengan jumlah 41 orang, kemudian berpendidikan sarjana berjumlah 26 orang. Sedangkan berpendidikan D3 berjumlah 12 orang.

Untuk deskripsi responden berdasarkan pekerjaan/status dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Data Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Ibu Rumah Tangga	10	12,66
Karyawan Swasta	24	30,38
PNS	20	25,32
Wiraswasta	25	31,64
Jumlah	79	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan responden terbesar bekerja wiraswasta 25 orang, kemudian karyawan swasta 24 orang, selanjutnya responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 20 orang. Sedangkan responden yang berstatus hanya sebagai ibu rumah tangga sebanyak 10 orang.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Penilaian Keandalan dan Kesahihan

Data input dan konsekuensi pemecahan MDS sangat dipengaruhi oleh variabilitas acak, jadi beberapa penilaian yang dibuat mengenai keandalan dan kesahihan cukup dari pemecahan MDS (Supranto,2010:190). Ketepatan suatu pemecahan analisis MDS dinilai dengan ukuran stress. Stress adalah ukuran menunjukkan kekurangan tepatan (*lack of fit*), semakin besar nilai *stress* semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data (Supranto, 2010:186). Maka Semakin rendah nilai stress laptop di semakin baik pula model MDS yang dihasilkan. Nilai *stress* atribut, manfaat, kategori, pengguna atau penerapan, pemakai dan pesaing di Bandar Lampung disajikan dalam Tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5 Nilai Stress Event Organizer

No	Indikator	Stress	Keterangan
1	Harga	0,06830	Sempurna
2	Kualitas Layanan	0,07091	Sempurna
3	Tata Design Decoration	0,10049	Cukup
4	Tempat	0,07121	Sempurna
5	Perlengkapan Acara	0,04223	Sempurna
6	Kategori	0,08717	Sempurna

Sumber : Hasil Data dioleh tahun 2017

Tabel 4.5 menunjukan bahwa *stress* model dua dimensi yang dihasilkan masuk dalam standar *Goodness of fit* dan menunjukan bahwa model penskalaan untuk mewakili data input adalah tepat. IndeksRSQ (*R square*) juga harus dikaji. Model dapat diterima apabila $RSQ \geq 0,60$ (60% atau lebih). Semakin tinggi RSQ.

Semakin baik model MDS. Nilai RSQ produk event organizer di Bandar Lampung disajikan dalam tabel 4.7 berikut ini

Tabel 4.6 Nilai RSQ Event Organizer

No	Indikator	RSQ	Keterangan
1	Harga	0,94580	Dapat Diterima
2	Kualitas Layanan	0,94286	Dapat Diterima
3	Tata Design Decoration	0,90263	Dapat Diterima
4	Tempat	0,94083	Dapat Diterima
5	Perlengkapan Acara	0,94532	Dapat Diterima
6	Kategori	0,91529	Dapat Diterima

Sumber : Hasil Data diolah tahun 2017

Nilai RSQ indikator atribut, manfaat, kategori, pengguna dan penerapan, pemakai dan pesaing dalam objek Event organizer disajikan pada Tabel 4.6 Pada tabel tersebut terlihat bahwa nilai RSQ $\geq 0,60$ (60% atau lebih). Hal ini berarti bahwa model dua dimensi yang dihasilkan sudah bias mewakili data input cukup baik.

4.2.2 Penentuan Posisi dan Penilaian Daya Saing Event Organizer

Penelitian ini akan menunjukkan apa dan bagaimana yang dirasakan pelanggan mengenai kompetisi ataupun daya saing antar event organizer yang terdiri dari event organizer PAMELA EVENT, EYANG UTI, ABIH DECORATION dan NAIK DAUN. Posisi nilai produk atau jasa bisa berubah sejalan dengan persepsi konsumen, perubahan preferensi dan strategi pesaing. Untuk menetapkan posisi sebuah produk perlu dilakukan analisis *positioning*. Analisis *positioning* membantu pemasar dalam mengevaluasi respon pasar (Hasan, 2008:207).

Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan penelitian perlu diketahui bagaimana persepsi konsumen tentang ke empat event organizer yang terdiri dari PAMELA EVENT, EYANG UTI, ABIH DECORATION dan NAIK DAUN. Bagaimana konsumen membedakan membandingkan berdasarkan atribut yang telah ditentukan antara lain Harga, Kualitas Layanan, Tata Design Decoration, Tempat, Perlengkapan Acara dan Kategori.

4.2.2.1 Posisi dan Daya Saing Event Organizer Berdasarkan Atribut Harga

Persepsi konsumen di bawah ini adalah berdasarkan atribut harga yaitu harga yang harus dibayar oleh pengguna jasa Event Organizer yang ditetapkan oleh pihak manajemen Event Organizer untuk menggunakan jasa Event Organizer pada Event Organizer yang bersangkutan. Jawaban selengkapnya ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7 Persepsi Konsumen (Responden ke-1) tentang Kemiripan Harga

Event Organizer	Pamela Event	Eyang Uti	Abih Decoration	Naik Daun
Pamela Event	0			
Eyang Uti	4	0		
Abih Decoration	3	4	0	
Naik Daun	1	1	1	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Jawaban responden pertama pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa :

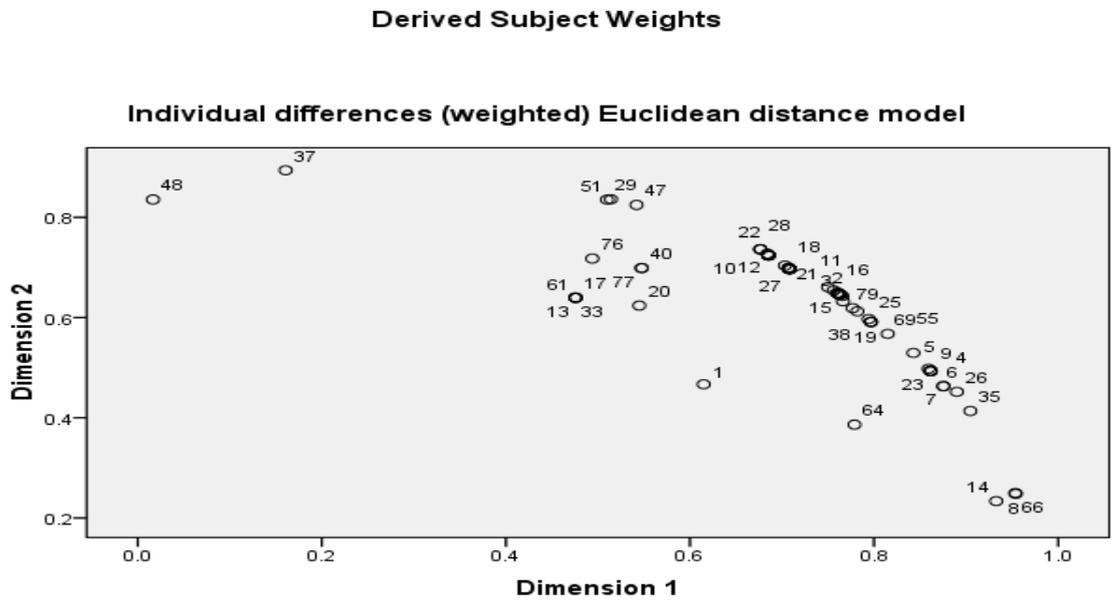
1. Kemiripan antara Pamela Event dengan Eyang Uti dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Event Organizer mirip.
2. Kemiripan antara Eyang Uti dengan Abih Decoration dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Event Organizer mirip.

