



**PENERAPAN ANALISIS MULTIDIMENSINAL SCALLING UNTUK
MEMETAKAN PERSEPSI STAKEHOLDERS TERHADAP MUTU
PUSAT OLEH-OLEH RIKANA CAKE RIAU**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada
Program Studi Teknik Industri
oleh :

REZKI AGUSLA
11652103456



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2021

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

PENERAPAN ANALISIS *MULTIDIMENSIONAL SCALLING* UNTUK
MEMETAKAN PERSEPSI STAKEHOLDERS TERHADAP MUTU
PUSAT OLEH-OLEH RIKANA CIKE RIAU

TUGAS AKHIR

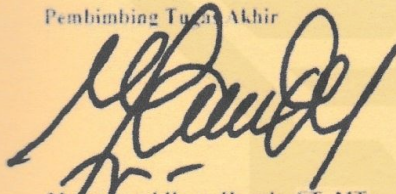
oleh

REZKI AGUSLA

11652103456

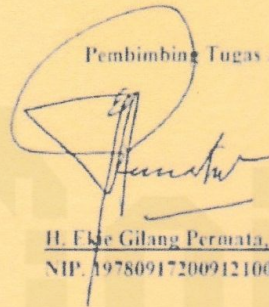
Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 19 Februari 2021

Pembimbing Tugas Akhir



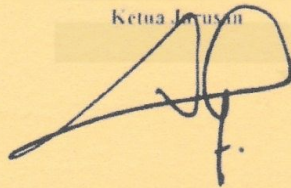
Muhammad Ihsan Hamdy, ST, MT
NIK. 130517096

Pembimbing Tugas Akhir



H. Ekke Gilang Perinata, ST, M.Sc
NIP. 197809172009121003

Ketua Jurusan



Fitra Lestari Norhiza, ST, M.Eng, Ph.D
NIP. 19850616 201101 1 016



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN ANALISIS MULTIDIMENSINAL SCALLING UNTUK MEMETAKAN PERSEPSI STAKEHOLDERS TERHADAP MUTU PUSAT OLEH-OLEH RIKANA CAKE RIAU

TUGAS AKHIR

oleh:

REZKI AGUSLA

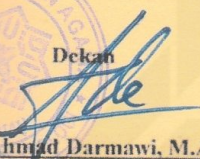
11652103456

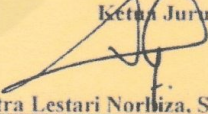
Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru, pada tanggal Februari 2021

Pekanbaru, 19 Februari 2021

Mengesahkan,

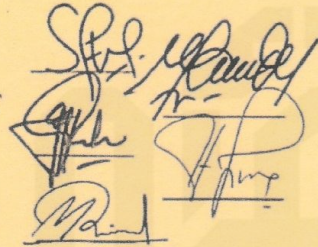
Ketua Jurusan


Dekan
DR. Ahmad Darmawi, M.Ag
 NIP.196606041992031004


Ketua Jurusan
Fitra Lestari Norliza, ST, M.Eng, Ph.D
 NIP. 198506162011011016

DEWAN PENGUJI :

- | | |
|---------------|------------------------------------|
| Ketua | : Silvia, S.Si, M.Si |
| Sekretaris I | : Muhammad Ihsan Hamdy, ST, MT |
| Sekretaris II | : H. Ekie Gilang Permata, ST, M.Sc |
| Anggota I | : Ismu Kusumanto, ST |
| Anggota II | : Muhammad Rizki, ST, MT., MBA |



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikut kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminkamkan Tugas Akeehir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada form peminjaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 19 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,

(REZKI AGUSLA)

11652103456

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah cara untuk melancarkan usaha. Pemasaran yang tidak baik menyebabkan penjualan berada dibawah target. Kurang baiknya pemasaran pada Toko oleh-oleh Rikana Cake menyebabkan toko oleh-oleh Rikana Cake tidak menjadi prioritas utama pelanggan, sehingga diperlukannya analisa pemasaran pada Toko Oleh- Oleh Rikana Cake. Pada penelitian ini menggunakan metode *Multidimensional Scalling*. Hasil dari penelitian ini adalah Toko Oleh-Oleh Rikana Cake mempertahankan kualitas daya tahan produk dan memberikan inoyasi terhadap kemasan yang digunakan. Kemudian Toko Oleh-Oleh Rikana Cake diharapkan dapat mempertahankan harga sesuai dengan produk. Toko Oleh-Oleh Rikana Cake harus mencari lokasi yang strategis. Toko Oleh-Oleh Rikana Cake diharapkan memperbanyak promosi agar memberikan daya tarik kepada pelanggan.

