BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah deskripsi data yang merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses selanjutnya. Dalam deskripsi data ini, penulis mencoba untuk menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain nama, jenis kelamin, usia. Responden yang menjadi sempel dalam penelitian ini yang ber usia mellenial yaitu usia dari 19 thn sampai 38 thn, responden yang menggunakan *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme dan responden yang pernah berganti merek.

4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian

1. Karakteritik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	JenisKelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	199	56,9%
2	Laki-Laki	151	43,1%
Total		**350**	**100%**

Sumber: Data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 berarti dari total responden 350 orang yang menggunakan *smartphone* bermerek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme didominasi oleh perempuan dengan jumlah responden sebanyak 199 orang.

2. Karakteritik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Responden BerdasarkanUsia

NO	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	19 – 22	190	54,3%
2	23 – 26	101	28,9%
3	27 – 30	32	9,1%
4	31 – 34	13	3,7%
5	35 – 38	14	4,0%
Total		**350**	**100%**

Sumber: Data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 diatas berarti usia paling banyak didominasi usia 19 – 22 yaitu 190 dan usia paling sedikit adalah usia 31 – 34 yaitu 13 dari total responden 350 orang yang menggunakan *smartphone* bermerek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme dengan karakteristik usia.

3. Karakteritik Responden Berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan pekerjaan

NO	Pekerjaan	Frekuensi(orang)	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	195	55,7%
2.	Pegawai Swasta	81	23,1%
3.	Wiraswasta	41	11,7%
4.	PNS	24	6,9%
5.	Buruh	9	2,6%
TOTAL		**350 Orang**	**100%**

Sumber: Data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 diatas berarti pekerjaan paling banyak didominasi sebagai pelajar/mahasiswayaitu 195 dan pekerjaan paling sedikit adalah buruh yaitu 9 dari total responden 350 orang yang menggunakan *smartphone* bermerek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme dengan karakteristik pekerjaan.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban tentang variabel atribut produk yang di sebarkan kepada 350 responden yang menjadi sempel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Atribut Produk

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		KS		TS		STS	
		F	%	F	%	f	%	F	%	f	%
1	Harga *smartphone* yang sedang anda gunakan sangat terjangkau, Bagaimana menurut Anda?	81	23,1 %	207	59,1 %	55	15,7 %	5	1,4 %	2	6%
2	Terdapat kelengkapan fitur dasar: (pesan/sms, menelpon, akses internet) dan fitur tambahan pada *smartphone* yang sedang anda gunakan, bagaimana menurut Anda?	128	36,6 %	130	37,1 %	83	23,7 %	9	2,6 %	0	0%
3	Desain *smartphone* yang sedang anda gunakan memiliki desain	103	29,4 %	140	40%	91	26%	16	4,6 %	0	0%

	bentuk/tampilan luar *smartphone* yang unik dan elegan, bagaimana menurut Anda?										
4	Terdapat resolusi kamera depan dan kamera utama(belakang) yang berkualitas pada *smartphone* yang anda gunakan, bagaimana menurut Anda?	137	39,1 %	122	34,9 %	86	24,6 %	4	1,1 %	1	0,3 %
5	Terdapat memori ektsternal dan memori internal yang berkapasitas besar pada *smartphone* yang sedang anda gunakan, bagaimana menurut Anda?	93	26,6 %	164	46,9 %	80	22,9 %	13	3,7 %	0	0%
6	Procesor pada *smartphone* yang saya gunakan memiliki kecepatan yang baik, bagaimana	70	20%	168	48%	97	27,7 %	15	4,3 %	0	0%

	menurut Anda?										
7	Baterai memiliki kapasitas MAH yang besar membuat *smartphone* tahan lama saat digunakan, bagaimana menurut Anda?	79	22,6 %	156	44,6 %	109	31,1 %	6	1,7 %	0	0%

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa dari tujuh pernyataan tentang atribut produk yang sangat di respon oleh responden terdapat pada butir pernyataan No.4 yaitu Terdapat resolusi kamera depan dan kamera utama (belakang) yang berkualitas pada *smartphone* yang anda gunakan, bagaimana menurut Anda? yang menyatakan sangat setuju sabanyak 137 responden atau 39,1%. Pernyataan yang paling rendah di respon oleh responden terdapat pada butir pernyataan No.6 yaitu Procesor pada *smartphone* yang saya gunakan memiliki kecepatan yang baik, bagaimana menurut Anda? yang menyatakan sangat setuju sabanyak 70 responden atau 20%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan 30 responden, alasan peneliti menggunakan 30 responden karena meminimalkan kerelevanan suatu pernyataan dalam

kuesioner yang digunakan. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,697	0,361	$r_{hitung}>r_{tabel}$	Valid
2	Pernyataan 2	0,827	0,361	$r_{hitung}>r_{tabel}$	Valid
3	Pernyataan 3	0,732	0,361	$r_{hitung}>r_{tabel}$	Valid
4	Pernyataan 4	0,747	0,361	$r_{hitung}>r_{tabel}$	Valid
5	Pernyataan 5	0,572	0,361	$r_{hitung}>r_{tabel}$	Valid
6	Pernyataan 6	0,508	0,361	$r_{hitung}>r_{tabel}$	Valid
7	Pernyataan 7	0,851	0,361	$r_{hitung}>r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas hasil uji validitas semua pernyataan dari variabel Atribut Produk dinyatakan valid, dilihat dari perhitungan semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat diartikan bahwa dari semua butir pernyataan dapat digunakan dalam penelitian ini karena sudah memenuhi syarat untuk disebarkan suatu instrumen.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukan kepada suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik. Pada pengujian reliabilitas kuesioner digunakan rumus *alpha cronbach* dengan mengkonsultasikan nilai alpha dengan nilai interprestasi nilai r seperti pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6 Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

NilaiKorelasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2009)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Atribut Produk	0,825	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Dari tabel di atas diperoleh nilai r Alpa sebesar 0,825 dari semua pernyataan yang di sebarkan ke 30 responden dalam penelitian ini dengan reliable sangat tinggi, dilihat dari membandingkan dengan nilai Korelasi. Dari hasil yang didapatkan dalam penelitian ini tingkat reliabel yang sangat tinggi dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang di sebarkan pada 30 responden membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan sudah layak untuk disebarkan pada sempel yang sudah di tentukan oleh peneliti.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Penilaian Keandalan dan Kesahihan Atribut Harga

Ketepatan suatu pemecahan analisis *multidimensional scaling* (MDS) dinilai dengan ukuran *stress*. *Stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kekurang tepatan *(lack of fit),* Semakin besar nilai *stress* semakin tidak

tepat bagi peta spasial mewakili input data. Maka semakin rendah nilai *stress* semakin baik pula model MDS yang dihasilkan. Nilai *stress* terhadap *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme. Disajikan dalam tabel 4.8 berikut ini:

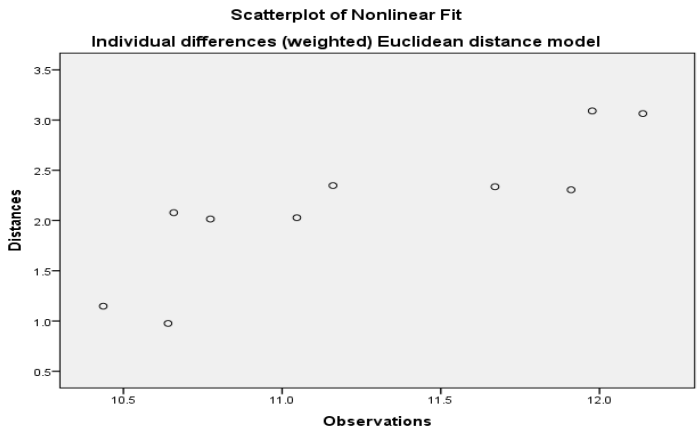
Tabel 4.8 Nilai *Stress* terhadap *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut Harga.

Stress	*RSQ*
0,191	0,995

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa *stress* model dua dimensi yang dihasilkan nilai nya sebesar 0,191 dan sedangkan RSQ nya sebesar 0,99 yang mana dari hasil ini indeks RSQ (R *square*) ≥ 0,60 (60 % atau lebih) sehingga nilai kedua tersebut sempurna dan dapat diterima.

4.3.2 Uji Konsistensi Responden Atribut Harga

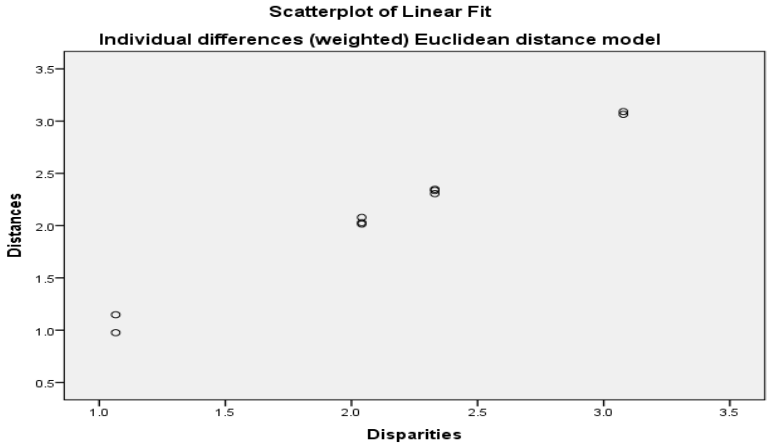


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.1 Uji Konsistensi Responden Atribut Harga

Pada gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa posisi responden. Hal ini membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut harga.