3. Kemiripan antara Abih Decoration dengan Naik Daun dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 1. Hal ini berarti kedua Event Organizer Sangat tidak mirip
4. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar Event Organizer itu sendiri (seperti dengan Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing Event Organizer berdasarkan atribut Harga mencerminkan persepsi konsumen.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan objek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras).

a. Uji Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Harga



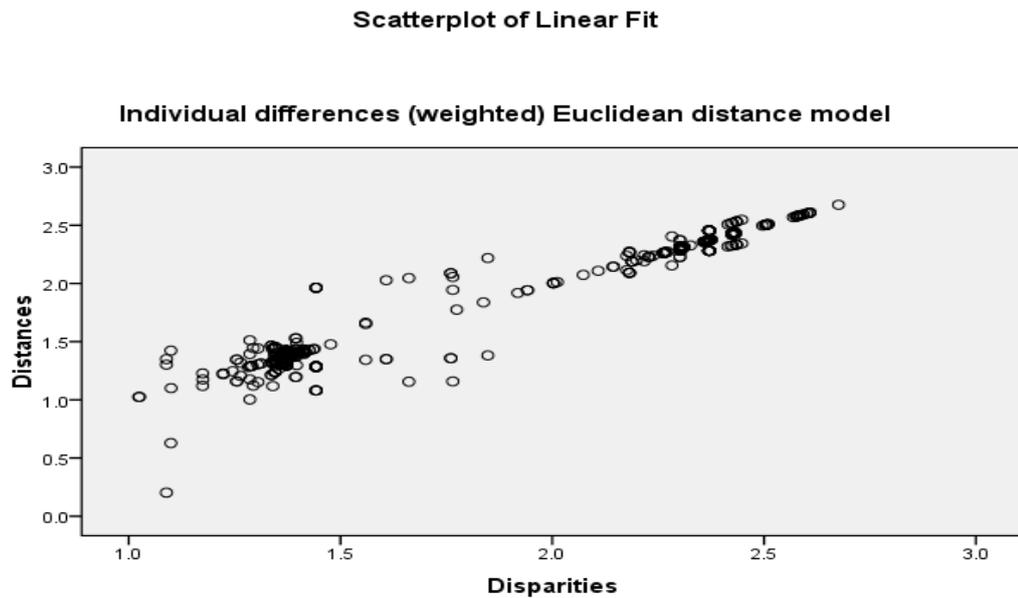
Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Gambar 4.1 Peta Positioning 2 Dimensi

Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Harga

Pada Gambar 4.1 terlihat bahwa posisi 79 responden membentuk sebuah garis lurus yang menuju ke kanan bawah, tetapi relative menggerombol di samping kanan. Hal ini membuktikan bahwa ada keselarasan jawaban antara responden yang satu dengan responden yang lain dalam menilai kemiripan Event Organizer.

b. Uji Kelayakan Sikap Kemiripan Berdasarkan Harga



Gambar 4.2 Peta Positioning 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Harga

Gambar 4.2 Berisi kumpulan koordinat 4 x 79 isi kusioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasi membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan Event Organizer berdasarkan Harga.

Posisi Event Organizer menurut persepsi konsumen dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.9.

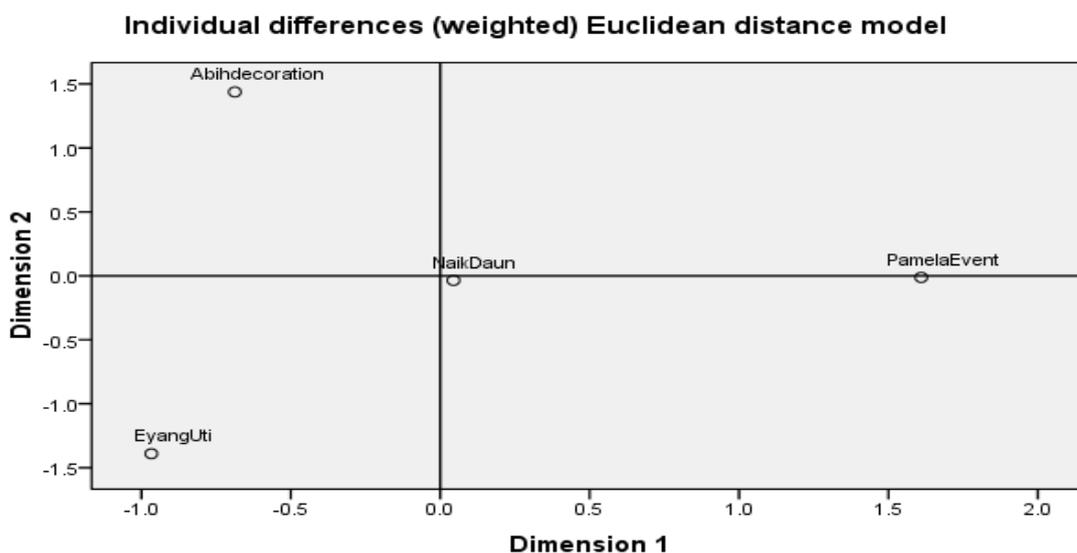
Tabel 4.8 Koordinat Event Organizer Berdasarkan Atribut Harga

No	Event Organizer	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Pamela Event	1.6097	-.0121
2	Eyang Uti	-0.9667	-1.3901
3	Abih Decoration	-0.6873	1.4374
4	Naik Daun	0.0443	-0.0352

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan pada table 4.3 Dapat dihasilkan peta positioning dari masing-masing Event Organizer dengan konfigurasi seperti gambar 4.3.

Derived Stimulus Configuration



Gambar 4.3 Peta Positioning 2 Dimensi Atribut Harga

Gambar 4.3 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari empat Event Organizer yaitu PAMELA EVENT, EYANG UTI, ABIH DECORATION

dan NAIK DAUN. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa dari masing-masing keempat Event Organizer Event Organizer jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi bahwa Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki satu sama lain pada atribut kemiripan harga. Gambar 4.3 menunjukkan bahwa Abih Decoration berjauhan dengan produk atau jasa Event Organizer PAMELA EVENT, EYANG UTI, NAIK DAUN, sehingga produk atau jasa event organizer memiliki perbedaan satu sama lain pada atribut harga atau tidak ada kemiripan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut harga yang ditawarkan Abih Decoration kepada konsumennya berbeda dengan pesaing - pesaingnya.

4.2.2.2 Posisi dan Daya Saing Event Organizer Berdasarkan Atribut Kualitas Pelayanan

Persepsi konsumen di bawah ini adalah berdasarkan atribut kualitas pelayanan yaitu kualitas pelayanan yang harus dibayar oleh pengguna jasa Event Organizer yang ditetapkan oleh pihak manajemen Event Organizer untuk menggunakan jasa Event Organizer pada Event Organizer yang bersangkutan. Jawaban selengkapnya ditunjukkan pada tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.9 Persepsi Konsumen (Responden ke-1) tentang Kemiripan kualitas pelayanan

Event Organizer	Pamela Event	Eyang Ut	Abih Decoration	Naik Daun
Pamela Event	0			
Eyang Ut	5	0		
Abih Decoration	4	4	0	
Naik Daun	3	3	3	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

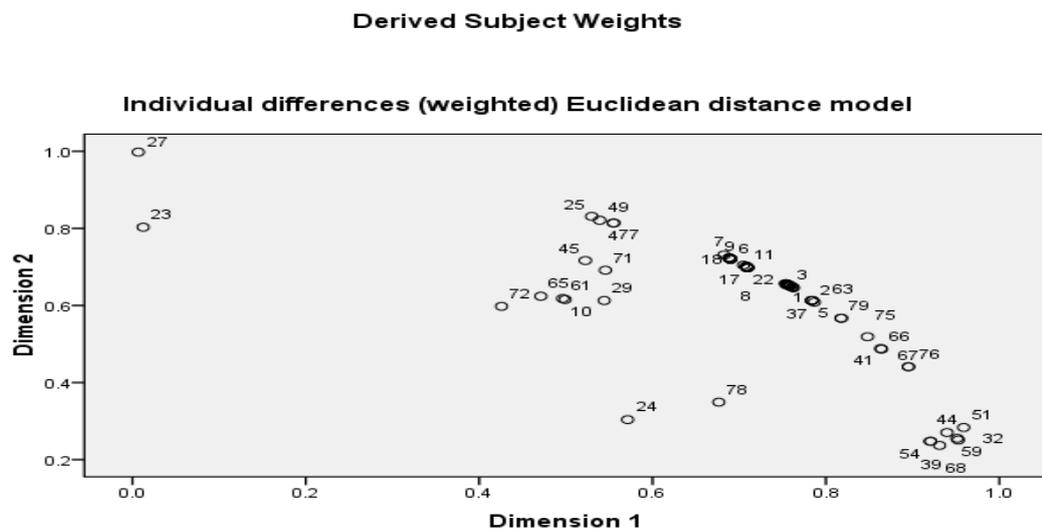
Jawaban responden pertama pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa :

1. Kemiripan antara Pamela Event dengan Eyang Uti dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Event Organizer Sangat mirip.
2. Kemiripan antara Eyang Uti dengan Abih Decoration dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Event Organizer mirip.
3. Kemiripan antara Abih Decoration dengan Naik Daun dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua Event Organizer kurang mirip.
4. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar Event Organizer itu sendiri (seperti dengan Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama.. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing Event Organizer berdasarkan atribut kualitas layanan mencerminkan persepsi konsumen.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan objek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras).

a. Uji Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Kualitas Layanan



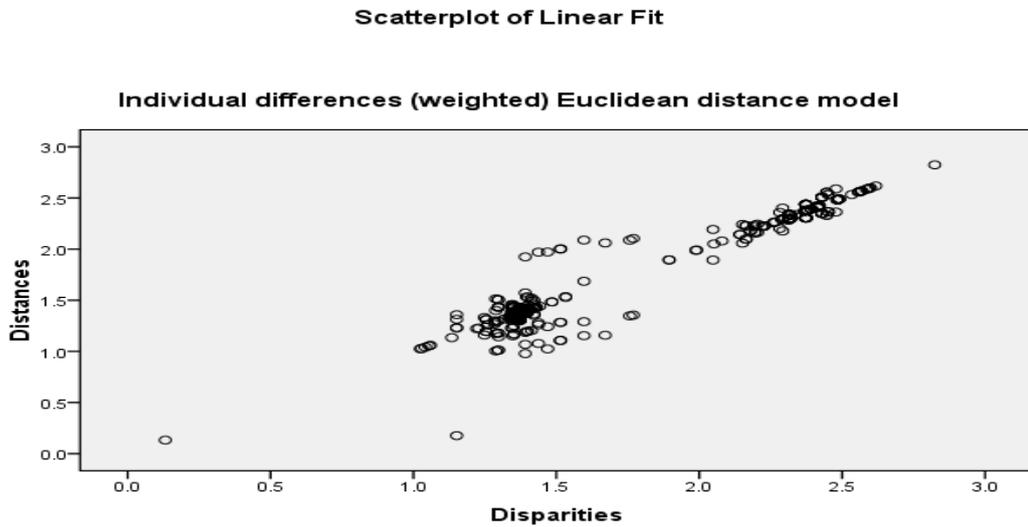
Sumber : hasil data diolah tahun 2017

Gambar 4.4 Peta Positioning 2 Dimensi

Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Kualitas Pelayanan

Pada Gambar 4.4 terlihat bahwa posisi 79 responden membentuk sebuah garis lurus yang menuju ke kanan atas, tetapi relative menggerombol di samping kanan atas. Hal ini membuktikan bahwa ada keselarasan jawaban antara responden yang satu dengan responden yang lain dalam menilai kemiripan Event Organizer.

b. Uji Kelayakan Sikap Kemiripan Berdasarkan Kualitas Layanan



Gambar 4.5 Peta Positioning 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kemiripan Kualitas Layanan

Gambar 4.5 Berisi kumpulan koordinat 4 x 79 isi kusioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan Event Organizer berdasarkan Kualitas Layanan.

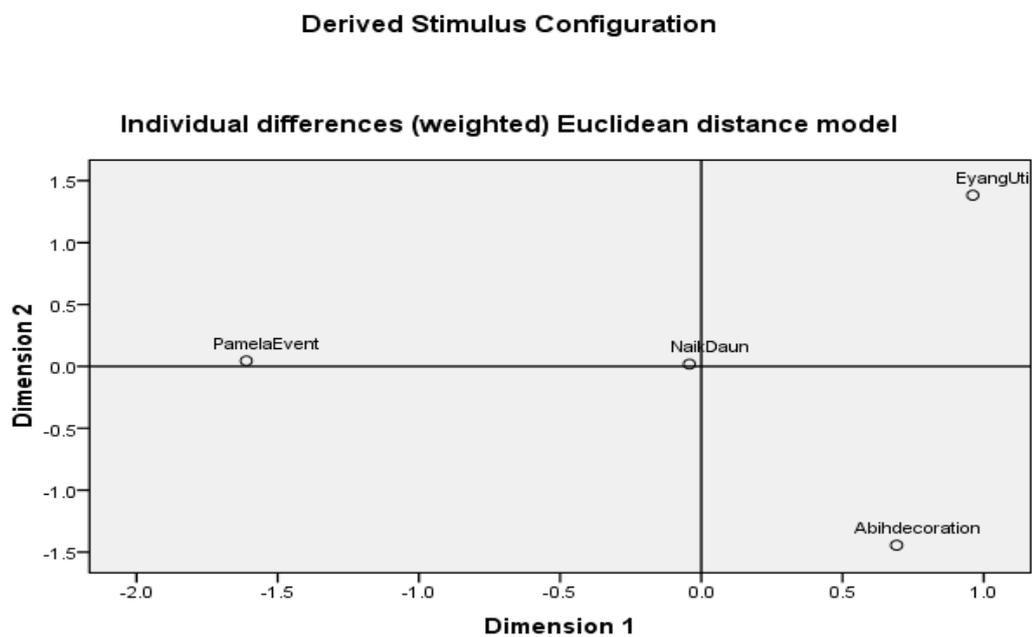
Posisi Event Organizer menurut persepsi konsumen dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Koordinat Event Organizer Berdasarkan Atribut Kualitas Layanan

No	Event Organizer	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Pamela Event	-1.6110	0.0442
2	Eyang Uti	0.9614	1.3823
3	Abih Decoration	0.6918	-1.4446
4	Naik Daun	-0.0421	0.0181

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan pada table 4.10 Dapat dihasilkan peta positioning dari masing-masing Event Organizer dengan konfigurasi seperti gambar 4.10.



Gambar 4.6 Peta Positioning 2 Dimensi Atribut Kualitas Layanan

Gambar 4.6 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari empat Event Organizer yaitu PAMELA EVENT, EYANG UTI, ABIH DECORATION dan NAIK DAUN. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa dari masing-masing keempat Event Organizer jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi bahwa Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut kemiripan kualitas layanan. Gambar 4.6 menunjukkan bahwa Abih Decoration berjauhan dengan jasa Event Organizer PAMELA EVENT, EYANG UTI, NAIK DAUN, sehingga jasa event organizer memiliki perbedaan satu sama lain pada atribut kualitas layanan atau tidak ada kemiripan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut kualitas layanan yang ditawarkan Abih Decoration kepada konsumennya berbeda dengan pesaing - pesaingnya.

4.2.2.3 Posisi dan Daya Saing Event Organizer Berdasarkan Atribut Tata Desain Decoration

Persepsi konsumen di bawah ini adalah berdasarkan atribut tata desain decoration yaitu tata desain decoration yang harus dibayar oleh pengguna jasa Event Organizer yang ditetapkan oleh pihak manajemen Event Organizer untuk menggunakan jasa Event Organizer pada Event Organizer yang bersangkutan. Jawaban selengkapnya ditunjukkan pada tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11 Persepsi Konsumen (Responden ke-1) tentang Kemiripan Tata Desain Decoration

Event Organizer	Pamela Event	Eyang Uti	Abih Decoration	Naik Daun
Pamela Event	0			
Eyang Uti	5	0		
Abih Decoration	3	5	0	
Naik Daun	4	5	4	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