4.3.3 Uji Kesamaan Sikap Atribut Harga

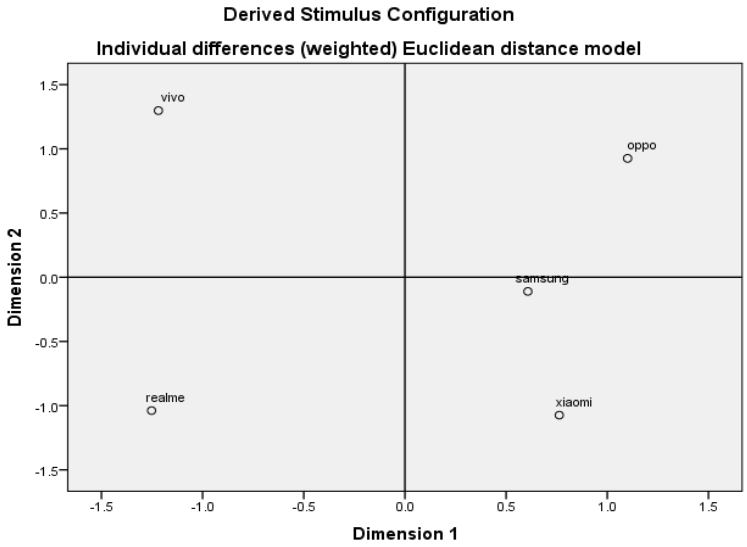


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.2 Uji Kesamaan Sikap Atribut Harga

Pada gambar 4.2 diatas berisi kumpulan koordinat dari isi kuesioner, terlihat titik-titik koordinat membentuk berbagai kelompok koordinat tersendiri. Hal ini membuktikan bahwa responden tidak memiliki kesamaan sikap dalam menilai posisi tiap merek *Smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut harga.

4.3.4 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Harga



Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.3 Hasil Analisis Peta Positioning Dua Dimensi Atribut Harga

Berdasarkan persepsi pengguna *smartphone* dengan merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme yang tertera pada peta *positioning* dua dimensi di atas titik kordinat peta dijelaskan pada tabel 4.9 di bawah.

Tabel 4.9 Koordinat *Smartphone* di Bandar Lampung Berdasarkan Atribut Harga

No	Merek (HP)	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Oppo	1,1003	0,9257
2	Xiaomi	0,7628	-1,0742
3	Samsung	0,6075	-0,1106
4	Vivo	-1,2185	1,2977
5	Realme	-1,2521	-1,0386

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.3 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences* (*weighted*) *Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari *positioning* lima merek *Smartphone* berdasarkan atribut harga. merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

Keteragan :

1. Kuadran 1

   Berdsarkan pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa Kuadran 1 Atribut harga Vivo yaitu Butir Pertanyan 1 “Harga *smartphone* yang sedang anda gunakan sangat terjangkau” Pertanyan ini di prioritaskan oleh konsumen dalam atribut Vivo.

2. Kuadran 2

   Berdsarkan pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa Kuadran 2 Atribut harga Oppo yaitu Butir pertanyaan 1 “Harga *smartphone* yang sedang anda gunakan sangat terjangkau” Pernyataan ini sangat di harapkan oleh konsumen sehingga menjadi prestasi dan di pertahankan dalam atribut Oppo.

3. Kuadran 3

   Berdasarkan pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa Kuadran 3 Atribut harga Realme berdasarkan Butir pertanyaan 1 "Harga *smartphone* yang sedang anda gunakan sangat terjangkau" Pertanyaan ini mendapatkan prioritas rendah oleh konsumen sehingga tidak penting dalam atribut Realme.

4. Kuadran 4

   Berdasarkan pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa Kuadran 4 Atribut berdasarkan harga yaitu Butir pertanyaan 1 "Harga *smartphone* yang sedang anda gunakan sangat terjangkau" dalam kuadaran ini Samsung dan Xiaomi berada pada kudaran yang sama sehingga Pertanyaan ini terlalu berlebihan oleh konsumen sehingga tidak menjadi masalah dalam atribut Samsung dan Xiaomi.

4.3.5 Penilaian Keandalan dan Kesahihan Atribut Kelengkapan Fitur

Ketepatan suatu pemecahan analisis *multidimensional scaling* (MDS) dinilai dengan ukuran *stress*. *Stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kekurang tepatan *(lack offit)*, Semakin besar nilai *stress* semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data. Maka semakin rendah nilai *stress* semakin baik pula model MDS yang dihasilkan. Nilai *stress* terhadap *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme. Disajikan dalam tabel 4.10 berikut ini:

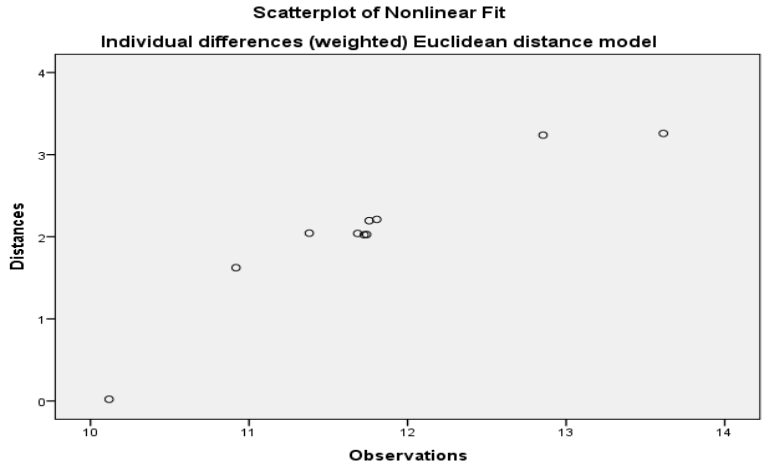
Tabel 4.10 Nilai *Stress* terhadap *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut Kelengkapan Fitur.

Stress	***RSQ***
0,002	0,999

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa *stress* model dua dimensi yang dihasilkan nilai nya sebesar 0,002 dan sedangkan RSQ nya sebesar 0,999 yang mana dari hasil ini indeks RSQ (R *square*) ≥ 0,60 (60 % atau lebih) sehingga nilai kedua tersebut sempurna dan dapat diterima.

4.3.6 Uji Konsistensi Responden Atribut Kelengkapan Fitur

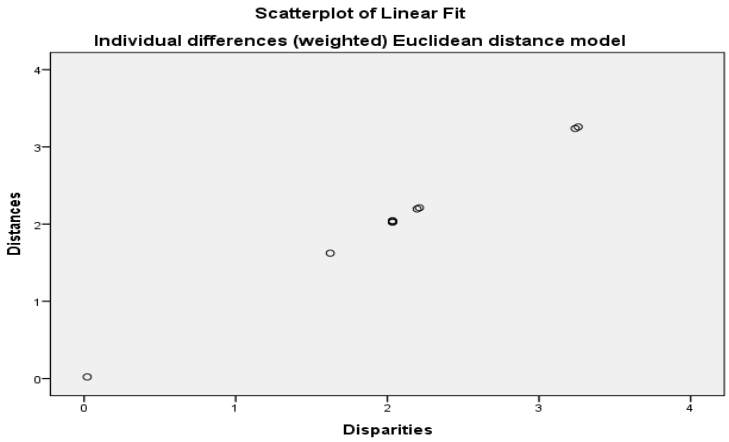


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.4 Uji Konsistensi Responden Atribut Kelengkapan Fitur

Pada gambar 4.4 di atas menunjukkan bahwa posisi responden. Hal ini membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai *Smartphone*merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut kelengkapan fitur.

4.3.7 Uji Kesamaan Sikap Atribut Kelengkapan Fitur



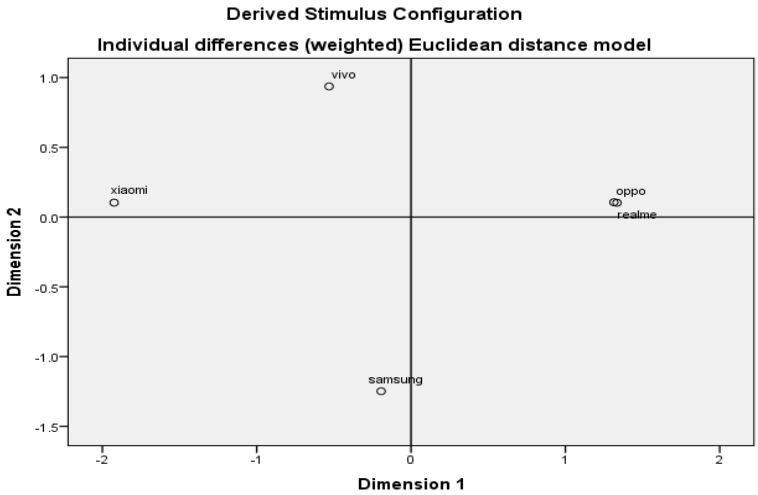
Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.5 Uji Kesamaan Sikap Atribut Kelengkapan Fitur

Pada gambar 4.5 di atas berisi kumpulan koordinat, terlihat titik-titik koordinat membentuk berbagai kelompok koordinat tersendiri. Hal ini

membuktikan bahwa responden tidak memiliki kesamaan sikap dalam menilai posisi setiap merek *Smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut kelengkapan fitur.