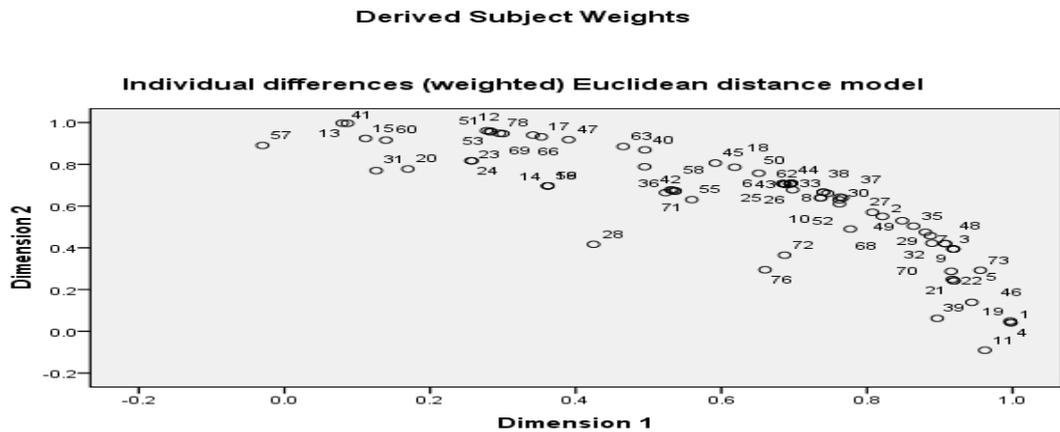
Jawaban responden pertama pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa :

1. Kemiripan antara Pamela Event dengan Eyang Uti dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Event Organizer Sangat mirip.
2. Kemiripan antara Eyang Uti dengan Abih Decoration dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Event Organizer Sangat Mirip.
3. Kemiripan antara Abih Decoration dengan Naik Daun dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Event Organizer Mirip.
4. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar Event Organizer itu sendiri (seperti dengan Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing Event Organizer berdasarkan atribut tata desain dekorasi mencerminkan persepsi konsumen.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan objek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogeny (selaras).

a. Uji Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Tata Desain Decoration



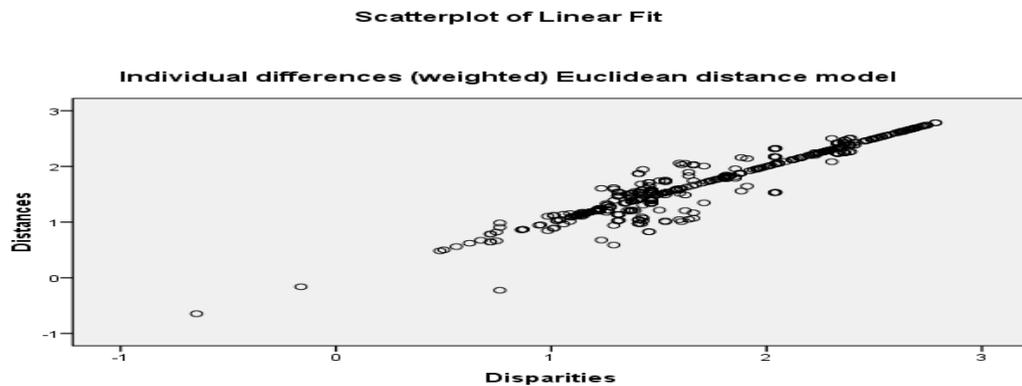
Sumber : hasil data diolah tahun 2017

Gambar 4.7 Peta Positioning 2 Dimensi

Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Tata Desain Decoration

Pada Gambar 4.8 terlihat bahwa posisi 79 responden membentuk sebuah garis lurus yang menuju ke kanan atas, tetapi relative menggerombol di samping kanan atas. Hal ini membuktikan bahwa ada keselarasan jawaban antara responden yang satu dengan responden yang lain dalam menilai kemiripan Event Organizer.

b. Uji Kelayakan Sikap Kemiripan Berdasarkan Tata Desain Decoration



Gambar 4.8 Peta Positioning 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Tata Desain Decoration

Gambar 4.8 Berisi kumpulan koordinat 4 x 79 isi kusioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan Event Organizer berdasarkan tata desain decoration.

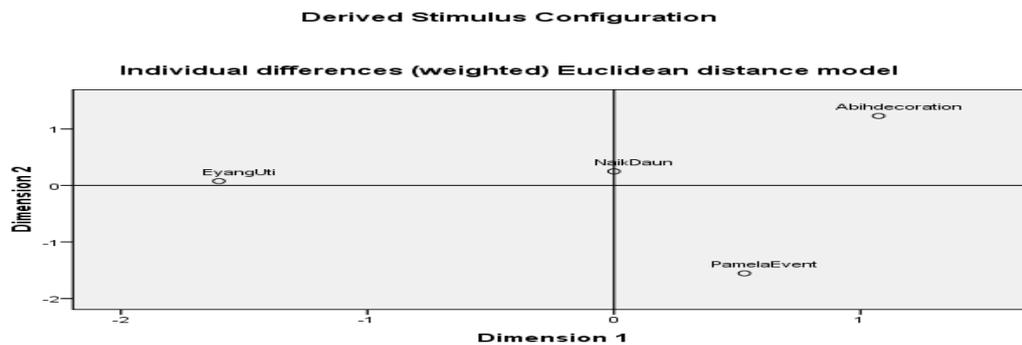
Posisi Event Organizer menurut persepsi konsumen dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Koordinat Event Organizer Berdasarkan Atribut Tata Desain Decoration

No	Event Organizer	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Pamela Event	0.5291	-1.5556
2	Eyang Uti	-1.6025	0.0768
3	Abih Decoration	1.0733	1.2296
4	Naik Daun	0.0001	0.2492

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan pada table 4.9 Dapat dihasilkan peta positioning dari masing-masing Event Organizer dengan konfigurasi seperti gambar 4.9.



Gambar 4.9 Peta Positioning 2 Dimensi Atribut Kualitas Layanan

Gambar 4.9 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari empat Event Organizer yaitu PAMELA EVENT, EYANG UTI, ABIH DECORATION dan NAIK DAUN. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa dari masing-masing keempat Event Organizer Event Organizer jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi bahwa Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki satu sama lain pada atribut kemiripan tata design decoration. Gambar 4.9 menunjukkan bahwa Abih Decoration berjauhan dengan produk atau jasa Event Organizer PAMELA EVENT, EYANG UTI, NAIK DAUN, sehingga jasa event organizer memiliki perbedaan satu sama lain pada atribut tata desain decoration atau tidak ada kemiripan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut tata desain decoration yang ditawarkan Abih Decoration kepada konsumennya berbeda dengan pesaing - pesaingnya.

4.2.2.4 Posisi dan Daya Saing Event Organizer Berdasarkan Atribut Tempat

Persepsi konsumen di bawah ini adalah berdasarkan atribut tempat yaitu pengguna jasa Event Organizer yang ditetapkan oleh pihak manajemen Event Organizer untuk menggunakan jasa Event Organizer pada Event Organizer yang bersangkutan. Jawaban selengkapnya ditunjukkan pada tabel 4.13 berikut :

Tabel 4.13 Persepsi Konsumen (Responden ke-1) tentang Kemiripan Tempat

Event Organizer	Pamela Event	Eyang Ut i	Abih Decoration	Naik Daun
Pamela Event	0			
Eyang Ut i	2	0		
Abih Decoration	4	5	0	
Naik Daun	4	2	4	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

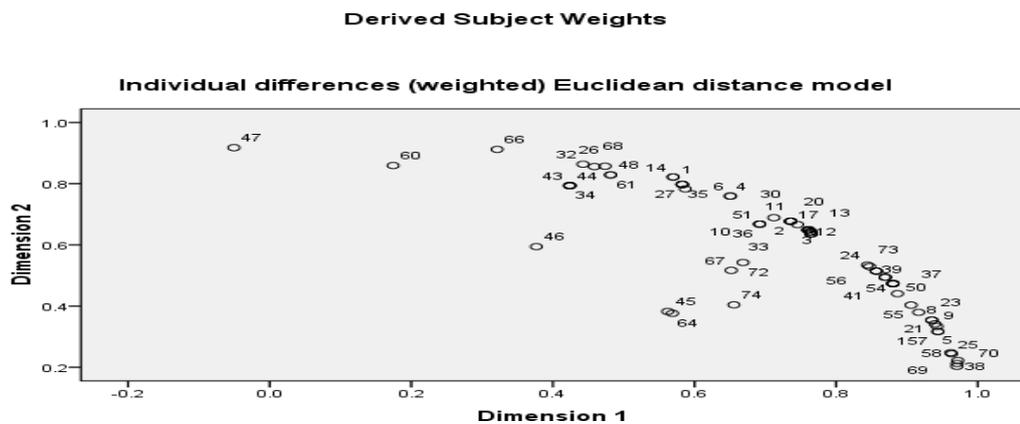
Jawaban responden pertama pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa :

1. Kemiripan antara Pamela Event dengan Eyang Ut i dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Event Organizer Tidak Mirip.
2. Kemiripan antara Eya ng Ut i dengan Abih Decoration dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Event Organizer Sangat Mirip.
3. Kemiripan antara Abih Decoration dengan Naik Daun dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Event Organizer Mirip.
4. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar Event Organizer itu sendiri (seperti dengan Pamela Event, Eyang Ut i, Abih Decoration dan Naik Daun), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama.. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing Event Organizer berdasarkan atribut tempat mencerminkan persepsi konsumen.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan objek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras).

a. Uji Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Tempat



Sumber : hasil data diolah tahun 2017

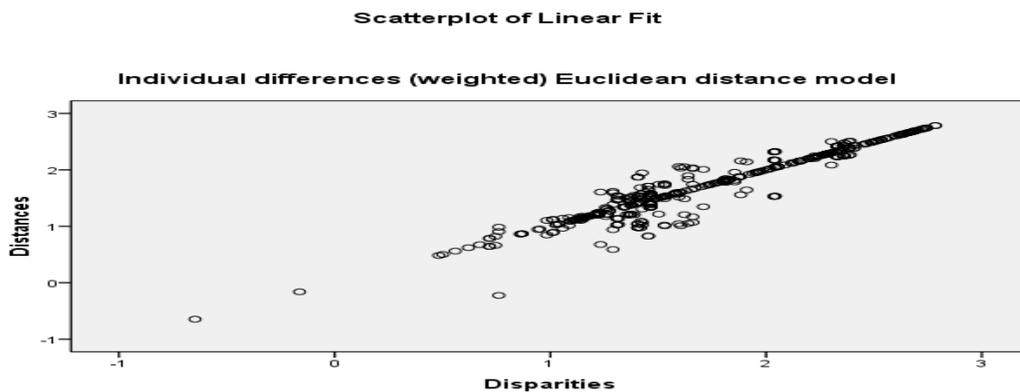
Gambar 4.10 Peta Positioning 2 Dimensi

Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Tempat

Pada Gambar 4.10 terlihat bahwa posisi 79 responden membentuk sebuah garis lurus yang menuju ke kanan atas, tetapi relative menggerombol di samping kanan bawah.

Hal ini membuktikan bahwa ada keselarasan jawaban antara responden yang satu dengan responden yang lain dalam menilai kemiripan Event Organizer.

b. Uji Kelayakan Sikap Kemiripan Berdasarkan Tempat



Gambar 4.11 Peta Positioning 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Tempat

Gambar 4.11 Berisi kumpulan koordinat 4 x 79 isi kusioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan Event Organizer berdasarkan tempat.

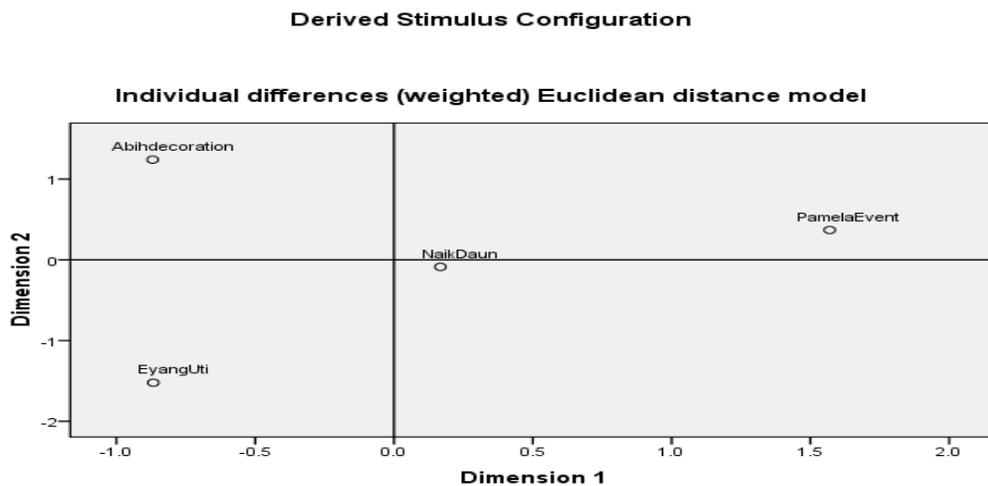
Posisi Event Organizer menurut persepsi konsumen dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 Koordinat Event Organizer Berdasarkan Atribut Tempat

No	Event Organizer	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Pamela Event	1.5697	0.3694
2	Eyang Uti	-0.8672	-1.5221
3	Abih Decoration	-0.8696	1.2406
4	Naik Daun	0.1671	-0.0878

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan pada table 4.14 Dapat dihasilkan peta positioning dari masing-masing Event Organizer dengan konfigurasi seperti gambar 4.14.



Gambar 4.12 Peta Positioning 2 Dimensi Atribut Tempat

Gambar 4.12 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari empat Event Organizer yaitu PAMELA EVENT, EYANG UTI, ABIH DECORATION dan NAIK DAUN. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa dari masing-masing keempat Event Organizer Event Organizer jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi bahwa

Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki satu sama lain pada atribut kemiripan tempat. Gambar 4.12 menunjukkan bahwa Abih Decoration berjauhan dengan jasa Event Organizer PAMELA EVENT, EYANG UTI, NAIK DAUN, sehingga produk atau jasa event organizer memiliki perbedaan satu sama lain pada atribut tempat atau tidak ada kemiripan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut tempat yang ditawarkan Abih Decoration kepada konsumennya berbeda dengan pesaing - pesaingnya.

4.2.2.5 Posisi dan Daya Saing Event Organizer Berdasarkan Atribut Perlengkapan acara

Persepsi konsumen di bawah ini adalah berdasarkan atribut perlengkapan acara yaitu perlengkapan acara yang harus dibayar oleh pengguna jasa Event Organizer yang ditetapkan oleh pihak manajemen Event Organizer untuk menggunakan jasa Event Organizer pada Event Organizer yang bersangkutan. Jawaban selengkapnya ditunjukkan pada tabel 4.15 berikut :

Tabel 4.15 Persepsi Konsumen (Responden Ke-1) Tentang Kemiripan Perlengkapan Acara

Event Organizer	Pamela Event	Eyang Uti	Abih Decoration	Naik Daun
Pamela Event	0			
Eyang Uti	2	0		
Abih Decoration	3	3	0	
Naik Daun	4	2	4	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

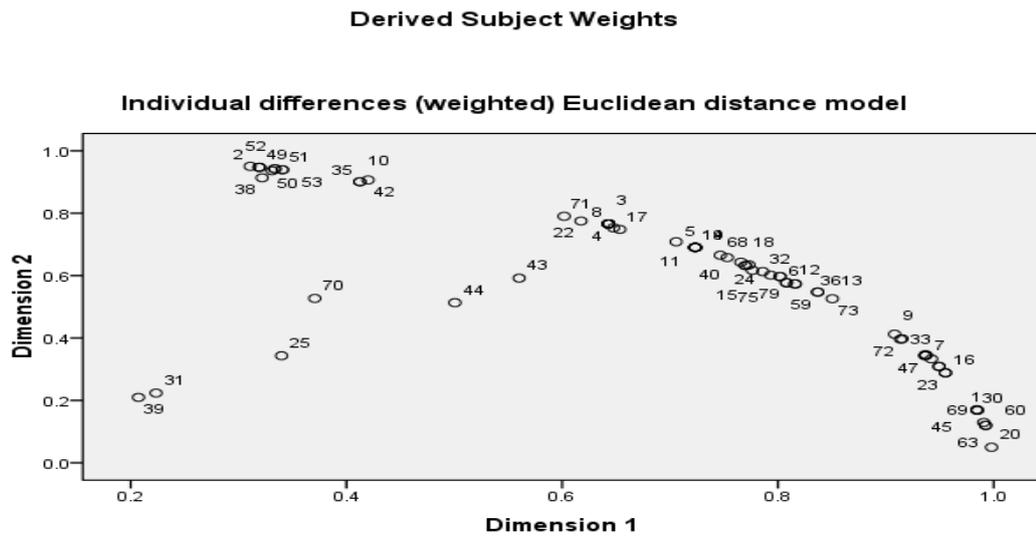
Jawaban responden pertama pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa :

1. Kemiripan antara Pamela Event dengan Eyang Uti dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Event Organizer Tidak Mirip.
2. Kemiripan antara Eyang Uti dengan Abih Decoration dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua Event Organizer Kurang Mirip.
3. Kemiripan antara Abih Decoration dengan Naik Daun dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 4. Hal ini berarti kedua Event Organizer Mirip.
4. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar Event Organizer itu sendiri (seperti dengan Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing Event Organizer berdasarkan atribut perlengkapan acara mencerminkan persepsi konsumen.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan objek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogeny (selaras).

a. Uji Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Perlengkapan Acara



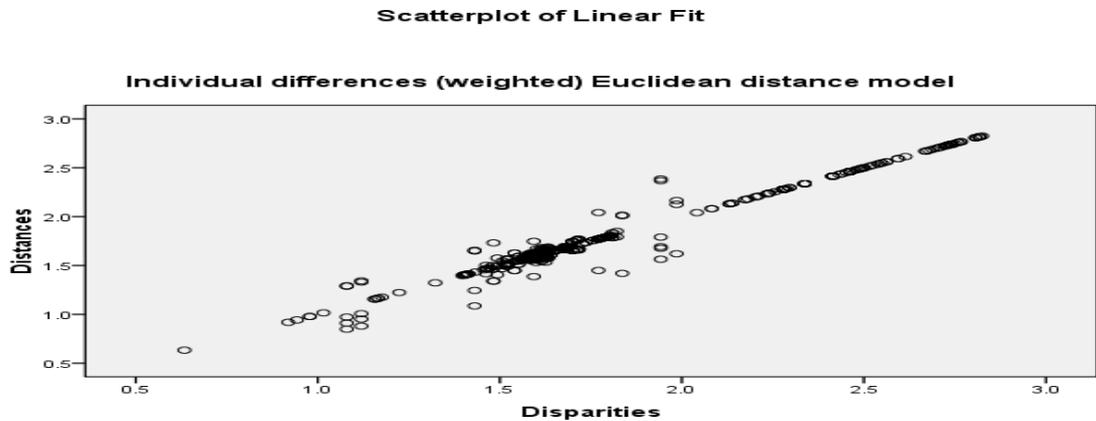
Sumber : hasil data diolah tahun 2017

Gambar 4.13 Peta Positioning 2 Dimensi

Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Perlengkapan Acara

Pada Gambar 4.13 terlihat bahwa posisi 79 responden membentuk sebuah garis lurus dari kiri atas ke kanan bawah, tetapi relative menggerombol di atas dan samping kanan bawah. Hal ini membuktikan bahwa ada keselarasan jawaban antara responden yang satu dengan responden yang lain dalam menilai kemiripan Event Organizer.

b. Uji Kelayakan Sikap Kemiripan Berdasarkan Perlengkapan Acara



Gambar 4.14 Peta Positioning 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Perlengkapan Acara

Gambar 4.14 Berisi kumpulan koordinat 4 x 79 isi kusioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasi membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan Event Organizer berdasarkan perlengkapan acara.

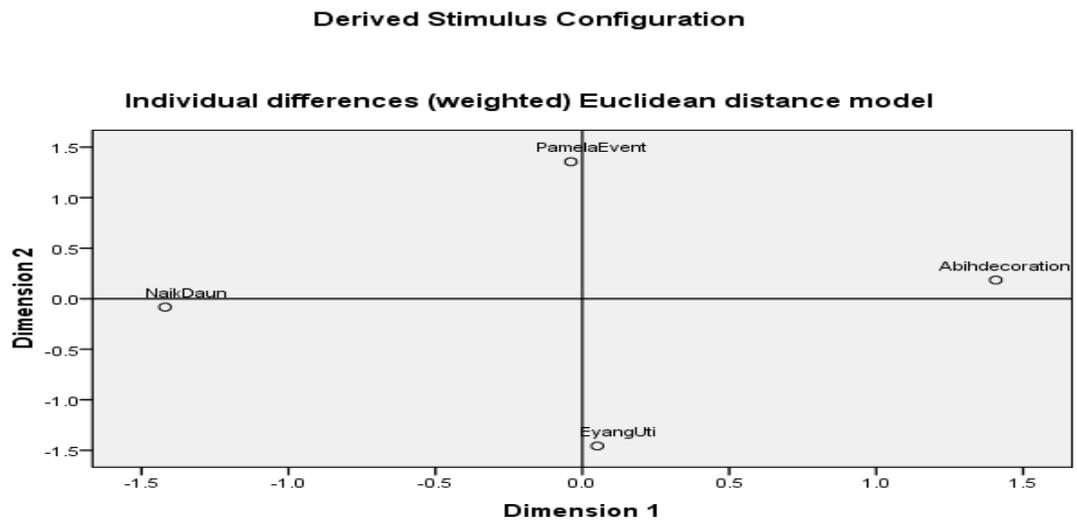
Posisi Event Organizer menurut persepsi konsumen dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16 Koordinat Event Organizer Berdasarkan Atribut Perlengkapan Acara

No	Event Organizer	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Pamela Event	-0.0389	1.3551
2	Eyang Uti	0.0512	-1.4570
3	Abih Decoration	1.4073	0.1846
4	Naik Daun	-1.4197	-0.0828

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan pada table 4.16 Dapat dihasilkan peta positioning dari masing-masing Event Organizer dengan konfigurasi seperti gambar 4.16.



Gambar 4.15 Peta Positioning 2 Dimensi Atribut Tempat

Gambar 4.15 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari empat Event Organizer yaitu PAMELA EVENT, EYANG UTI, ABIH DECORATION dan NAIK DAUN. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa dari masing-masing keempat Event Organizer Event Organizer jaraknya berjauhan. Jarak

posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi bahwa Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki satu sama lain pada atribut kemiripan perlengkapan acara. Gambar 4.15 menunjukkan bahwa kemiripan Abih Decoration berjauhan dengan produk atau jasa Event Organizer PAMELA EVENT, EYANG UTI, NAIK DAUN, sehingga produk atau jasa event organizer memiliki perbedaan satu sama lain pada atribut perlengkapan acara atau tidak ada kemiripan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut tempat yang ditawarkan Abih Decoration kepada konsumennya berbeda dengan pesaing - pesaingnya.

4.2.2.6 Posisi dan Daya Saing Event Organizer Berdasarkan Atribut Kategori

Persepsi konsumen di bawah ini adalah berdasarkan atribut kategori yaitu kategori yang harus dibayar oleh pengguna jasa Event Organizer yang ditetapkan oleh pihak manajemen Event Organizer untuk menggunakan jasa Event Organizer pada Event Organizer yang bersangkutan. Jawaban selengkapnya ditunjukkan pada tabel 4.17 berikut :

Tabel 4.17 Persepsi Konsumen (Responden Ke-1) Tentang Kemiripan Kategori

Event Organizer	Pamela Event	Eyang Uti	Abih Decoration	Naik Daun
Pamela Event	0			
Eyang Uti	5	0		
Abih Decoration	4	3	0	
Naik Daun	2	1	2	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