4.3.8 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Kelengkapan Fitur



Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.6 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Kelengkapan Fitur

Berdasarkan persepsi pengguna *smartphone* dengan merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo,atau Realme yang tertera pada peta *positioning* dua dimensi di atas titik kordinat peta dijelaskan pada tabel 4.10 di bawah.

Tabel 4.11 Koordinat *Smartphone* Di Bandar Lampung Berdasarkan AtributKelengkapan Fitur

No	Merek (HP)	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Oppo	1,3347	0,1024
2	Xiaomi	-1,9241	0,1034
3	Samsung	-0,1937	-1,2487
4	Vivo	-0,5312	0,9368
5	Realme	1,3143	0,1062

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.6 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences* (*weighted*) *Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari *positioning* lima merek *Smartphone* berdasarkan atribut. merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

Keteragan :

1. Kuadran 1

   Berdasarkan pada gambar 4.6 menunjukkan bahwa Kuadran 1 Atribut kelengkapan fitur Vivo dan Xiaomi yaitu Butir Pertanyan 2 "terdapat kelengkapan fitur dasar : (pesan/sms, menelpon, akses internet) dan fitur tambahan yang sedang anda gunakan." Pertanyan ini di prioritaskan oleh konsumen dalam atribut Vivo dan Xiaomi.

2. Kuadran 2

   Berdasarkan pada gambar 4.6 menunjukbahwa Kuadran 2 Atribut kelengkapan fitur Oppo dan Realme yaitu Butir pertanyaan 2"terdapat kelengkapan fitur dasar : (pesan/sms, menelpon, akses internet) dan fitur tambahan yang sedang anda gunakan.kan" Pernyataan ini sangat di harapkan oleh konsumen sehingga menjadi prestasi dan di pertahankan dalam atribut Oppo dan Realme.

3. Kuadran 3

   Berdasarkan pada gambar 4.6 menunjukkan bahwa Kuadran 3 Atribut Kelengkapan fitur Samsung berdasarkan Butir pertanyaan 1 "Harga *smartphone* yang sedang anda gunakan sangat terjangkau"Pertanyaan ini mendapatkan prioritas rendah oleh konsumen sehingga tidak penting dalam atribut Samsung.

4.3.9 Penilaian Keandalan dan Kesahihan Atribut Desain

Ketepatan suatu pemecah ananalisis *multidimensional scaling* (MDS) dinilai dengan ukuran *stress*. *Stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kekurang tepatan *(lack offit)*, Semakin besar nilai *stress* semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data. Maka semakin rendah nilai *stress* semakin baikpula model MDS yang dihasilkan.Nilai *stress*

terhadap *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme. Disajikandalam tabel 4.12 berikut ini:

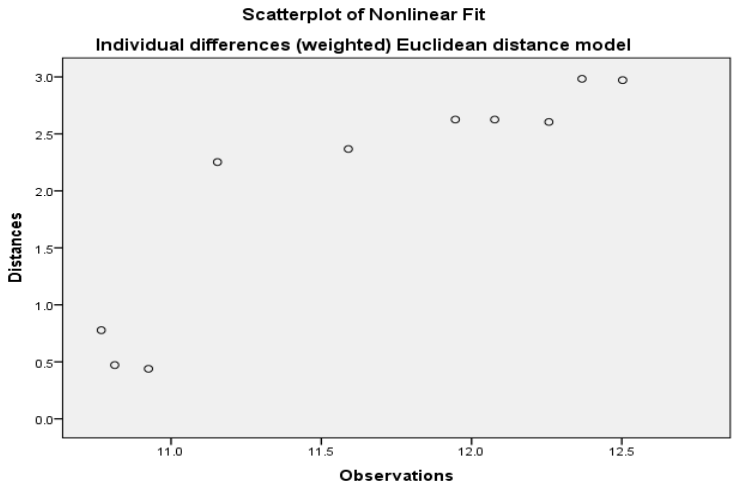
Tabel 4.12 Nilai *Stress* terhadap *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut Desain.

Stress	*RSQ*
0,037	0,992

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa *stress* model dua dimensi yang dihasilkan nilai nya sebesar 0,037 dan sedangkan RSQ nya sebesar 0,992 yang mana dari hasil ini indeks RSQ (R *square*) ≥ 0,60 (60 % atau lebih) sehingga nilai kedua tersebut sempurna dan dapat diterima.

4.3.10 Uji Konsistensi Responden Atribut Desain

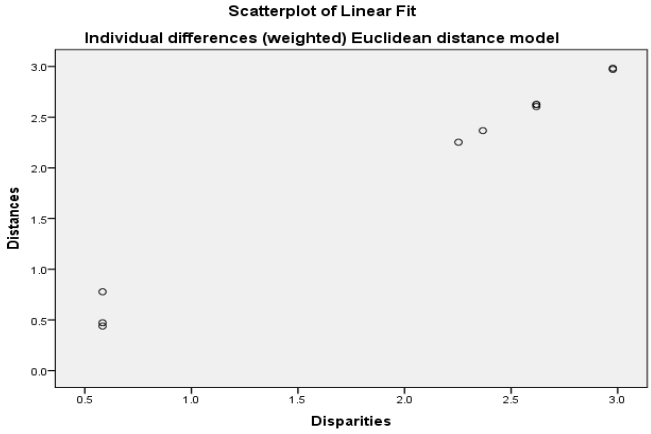


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.7 Uji Konsitensi Responden Atribut Desain

Pada gambar 4.7 di atas menunjukkan bahwa posisi responden. Hal ini membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai *Smartphone*merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut desain.

4.3.11 Uji Kesamaan Sikap Atribut Desain

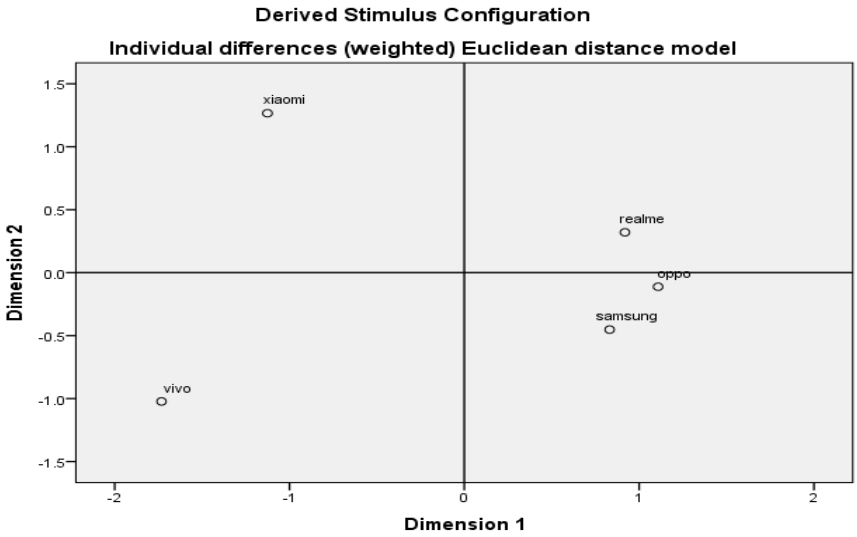


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.8 Uji Kesamaan Sikap Atribut Desain

Pada gambar 4.8 di atas berisi kumpulan koordinat dari isi kuesioner, terlihat titik-titik koordinat membentuk berbagai kelompok koordinat tersendiri. Hal ini membuktikan bahwa responden tidak memiliki kesamaan sikap dalam menilai posisi tiap merek *Smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut desain.

4.3.12 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Desain



Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.9 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Desain

Berdasarkan persepsi pengguna *smartphone* denganmerek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme yang tertera pada peta *positioning* dua dimensi di atas titik kordinat peta dijelaskan pada tabel 4.13 di bawah.

Tabel 4.13 Koordinat *Smartphone*di Bandar Lampung Berdasarkan Atribut Desain

No	Merek (HP)	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Oppo	1,1003	0,1118
2	Xiaomi	-1,1261	1,2661
3	Samsung	0,8310	-0,4522
4	Vivo	-1,7321	-1,0225
5	Realme	0,9188	0,3204

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.9 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences* (*weighted*) *Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari *positioning* lima merek *Smartphone* berdasarkan atribut. merek oppo, xiaomi, samsung, vivo, atau realme.

Keteragan :

1. Kuadran 1

   Berdsarkan pada gambar 4.9 menunjukkan bahwa Kuadran 1 Atribut desain Xiaomi yaitu Butir Pertanyan 3 “desain *smartphone* yang sedang anda gunakan memiliki desain bentuk/tampilan luar *smarthphone*, desain tampilan menu dalam *smartphone* yang unik dan elegan.” Pertanyan ini di prioritaskan oleh konsumen dalam atribut Xiaomi.

2. Kuadran 2

   Berdsarkan pada gambar 4.9 menunjukkan bahwa Kuadran 2 Atribut desain Realme yaitu Butir pertanyaan 3 “desain *smartphone* yang sedang anda gunakan memiliki desain bentuk/tampilan luar *smarthphone*, desain

tampilan menu dalam *smartphone* yang unik dan elegan.” Pernyataan ini sangat di harapkan oleh konsumen sehingga menjadi prestasi dan di pertahankan dalam atribut Realme.

3. Kuadran 3

   Berdasarkan pada gambar 4.9 menunjukkan bahwa Kuadran 3 Atribut desain Vivo berdasarkan Butir pertanyaan 3 “desain *smartphone* yang sedang anda gunakan memiliki desain bentuk/tampilan luar *smarthphone*, desain tampilan menu dalam *smartphone* yang unik dan elegan. ”Pertanyaan ini mendapatkan prioritas rendah oleh konsumen sehingga tidak penting dalam atribut Vivo.

4. Kuadran 4

   Berdasarkan pada gambar 4.9 menunjukkan bahwa Kuadran 4 Atribut berdasarkan desain Samsung dan Oppo yaitu Butir pertanyaan 3 “desain *smartphone* yang sedang anda gunakan memiliki desain bentuk/tampilan luar *smarthphone*,desain tampilan menu dalam *smartphone* yang unik dan elegan. ” dalam kuadaran ini Samsung dan oppo berada pada kudaran yang sama sehingga Pertanyaan ini terlalu berlebihan oleh konsumen sehingga tidak menjadi masalah dalam atribut Samsung dan Oppo.

4.3.13 Penilaian Keandalan dan Kesahihan Atribut Kamera

Ketepatan suatu pemecahan analisis *multidimensional scaling* MDS dinilai dengan ukuran *stress*. *Stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kekurang tepatan *(lack offit),* Semakin besar nilai *stress* semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data. Maka semakin rendah nilai *stress* semakin baik pula model MDS yang dihasilkan. Nilai *stress* terhadap *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme. Disajikan dalam tabel 4.14 berikut ini:

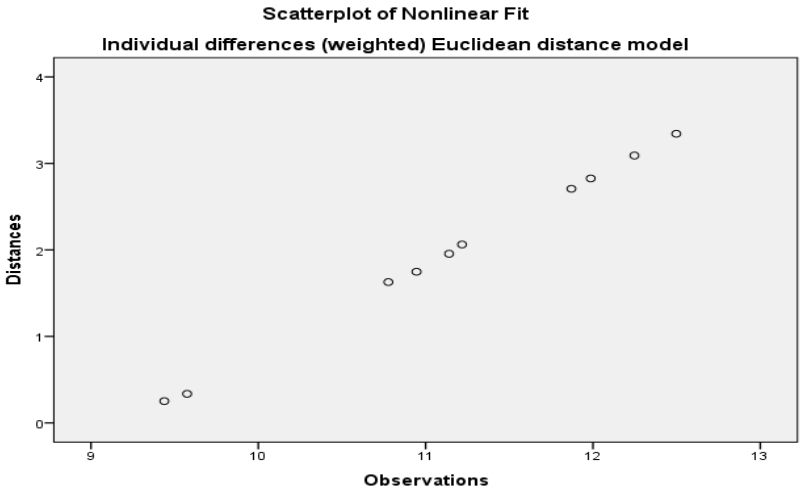
Tabel 4.14 Nilai *Stress* terhadap *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut Kamera.

Stress	*RSQ*
0,000	1,000

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa *stress* model dua dimensi yang dihasilkan nilai nya sebesar 0,000 dan sedangkan RSQ nya sebesar 1,000 yang mana dari hasil ini indeks RSQ (R *square*) ≥ 0,60 (60 % atau lebih) sehingga nilai kedua tersebut sempurna dan dapat diterima.

4.3.14 Uji Konsistensi Responden Atribut Kamera

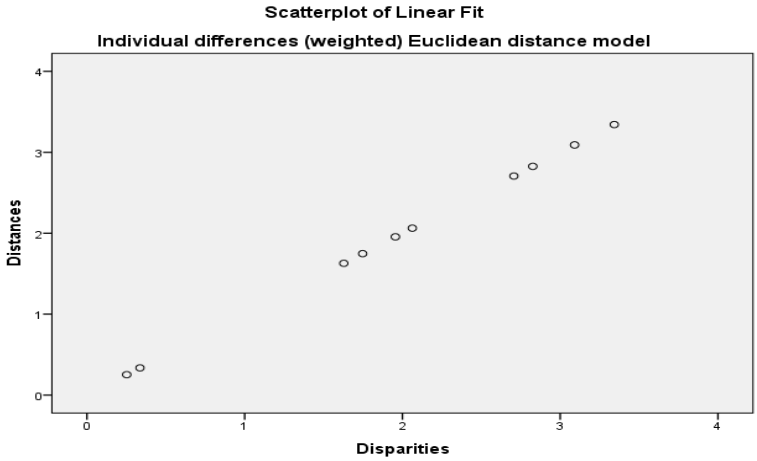


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.10 Uji Konsitensi Responden Atribut Kamera

Pada gambar 4.10 di atas menunjukkan bahwa posisi responden. Hal ini membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.15 Uji Kesamaan Sikap Atribut Kamera

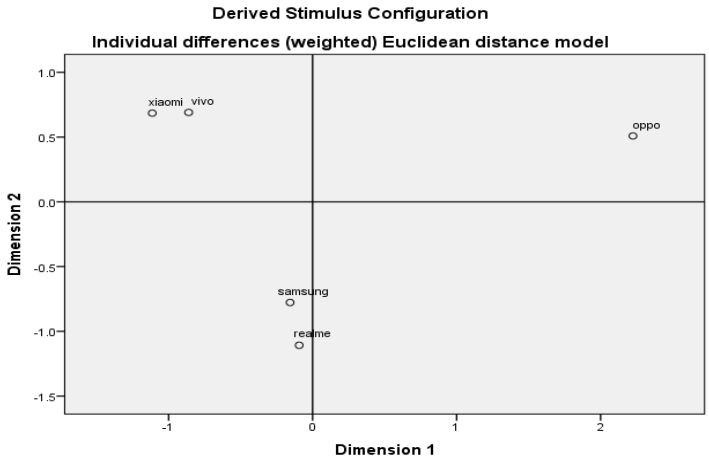


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.11 Uji Kesamaan Sikap Atribut Kamera

Pada gambar 4.11 di atas berisi kumpulan koordinat dari isi kuesioner, terlihat titik-titik koordinat membentuk berbagai kelompok koordinat tersendiri. Hal ini membuktikan bahwa responden tidak memiliki kesamaan sikap dalam menilai posisi tiap merek *Smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.16 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Kamera



Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.12 Hasil Analisis Peta Positioning Dua Dimensi Atribut Kamera

Berdasarkan persepsi pengguna *smartphone* denganmerek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme yang tertera pada peta *positioning* dua dimensi di atas titik kordinat peta dijelaskan pada tabel 4.15 di bawah.

Tabel 4.15 Koordinat *Smartphone* di Bandar Lampung Berdasarkan Atribut Kamera

No	Merek (HP)	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Oppo	2,2247	0,5089
2	Xiaomi	-1,1133	0,6852
3	Samsung	-0,1565	-0,7772
4	Vivo	-0,8612	0,6906
5	Realme	-0,0937	-1,1076

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.12 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences* (*weighted*) *Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta *multidimensional scaling* (MDS) dari *positioning* lima merek *Smartphone* berdasarkan atribut. *smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

Keteragan :

1. Kuadran 1

   Berdasarkan pada gambar 4.12 menunjukkan bahwa Kuadran 1 Atribut Kamera Xiaomi dan Vivo yaitu Butir Pertanyan 4 “terdapat resolusi kamera depan dan kamera utama (belakang) yang berkualitas pada *smartphone* yang sedang anda gunakan” Pertanyan ini di prioritaskan oleh konsumen dalam atribut Xiaomi dan Vivo.

2. Kuadran 2

   Berdsarkan pada gambar 4.12 menunjukkan bahwa Kuadran 2 Atribut Kamera Oppo yaitu Butir Pertanyan 4 “terdapat resolusi kamera depan dan kamera

utama (belakang) yang berkualitas pada *smartphone* yang sedang anda gunakan ” Pernyataan ini sangat di harapkan oleh konsumen sehingga menjadi prestasi dan di pertahankan dalam atribut Oppo.

3. Kuadran 3

Berdasarkan pada gambar 4.12 menunjukkan bahwa Kuadran 3 Atribut Kamera Samsung dan Realme yaitu Butir Pertanyan 4 “terdapat resolusi kamera depan dan kamera utama (belakang) yang berkualitas pada *smartphone* yang sedang anda gunakan”Pertanyaan ini mendapatkan prioritas rendah oleh konsumen sehingga tidak penting dalam atributSamsung dan Realme.