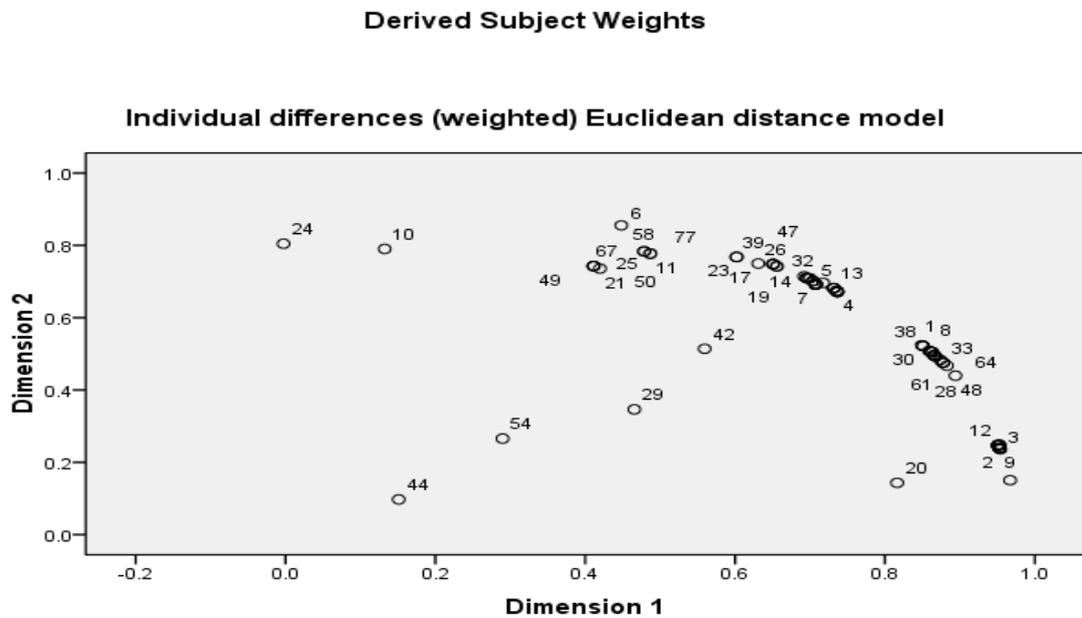
Jawaban responden pertama pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa :

1. Kemiripan antara Pamela Event dengan Eyang Uti dapat dilihat pada baris dua dan kolom satu dengan nilai (skala) 5. Hal ini berarti kedua Event Organizer Sangat Mirip.
2. Kemiripan antara Eyang Uti dengan Abih Decoration dapat dilihat pada baris tiga dan kolom satu dengan nilai (skala) 3. Hal ini berarti kedua Event Organizer Kurang Mirip.
3. Kemiripan antara Abih Decoration dengan Naik Daun dapat dilihat pada baris empat dan kolom satu dengan nilai (skala) 2. Hal ini berarti kedua Event Organizer Tidak Mirip.
4. Demikian seterusnya untuk arti angka yang lain. Angka 0 terjadi karena dilakukan perbandingan antar Event Organizer itu sendiri (seperti dengan Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun), yang tentu tidak ada nilainya.

Jawaban untuk responden kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya akan memiliki variasi jawaban yang tidak harus sama dengan jawaban responden pertama. Secara keseluruhan jawaban responden tentang penilaian kemiripan masing-masing Event Organizer berdasarkan atribut kategori mencerminkan persepsi konsumen.

MDS juga menyediakan fasilitas untuk menguji dan mengetahui kesamaan sikap responden dalam menilai kemiripan objek, apabila jawaban antar responden atas atribut tertentu relatif sama, maka jawaban responden dapat disebut homogen (selaras).

a. Uji Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Kategori



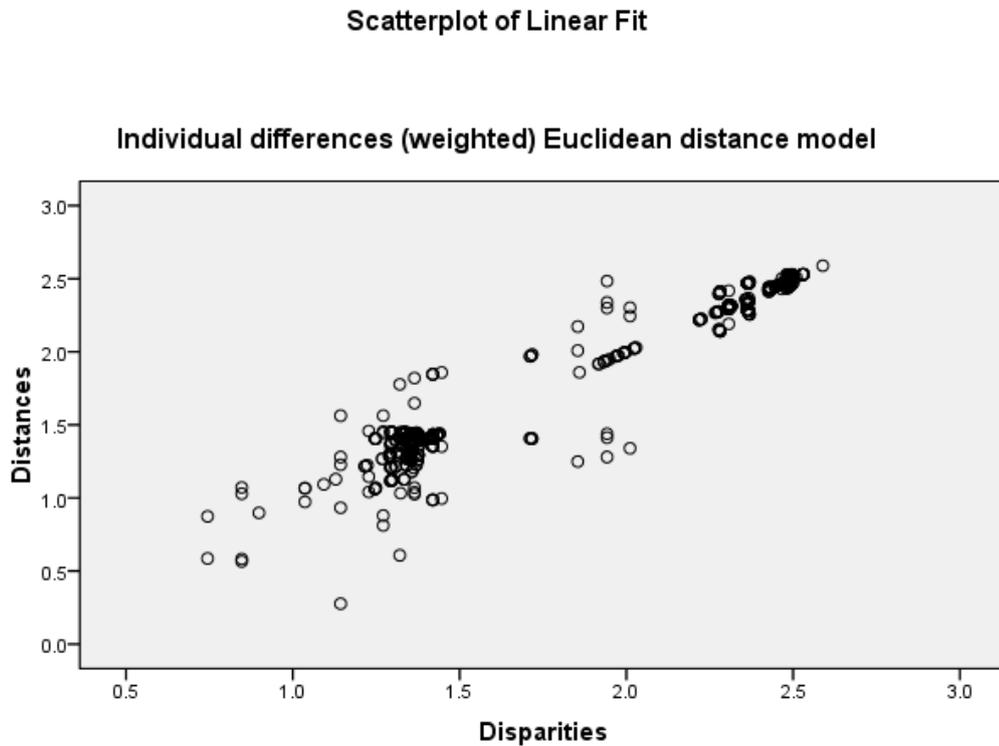
Sumber : hasil data diolah tahun 2017

Gambar 4.16 Peta Positioning 2 Dimensi

Konsistensi Responden Kemiripan Kualitas Jasa Berdasarkan Kategori

Pada Gambar 4.16 terlihat bahwa posisi 79 responden membentuk sebuah garis lurus dari kiri atas ke kanan bawah, tetapi relative menggerombol di atas dan samping kanan bawah. Hal ini membuktikan bahwa ada keselarasan jawaban antara responden yang satu dengan responden yang lain dalam menilai kemiripan Event Organizer.

a. Uji Kelayakan Sikap Kemiripan Berdasarkan Kategori



Gambar 4.17 Peta Positioning 2 Dimensi

Kesamaan Sikap Tentang Kategori

Gambar 4.17 Berisi kumpulan koordinat 4 x 79 isi kusioner, tingkat kesamaan sikap ini ditunjukkan oleh grafik *scatterplot of linear fit* terlihat bahwa titik-titik koordinat membentuk kelompok koordinat yang konfigurasiya membentuk garis dari kiri bawah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesamaan sikap dalam menilai kemiripan Event Organizer berdasarkan kategori.

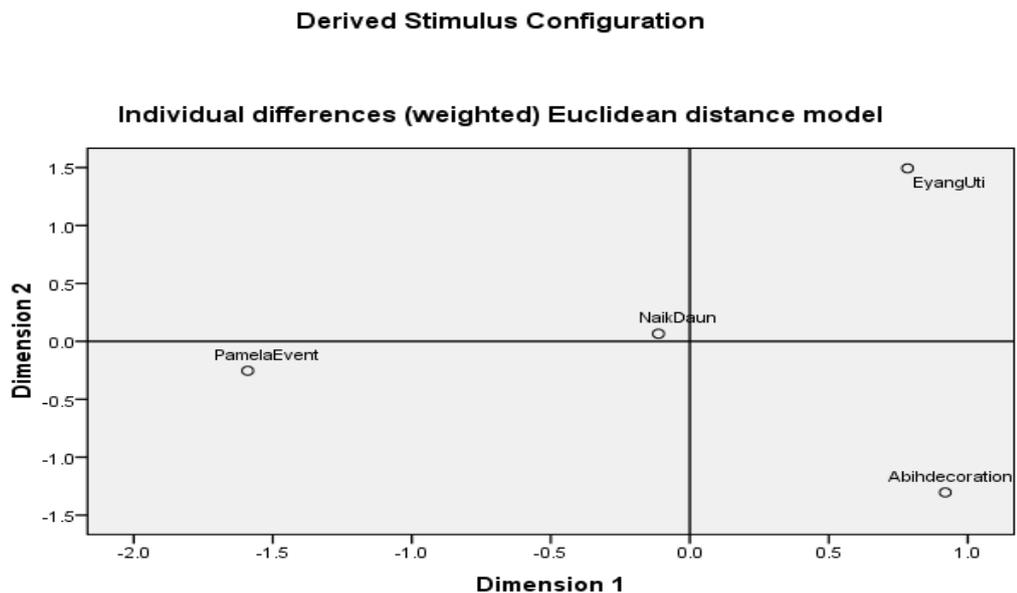
Posisi Event Organizer menurut persepsi konsumen dapat dilihat pada koordinat seperti pada Tabel 4.18.