4.3.17 Penilaian Keandalan dan Kesahihan Atribut Memori

Ketepatan suatu pemecahan analisis *multidimensional scaling* (MDS) dinilai dengan ukuran *stress*. *Stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kekurang tepatan *(lack offit),* Semakin besarnilai *stress* semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data. Maka semakin rendah nilai *stress* semakin baikpula model MDS yang dihasilkan. Nilai *stress* terhadap *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme. Disajikandalam tabel 4.14 berikut ini:

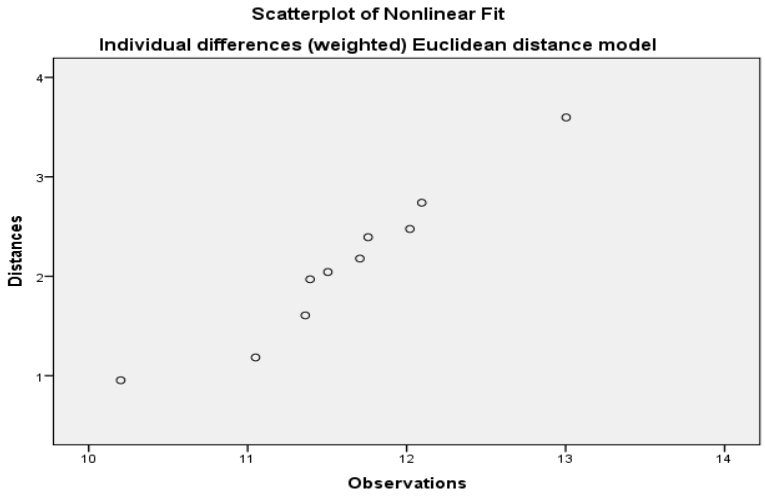
Tabel 4.16 Nilai *Stress* terhadap *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut Memori.

Stress	***RSQ***
0,0000	1,0000

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa *stress* model dua dimensi yang dihasilkan nilai nya sebesar 0,0000 dan sedangkan RSQ nya sebesar 1,0000 yang mana dari hasil ini indeks RSQ (R *square*) ≥ 0,60 (60 % atau lebih) sehingga nilai kedua tersebut sempurna dan dapat diterima.

4.3.18 Uji Konsistensi Responden Atribut Memori

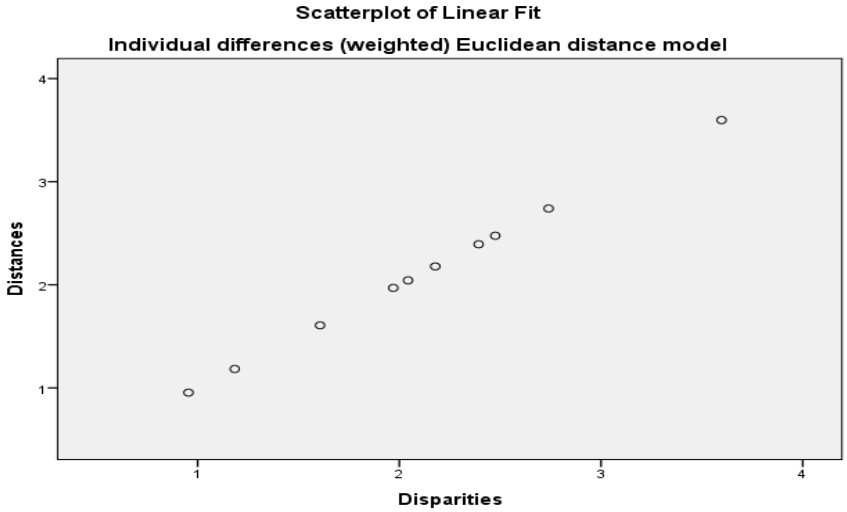


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.13 Uji Konsistensi Responden Atribut Memori

Pada gambar 4.13 di atas menunjukkan bahwa posisi responden. Hal ini membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.19 Uji Kesamaan Sikap Atribut Memori

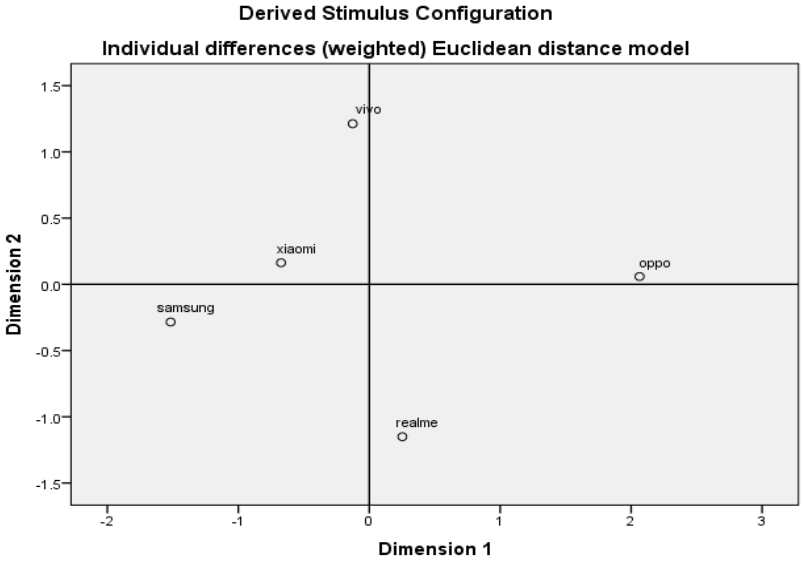


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.14 Uji Kesamaan Sikap Atribut Memori

Pada gambar 4.14 di atas berisi kumpulan koordinat dari isi kuesioner, terlihat titik-titik koordinat membentuk berbagai kelompok koordinat tersendiri. Hal ini membuktikan bahwa responden tidak memiliki kesamaan sikap dalam menilai posisi setiap merek *Smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.20 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Memori



Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.15 analisis peta *positioning* dua dimensi atribut memori

Berdasarkan persepsi pengguna *smartphone* dengan merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme yang tertera pada peta *positioning* dua dimensi di atas titik kordinat peta dijelaskan pada tabel 4.15 di bawah.

Tabel 4.17 Koordinat *Smartphone*di Bandar Lampung Berdasarkan Atribut Memori

No	Merek (HP)	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Oppo	2,0642	0,0593
2	Xiaomi	-0,6737	0,1630
3	Samsung	-1,5166	-0,2846
4	Vivo	-0,1266	1,2127
5	Realme	0,2527	-1,1504

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.15 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences* (*weighted*) *Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari *positioning* lima merek *Smartphone* berdasarkan atribut. *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

Keteragan :

1. Kuadran 1

   Berdsarkan pada gambar 4.15 menunjukkan bahwa Kuadran 1 Atribut memori Xiaomi dan Vivo yaitu Butir Pertanyan 5 “terdapat memori eksternal dan memori internal yang berkapasitas besar pada *smartphone* yang anda gunakan.” Pertanyan ini di prioritaskan oleh konsumen dalam atribut Xiaomi dan Vivo.

2. Kuadran 2

   Berdsarkan pada gambar 4.15 menunjukkan bahwa Kuadran 2 Atribut Oppo yaitu Butir pertanyaan 5 “terdapat memori eksternal dan memori internal yang berkapasitas besar pada *smartphone* yang anda gunakan.” Pernyataan ini sangat di harapkan oleh konsumen sehingga menjadi prestasi dan di pertahankan dalam atribut Oppo.

3. Kuadran 3

Berdasarkan pada gambar 4.15 menunjukkan bahwa Kuadran 3 Atribut memori Samsung berdasarkan Butir pertanyaan 5 “terdapat memori eksternal dan memori internal yang berkapasitas besar pada *smartphone* yang anda gunakan.”Pertanyaan ini mendapatkan prioritas rendah oleh konsumen sehingga tidak penting dalam atribut Samsung.

4. Kuadran 4

Berdasarkan pada gambar 4.15 menunjukkan bahwa Kuadran 4 Atribut berdasarkan desain Realme yaitu Butir pertanyaan 5 “terdapat memori eksternal dan memori internal yang berkapasitas besar pada *smartphone* yang anda gunakan.” Sehingga Pertanyaan ini terlalu berlebihan oleh konsumen sehingga tidak menjadi masalah dalam atribut Realme.

4.3.21 Penilaian Keandalan dan Kesahihan Atribut Kecepatan Prosesor

Ketepatan suatu pemecah ananalisis *Multidimensional Scaling* (MDS) dinilai dengan ukuran *stress*. *Stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kekurang tepatan *(lack offit)*, Semakin besar nilai *stress* semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data. Maka semakin rendah nilai *stress* semakin baikpula model MDS yang dihasilkan. Nilai *stress* terhadap *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme. Disajikandalam tabel 4.18 berikut ini:

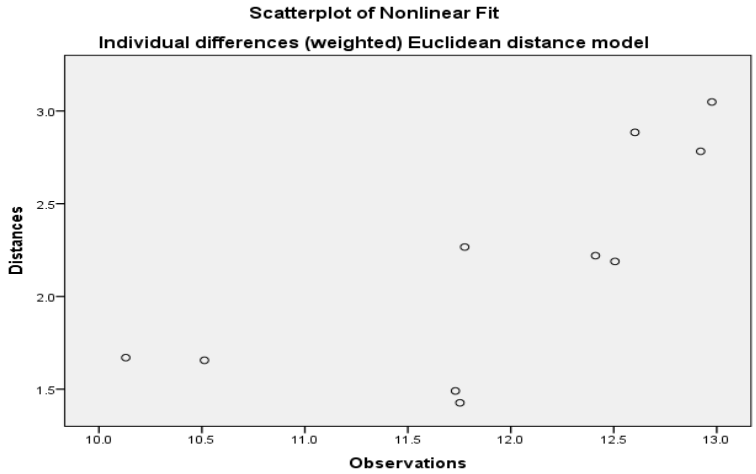
Tabel 4.18 Nilai *Stress* terhadap *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut Kecepatan Prosesor.

Stress	***RSQ***
0,0323	0,9836

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Tabel 4.18 menunjukkan bahwa *stress* model dua dimensi yang dihasilkan nilai nya sebesar 0,0323 dan sedangkan RSQ nya sebesar 0,9836 yang mana dari hasil ini indeks RSQ (R *square*) ≥ 0,60 (60 % atau lebih) sehingga nilai kedua tersebut sempurna dan dapat diterima.

4.3.22 Uji Konsistensi Responden Atribut Kecepatan Prosesor

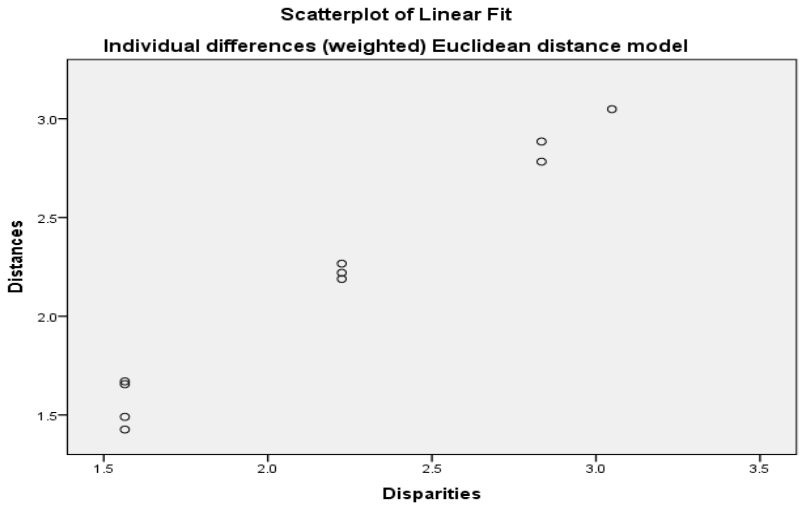


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.16 Uji Konsistensi Responden Atribut Kecepatan Prosesor

Pada gambar 4.16 di atas menunjukkan bahwa posisi responden. Hal ini membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.23 Uji Kesamaan Sikap Atribut Kecepatan Prosesor



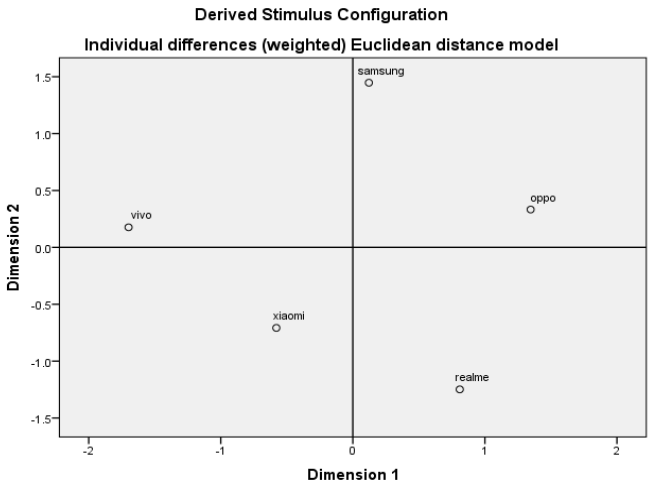
Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.17 Uji Kesamaan Sikap Atribut Kecepatan Prosesor

Pada gambar 4.17 di atas berisi kumpulan koordinat dari isi kuesioner, terlihat titik-titik koordinat membentuk berbagai kelompok koordinat tersendiri. Hal

ini membuktikan bahwa responden tidak memiliki kesamaan sikap dalam menilai posisi setiap merek *Smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.24 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Kecepatan Prosesor



Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.18 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Kecepatan Prosesor

Berdasarkan persepsi pengguna *smartphone* dengan merek *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme yang tertera pada peta *positioning* dua dimensi di atas titik kordinat peta dijelaskan pada tabel 4.19 di bawah.

Tabel 4.19 Koordinat *Smartphone* di Bandar Lampung Berdasarkan Atribut Kecepatan Prosesor

No	Merek (HP)	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Oppo	1,3463	0,3328
2	Xiaomi	-0,5792	-0,7079
3	Samsung	0,1217	1,4474
4	Vivo	-1,6983	0,1764
5	Realme	0,8096	-1,2487

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.18 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences* (*weighted*) *Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari *positioning* lima merek *Smartphone* berdasarkan atribut. Merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

Keteragan :

1. Kuadran 1

   Berdsarkan pada gambar 4.18 menunjukkan bahwa Kuadran 1 Atribut kecepatan prosesor Vivo yaitu Butir Pertanyan 6 "prosesor pada *smarthphone* yang saya gunakan memiliki kecepatan yang baik." Pertanyan ini di prioritaskan oleh konsumen dalam atribut Vivo.

2. Kuadran 2

   Berdsarkan pada gambar 4.18 menunjukkan bahwa Kuadran 2 Atribut kecepatan prosesor Oppo dan Samsung yaitu Butir Pertanyan 6 "prosesor pada *smarthphone* yang saya gunakan memiliki kecepatan yang baik." Pernyataan ini sangat di harapkan oleh konsumen sehingga menjadi prestasi dan di pertahankan dalam atribut Oppo dan Samsung.

3. Kuadran 3

   Berdasarkan pada gambar 4.18 menunjukkan bahwa Kuadran 3 Atribut kecepatan prosesor Xiaomi yaitu Butir Pertanyan 6 "prosesor pada *smarthphone* yang saya gunakan memiliki kecepatan yang baik." Pertanyaan ini mendapatkan prioritas rendah oleh konsumen sehingga tidak penting dalam atribut Xiaomi.

4. Kuadran 4

   Berdasarkan pada gambar 4.18 menunjukkan bahwa Kuadran 4 Atribut kecepatan prosesor Realme yaitu Butir Pertanyan 6 "prosesor pada *smarthphone* yang saya gunakan memiliki kecepatan yang baik." Sehingga Pertanyaan ini terlalu berlebihan oleh konsumen sehingga tidak menjadi masalah dalam atribut Realme.

4.3.25 Penilaian Keandalan dan Kesahihan Atribut Baterai

Ketepatan suatu pemecah ananalisis *Multidimensional Scaling* (MDS) dinilai dengan ukuran *stress*. *Stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kekurang tepatan *(lack offit)*, Semakin besarnilai *stress* semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data. Maka semakin rendah nilai *stress* semakin baikpula model MDS yang dihasilkan. Nilai *stress* terhadap *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme. Disajikan dalam tabel 4.20 berikut ini:

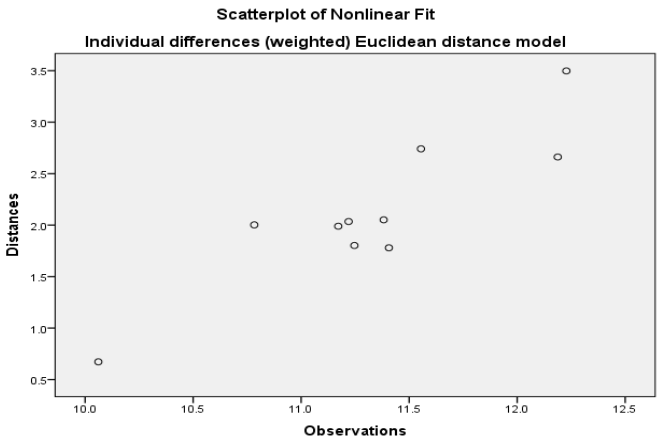
Tabel 4.20 Nilai *Stress* terhadap *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme berdasarkan atribut Baterai.

Stress	*RSQ*
0,0388	0,9846

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa *stress* model dua dimensi yang dihasilkan nilai nya sebesar 0,0388 dan sedangkan RSQ nya sebesar 0,9846 yang mana dari hasil ini indeks RSQ (R *square*) ≥ 0,60 (60 % atau lebih) sehingga nilai kedua tersebut sempurna dan dapat diterima.