Tabel 4.18 Koordinat Event Organizer Berdasarkan Atribut Kategori

No	Event Organizer	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Pamela Event	-1.5901	-.2542
2	Eyang Uti	0.7836	1.4932
3	Abih Decoration	0.9192	-1.3044
4	Naik Daun	-.1127	0.0655

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan pada table 4.18 Dapat dihasilkan peta positioning dari masing-masing Event Organizer dengan konfigurasi seperti gambar 4.18.



Gambar 4.18 Peta Positioning 2 Dimensi Atribut Kategori

Gambar 4.18 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences (weighted) Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari empat Event Organizer yaitu PAMELA EVENT, EYANG UTI, ABIH DECORATION

dan NAIK DAUN. Gambar peta tersebut menunjukkan bahwa dari masing-masing keempat Event Organizer Event Organizer jaraknya berjauhan. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah sebuah hasil dari persepsi bahwa Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki satu sama lain pada atribut kemiripan kategori. Gambar 4.18 menunjukkan bahwa kemiripan Abih Decoration berjauhan dengan produk atau jasa Event Organizer PAMELA EVENT, EYANG UTI, NAIK DAUN, sehingga produk atau jasa event organizer memiliki perbedaan satu sama lain pada atribut kategori atau tidak ada kemiripan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa atribut kategori yang ditawarkan Abih Decoration kepada konsumennya berbeda dengan pesaing - pesaingnya.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Peta Positioning Berdasarkan Harga

Berdasarkan Gambar 4.3 peta positioning kimiripan berdasarkan harga menunjukkan bahwa Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari positioning Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut harga, sehingga Event Organizer tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada kualitas jasa, atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan angka dimensi 1 semakin besar (diujung kanan garis horizontal). Gambar 4.1 menunjukkan bahwa koordinat Pamela Event (1.609) berada paling dekat dengan dimensi 1 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen berdasarkan harga , merupakan yang paling membedakan bagi Pamela Event di bandingkan dengan Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (diujung atas garis vertikal) Gambar 4.3 menunjukkan bahwa koordinat Abih Decoration (1.4374) berada paling dekat dengan skala dimensi 2 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas jasa, merupakan yang paling membedakan bagi Abih Decoration dibandingkan dengan Pamela Event, Eyang Uti dan Naik Daun.

4.3.2 Peta Positioning Berdasarkan Kualitas Layanan

Berdasarkan Gambar 4.6 peta positioning kimiripan berdasarkan kualitas layanan menunjukkan bahwa Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari positioning Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut kualitas

layanan, sehingga Event Organizer tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada kualitas jasa, atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan angka dimensi 1 semakin besar (diujung kanan garis horizontal). Gambar 4.6 menunjukkan bahwa koordinat Pamela Event (0.9614) berada paling dekat dengan dimensi 1 yang terbesar (1,0). Implikasinya, di benak konsumen berdasarkan kualitas layanan, merupakan yang paling membedakan bagi Pamela Event di bandingkan dengan Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (diujung atas garis vertikal) Gambar 4.4 menunjukkan bahwa koordinat Eyang Uti (1.3823) berada paling dekat dengan skala dimensi 2 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas jasa, merupakan yang paling membedakan bagi Eyang Uti dibandingkan dengan Pamela Event, Eyang Uti dan Naik Daun

4.3.3 Peta Positioning Berdasarkan Tata Desain Dekorasi

Berdasarkan Gambar 4.9 peta positioning kemiripan berdasarkan kualitas layanan menunjukkan bahwa Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari positioning Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut tata desain decoration, sehingga Event Organizer tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada kualitas jasa, atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan angka dimensi 1 semakin besar (diujung kanan garis horizontal). Gambar 4.9 menunjukkan bahwa koordinat Abih Decoration (1.0733) berada paling dekat dengan dimensi 1 yang

terbesar (1,0). Implikasinya, di benak konsumen berdasarkan tata desain dekorasi, merupakan yang paling membedakan bagi Abih Decoration di bandingkan dengan Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (diujung atas garis vertikal) Gambar 4.7 menunjukkan bahwa koordinat Abih Decoration (1.2296) berada paling dekat dengan skala dimensi 2 yang terbesar (1,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas jasa, merupakan yang paling membedakan bagi Abih Decoration dibandingkan dengan Pamela Event, Eyang Uti dan Naik Daun

4.3.4 Peta Positioning Berdasarkan Tempat

Berdasarkan Gambar 4.12 peta positioning kimiripan berdasarkan tempat menunjukkan bahwa Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari positioning Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut tempat, sehingga Event Organizer tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada kualitas jasa, atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan angka dimensi 1 semakin besar (diujung kanan garis horizontal). Gambar 4.12 menunjukkan bahwa koordinat Pamela Event (1.5697) berada paling dekat dengan dimensi 1 yang terbesar (2,0). Implikasinya, di benak konsumen berdasarkan tempat, merupakan yang paling membedakan bagi Pamela Event di bandingkan dengan Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (diujung atas garis vertikal) Gambar 4.10 menunjukkan bahwa koordinat Abih Decoration (1.2406) berada paling dekat dengan skala dimensi 2 yang terbesar (1,0). Implikasinya, di benak konsumen kualitas jasa, merupakan yang

paling membedakan bagi Abih Decoration dibandingkan dengan Pamela Event, Eyang Uti dan Naik Daun

4.3.5 Peta Positioning Berdasarkan Perlengkapan Acara

Berdasarkan Gambar 4.15 peta positioning kemiripan berdasarkan perlengkapan acara menunjukkan bahwa Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari positioning Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut perlengkapan acara, sehingga Event Organizer tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada kualitas jasa, atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan angka dimensi 1 semakin besar (diujung kanan garis horizontal). Gambar 4.15 menunjukkan bahwa koordinat Abih Decoration (1.4073) berada paling dekat dengan dimensi 1 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen berdasarkan perlengkapan acara, merupakan yang paling membedakan bagi Abih Decoration di bandingkan dengan Pamela Event, Eyang Uti, dan Naik Daun.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (diujung atas garis vertikal) Gambar 4.13 menunjukkan bahwa koordinat Pamela Event (1.3551) berada paling dekat dengan skala dimensi 2 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas jasa, merupakan yang paling membedakan bagi Pamela Event dibandingkan dengan Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun

4.3.6 Peta Positioning Berdasarkan Perlengkapan Kategori

Berdasarkan Gambar 4.18 peta positioning kemiripan berdasarkan kategori menunjukkan bahwa Pamela Event, Eyang Uti, Abih Decoration dan Naik Daun. Jarak posisi yang berjauhan dari pasangan ini adalah hasil dari positioning Event Organizer yang dibandingkan tidak memiliki kemiripan satu sama lain pada atribut kategori, sehingga Event Organizer tersebut memiliki perbedaan satu sama lain pada kualitas jasa, atau tidak ada kemiripan.

Ditinjau dari ukuran skala masing-masing dimensi, bahwa semakin ke kanan angka dimensi 1 semakin besar (diujung kanan garis horizontal). Gambar 4.16 menunjukkan bahwa koordinat Abih Decoration (0.9192) berada paling dekat dengan dimensi 1 yang terbesar (1,0). Implikasinya, di benak konsumen berdasarkan kategori, merupakan yang paling membedakan bagi Abih Decoration di dibandingkan dengan Pamela Event, Eyang Uti, dan Naik Daun.

Pada skala dimensi 2 bahwa semakin ke atas, maka angka pada dimensi 2 semakin besar (diujung atas garis vertikal) Gambar 4.18 menunjukkan bahwa koordinat Eyang Uti (1.4932) berada paling dekat dengan skala dimensi 2 yang terbesar (1,5). Implikasinya, di benak konsumen kualitas jasa, merupakan yang paling membedakan bagi Eyang Uti dibandingkan dengan Pamela Event, Abih Decoration dan Naik Daun