4.3.26 Uji Konsistensi Responden Atribut Baterai

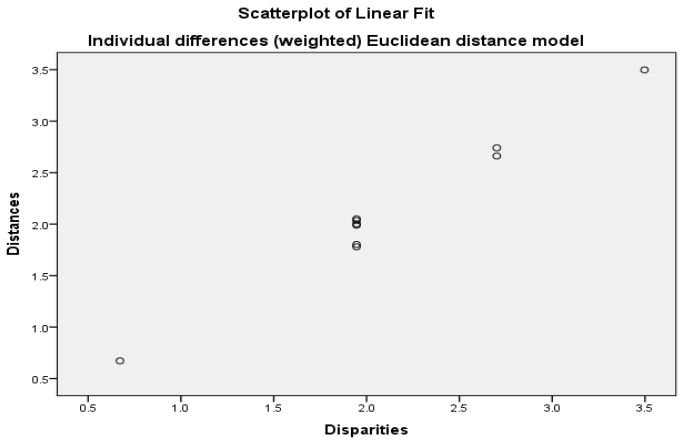


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.19 Uji Konsistensi Responden Atribut Baterai

Pada gambar 4.19di atas menunjukkan bahwa posisi responden. Hal ini membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai *Smartphon e*merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.27 Uji Kesamaan Sikap Atribut Baterai

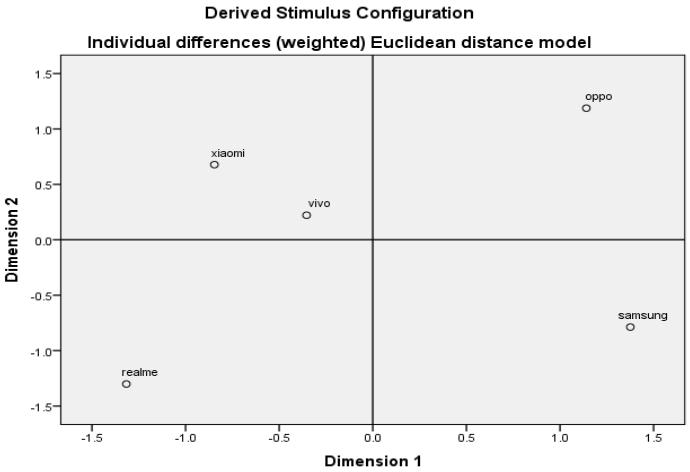


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.20 Uji Kesamaan Sikap Atribut Baterai

Pada gambar 4.20 di atas berisi kumpulan koordinat dari isi kuesioner, terlihat titik-titik koordinat membentuk berbagai kelompok koordinat tersendiri. Hal ini membuktikan bahwa responden tidak memiliki kesamaan sikap dalam menilai posisi setiap merek *Smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.28 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Baterai



Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.21 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Atribut Baterai

Berdasarkan persepsi pengguna *smartphone* dengan merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme yang tertera pada peta *positioning* dua dimensi di atas titik kordinat peta dijelaskan pada tabel 4.21 di bawah.

Tabel 4.21 Koordinat *Smartphone* di Bandar Lampung Berdasarkan Atribut Batrai

No	Merek (HP)	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Oppo	1,1405	1,1880
2	Xiaomi	-0,8461	0,6783
3	Samsung	1,3756	-0,7869
4	Vivo	-0,3535	0,2218
5	Realme	-1,3165	-1,3011

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.21 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences* (*weighted*) *Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari *positioning* lima merek *Smartphone* berdasarkan atribut baterai. merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, Atau Realme.

Keteragan :

1. Kuadran 1

   Berdsarkan pada gambar 4.21 menunjukkan bahwa Kuadran 1 Atribut batrai removable atau non removable Vivo dan Xiaomi yaitu Butir Pertanyan 7 "batrai yang memiliki kapasitas MAH yang besar membuat *smartphone* tahan lama saat digunakan" Pertanyan ini di prioritaskan oleh konsumen dalam atribut Vivo dan Xiaomi.

2. Kuadran 2

   Berdsarkan pada gambar 4.21 menunjukkan bahwa Kuadran 2 Atribut batrai removable atau non removable Oppo yaitu Butir Pertanyan 7 "batrai yang memiliki kapasitas MAH yang besar membuat *smartphone* tahan lama saat digunakan" Pernyataan ini sangat di harapkan oleh konsumen sehingga menjadi prestasi dan di pertahankan dalam atribut Oppo.

3. Kuadran 3

   Berdasarkan pada gambar 4.21 menunjukkan bahwa Kuadran 3 Atribut batrai removable atau non removable Realme yaitu Butir Pertanyan 7 "batrai yang memiliki kapasitas MAH yang besar membuat *smartphone* tahan lama saat digunakan" Pertanyaan ini mendapatkan prioritas rendah oleh konsumen sehingga tidak penting dalam atribut Realme.

4. Kuadran 4

   Berdasarkan pada gambar 4.21 menunjukkan bahwa Kuadran 4 Atribut batrai removable atau non removable Samsung yaitu Butir Pertanyan 7 "batrai yang memiliki kapasitas MAH yang besar membuat *smartphone* tahan lama saat digunakan" Sehingga Pertanyaan ini terlalu berlebihan oleh konsumen sehingga tidak menjadi masalah dalam atribut Samsung.

4.3.29 Penilaian Keandalan dan Kesahihan Kelima *Smartphone*

Ketepatan suatu pemecah ananalisis *Multidimensional Scaling* (MDS) dinilai dengan ukuran *stress*. *Stress* adalah ukuran untuk menunjukkan kekurang tepatan *(lack off it)*, Semakin besar nilai *stress* semakin tidak tepat bagi peta spasial mewakili input data. Maka semakin rendah nilai *stress* semakin baikpula model MDS yang dihasilkan. Nilai *stress* terhadap *smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme. Disajikan dalam tabel 4.22 berikut ini:

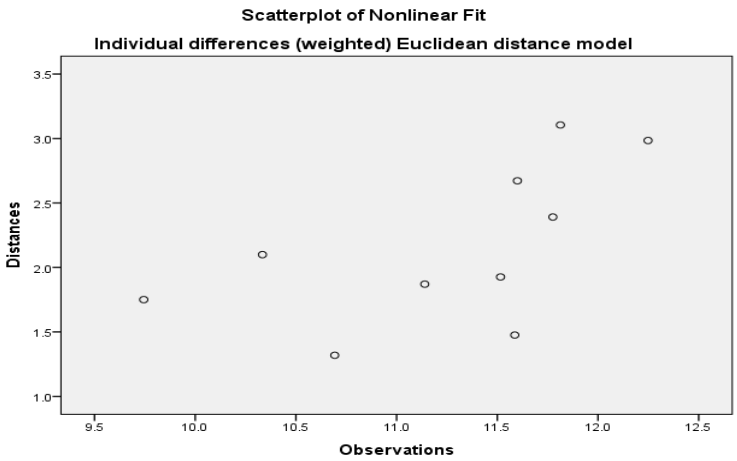
Tabel 4.22 Nilai *Stress* terhadap kelima *Smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

Stress	*RSQ*
0,0976	0,8595

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Tabel 4.22 menunjukkan bahwa *stress* model dua dimensi yang dihasilkan nilai nya sebesar 0,0976 dan sedangkan RSQ nya sebesar 0,8595 yang mana dari hasil ini indeks RSQ (R *square*) ≥ 0,60 (60 % atau lebih) sehingga nilai kedua tersebut sempurna dan dapat diterima.

4.3.30 Uji Konsistensi Responden *Kelima Smartphone*

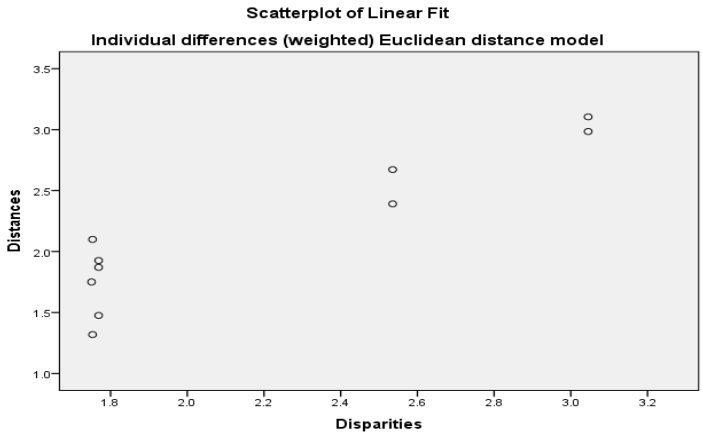


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.22 Uji Konsistensi Responden

Pada gambar 4.22 di atas menunjukkan bahwa posisi responden. Hal ini membuktikan bahwa ada konsistensi jawaban antar responden dalam menilai *Smartphon e*merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.31 Uji Kesamaan Sikap Kelima *Smartphone*

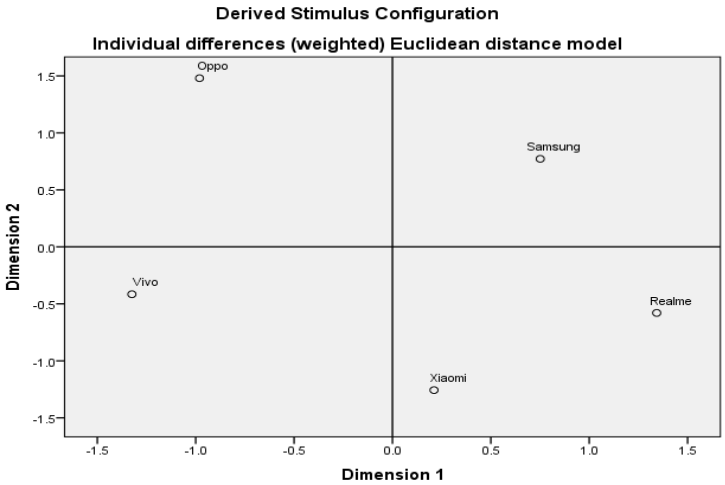


Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.23 Uji Kesamaan Sikap

Pada gambar 4.23 di atas berisi kumpulan koordinat dari isi kuesioner, terlihat titik-titik koordinat membentuk berbagai kelompok koordinat tersendiri. Hal ini membuktikan bahwa responden tidak memiliki kesamaan sikap dalam menilai posisi setiap merek *Smartphone* Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme.

4.3.32 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi Kelima *Smartphone*



Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.24 Hasil Analisis Peta *Positioning* Dua Dimensi

Berdasarkan persepsi pengguna *smartphone* dengan merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, atau Realme yang tertera pada peta *positioning* dua dimensi di atas titik kordinat peta dijelaskan pada tabel 4.23 di bawah.

Tabel 4.23 Koordinat kelima *Smartphone* di Bandar Lampung.

No	Merek (HP)	Absis (Dimensi I)	Absis (Dimensi II)
1	Oppo	-0,9805	1,4797
2	Xiaomi	0,2110	-1,2565
3	Samsung	0,7509	0,7722
4	Vivo	-1,3242	-0,4157
5	Realme	1,3428	-0,5797

Sumber: Hasil olah data tahun 2020.

Gambar 4.24 adalah peta hasil proses INDSCAL (*Individual Differences* (*weighted*) *Euclidean Distance Model*) untuk menampilkan peta MDS dari *positioning* lima merek *Smartphone*. merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo, Atau Realme.

Keteragan :

1. Kuadran 1

   Berdsarkan pada gambar 4.24 menunjukkan bahwa Kuadran 1 Oppo yaitu Oppo dinilai dengan sangat baik di prioritaskan oleh konsumen.

2. Kuadran 2

   Berdsarkan pada gambar 4.24 menunjukkan bahwa Kuadran 2 Samsung ini sangat di harapkan oleh konsumen sehingga menjadi prestasi dan di pertahankan dalam atribut Samsung.

3. Kuadran 3

   Berdasarkan pada gambar 4.24 menunjukkan bahwa Kuadran 3 adalah Vivo ini mendapatkan prioritas rendah oleh konsumen sehingga tidak penting dalam atribut Vivo.

4. Kuadran 4

   Berdasarkan pada gambar 4.24 menunjukkan bahwa Kuadran 4 terdapat Xiaomi dan Realme yang berada pada kuadran yang sama yang dinilai yang sama oleh konsumen dan dinilai terlalu berlebihan.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data dari pengujian *Multidimensional Scaling* (MDS) yang dilakukan, maka dalam penelitian ini menemukan kemiripan antara atribut *smartphone* pada tahap *positioning* yang telah diterapkan oleh *smartphone* merek Oppo, Xiaomi, Samsung, Vivo Atau Realme. Dalam hal ini yang telah dilakukan pengujian terhadap lima merek *smartphone* tersebut yang berdasarkan atribut pertanyaan. Sehingga dapat kita liat sebagai berikut :

- Atribut pertanyaan 1

  Terdapat kesamaan penilaiaan konsumen pada kuadran 4 antara atribut Samsung dan Xiaomi dengan nilai Samsung : 0,6075 ; -0,1106 sedangkan Xiaomi 0,7628 ; -1,0742. Sehingga hanya atribut merek Samsung dan Xiaomi saja yang memiliki kesamaan dan tidak pada *smartphone* yang lainnya.

- Atribut pertanyaan 2

  Terdapat kesamaan penilaiaan konsumen pada kuadran 1 Xiaomi dan Vivo dengan nilai Xiaomi : -1,9241 ; 0,1034 dan pada kuadran 2 Oppo dan Realme dengan nilai Oppo : 1,3347 ; 0,1024 sedangkan Realme : 1,3143 ; 0,1062 sehingga konsumen memiliki penilaian yang sama terhadap *smartphone* anatara kuadran 1 dan 2.

- Atribut pertanyaan 3

  Terdapat kesamaan penilaiaan konsumen pada kuadran 4 Oppo dan Samsung dengan nilai Oppo : 1,1003 ; 0,1118 sedangkan dengan nilai Samsung : 0,8310 ; -0,4522 sehingga terdapat kesamaan penilaiaan konsumen terhadap atribut Oppo dan Samsung.

- Atribut pertanyaan 4

  Terdapat kesamaan penilaiaan konsumen pada kuadran 1 Xiaomi dan Vivo dengan nilai Xiaomi : -1,1133 ; 0,6852 sedangkan dengan nilai Vivo : -0,8612 ; 0,6906 sehingga terdapat kesamaan penilaian konsumen dalam menilai atribut kedua merek *smartphone* tersebut. Pada kuadran 3 terdapat kesamaan antara Samsung dan Realme yang mana nilai Samsung : -0,1565 ; -0,7772 dan Realme : -0,0937 ; -1,1076 sehingga atribut ini memiliki kesamaan karena pada kuadran yang sama.

- Atribut pertanyaan 5

  Terdapat kesamaan penilaiaan konsumen pada kuadran 1 Xiaomi dan Vivo dengan nilai Xiaomi : -0,6737 ; 0,1630 sedangkan dengan nilai Vivo : -0,1266 ; 1,2127 sehingga terdapat kesamaan penilaian konsumen dalam menilai atribut kedua merek *smartphone* tersebut.

- Atribut pertanyaan 6

  Terdapat kesamaan penilaiaan konsumen pada kuadran 2 Samsung dan Oppo dengan nilai Samsung : 0,1217 ; 1,4474

sedangkan dengan nilai Oppo : 1,3463 ; 0,3328 sehingga terdapat kesamaan penilaian konsumen dalam menilai atribut kedua merek *smartphone* tersebut.

- Atribut pertanyaan 7

  Terdapat kesamaan penilaiaan konsumen pada kuadran 1 Xiaomi dan Vivo dengan nilai Xiaomi : -0,5792 ; -0,7679 sedangkan dengan nilai Vivo : -1,6983 ; 0,1764 sehingga terdapat kesamaan penilaian konsumen dalam menilai atribut kedua merek *smartphone* tersebut.

Dan berdasarkan data keseluruhan bahwa hasil analisis data dari pengujian *Multidimensional Scaling* (MDS) yang dilakukan. Dalam hal ini yang telah dilakukan pengujian terhadap lima merek *smartphone* tersebut yang termasuk dalam kuadran 1 adalah merek bahwa *smartphone* Oppo yang mana merek *smartphone* oppo berada pada titik kordinat -0,9805 ; 1,4797 yang mana merek *smartphone* ini dinilai dengan responden dengan sangat baik. Yang termasuk pada kuadran ke 2 adalah *smartphone* merek Samsung yang mana *smartphone* Samsung berada pada titik kordinat 0,7509 ; 0,7722 yang mana jika berada pada kuadran ke dua responden menilai baik terhadap merek *smartphone* Samsung tersebut. Yang termasuk pada kuadran ke 3 adalah merek *smartphone* Vivo berada pada titik kordinat -1,3242 ; -0,4157 hal ini mendapatkan prioritas rendah oleh konsumen sehingga tidak penting dalam *smartphone* Vivo tersebut. Dan yang termasuk pada kuadran ke 4 adalah merek *smartphone* Realme dan Xiaomi berada pada Kuadran yang dinilai yang sama oleh konsumen dan dinilai terlalu berlebihan. sehingga positioning *smartphone* tersebut pada posisi yang sama dengan penilaiaan responden dengan nilai Realme : 1,3428 ; -0,5797 dan nilai dari Xiaomi : 0,2110 ; -1,2565. Sehingga dalam hal ini berdasarkan hasil tersebut didapat bahwa *positioning* kelima merek berdasarkan persepsi konsumen *smartphone* tersebut bahwa hanya 2 merek *smartphone* yang memiliki posisi yang sama dan yaitu *smartphone* Xiaomi dan Realme.

Menurut Sutojo dalam Sintya,Sri & Rito (2018) *positioning* merupakan tindakan menempatkan diri secara tepat disetiap segmen pasar, dilakukan dengan jalan membandingkan kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan perusahaan pesaing yang beroperasi dalam segmen pasar yang sama. Adapun tujuan pokok analisis *positioning* adalah :

a. Untuk menempatkan atau memposisikan produk dipasar sehingga produk tersebut terpisah atau berbeda dengan merek-merek yang bersaing.
b. Untuk memposisikan produk sehingga dapat menyampaikan beberapa hal pokok kepada pelanggan, yaitu untuk apa produk tersebut berdiri, untuk apakah produk tersebut dan bagaimanakah produktersebut menerima evaluasi dari pelanggan.

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Alif & Eka (2016). Istilah *positioning* apabila dipersepsikan merupakan tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan dalam rangka meraih tempat khusus dan unik dalam benak pasaran sedemikia rupa, sehingga dipersepsikan lebih unggul dibandingkan para pesaing.