Kata Kunci : *Multidimensional Scalling* dan Pemasaran

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan-Nya, sholawat beserta salam selalu tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir tepat pada waktunya dengan judul **Penerapan Analisis *Multidimensional Scalling* Untuk Memetakan Persepsi Stakeholders Terhadap Mutu Pusat Oleh-oleh Rikana Cake** sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, motivasi serta bantuan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Suyitno, M.Ag selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Drs. Ahmad Darmawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Zarnely, S.Kom, M.Sc selaku sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, S.T.,M.T selaku Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Muhammad Ihsan Hamdy, S.T., M.T selaku Dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.
7. Bapak H. Ekie Gilang Permata, S.T.,M.Sc selaku Dosen pembimbing II dan dosen pembimbing Akademis telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pikiran dalam memberikan petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

8. Ibu Silvia, S.Si, M.Si selaku Ketua sidang yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
9. Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T dan Bapak Muhammad Rizki, S.T, M.T., MBA selaku dosen penguji I dan penguji II yang telah banyak membantu dan menyumbangkan ide-ide nya guna menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
10. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU, yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu untuk berkonsultasi guna menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
11. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Bapak Marhatib dan Ibu Sabarida serta seluruh keluarga besar penulis yang selama ini telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan motivasi bagi penulis agar tetap bersemangat untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir S1 Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
12. Rekan rekan seperjuangan, Mahasiswa/i Teknik Industri Khususnya angkatan 2016, Junior, Senior, Alumni serta Keluarga Asixteen yang telah memberikan semangat kepada penulis.
13. Yang istimewa sahabat-sahabat saya Andrian Saputra, Achmad Rahmadi, Alex Surya, Ayah Jo, Hariadi, Ilham Pratama Zulfi, M. Fajri Ardi, Muhammad Fadli dan masih banyak lagi sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu menghibur dan memberi saya motivasi, semoga kita tetap diberikan kemudahan dunia dan akhirat.

Akhirnya kepada semua pihak yang telah disebutkan diatas, penulis hanya dapat memanjatkan do'a semoga bantuan, kebaikan, dan pengorbanan yang diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan, oleh sebab itu saran dan masukan yang dapat membangun, untuk menyempurnakan sangat diharapkan.

Semoga laporan ini dapat menjadi referensi bagi semua orang yang membutuhkan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan umumnya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 19 Februari 2021

Penulis,

Rezki Agusla
NIM. 11652103456



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

Halaman

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL..... iv

LEMBAR PERNYATAAN v

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR..... vii

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR TABEL..... xv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian..... 6

1.4 Manfaat Penelitian..... 6

1.5 Batasan Masalah 6

1.6 Posisi Penelitian..... 7

1.7 Sistematika Penulisan 8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran 9

2.2 Bauran Pemasaran 10

2.3 Strategi Pemasaran 12

 2.3.1 Konsep Umum Strategi Pemasaran 12

 2.3.2 Faktor Strategi Pemasaran 12

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.3	Pilar Utama Strategi Pemasaran	13
2.4	<i>Benchmarking</i>	13
2.4.1	Tahapan <i>Benchmarking</i>	13
2.5	<i>Multidimensional Scalling</i>	15
2.5.1	Konsep Dasar <i>Multidimensional Scalling</i>	15
2.5.2	Penetapan Skala <i>Multidimensional Scalling</i>	16
2.5.3	Keterbatasan dan Asumsi <i>Multidimensional Scalling</i> ...	18
2.6	Perilaku Konsumen	18
2.6.1	Hubungan Perilaku Konsumen dengan Strategi Pemasaran	20
2.6.2	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	21
2.7	Persepsi Konsumen	22
2.7.1	Pengertian Persepsi Konsumen	22
2.7.2	Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi	22
2.8	Preferensi Konsumen.....	23
2.9	Pengujian Alat Ukur	24
2.9.1	Uji Validitas	24
2.9.2	Uji Reliabilitas.....	25
2.10	Teknik Pengambilan Sampel.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Studi Pendahuluan	29
3.2	Studi Pustaka	29
3.3	Identifikasi Masalah	30
3.4	Rumusan Masalah	30
3.5	Batasan Masalah.....	30
3.6	Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	30
3.7	Pengumpulan Data.....	31
3.8	Pengolahan Data.....	32
3.9	Analisa.....	34



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.10 Penutup	35
--------------------	----

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data	36
4.1.1 Profil Perusahaan	36
4.1.2 <i>Marketing Mix</i> Rikana Cake	37
4.1.3 Data Preferensi	38
4.1.3.1 Data Tingkat Kepentingan	38
4.1.3.2 Dara Ranking	38
4.1.4 Data Persepsi	38
4.2 Pengolahan Data	38
4.2.1 Pengujian Alat Ukur	38
4.2.1.1 Uji Validitas	39
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	39
4.2.2 Metode Multidimensional Scaling	39
4.2.2.1 Preferensi Tingkat Kepentingan	39
4.2.2.2 Preferensi Rangking	40
4.2.2.3 Pengolahan Data Persepsi	43
4.2.3 Usulan Strategi Pemasaran Produk Berdasarkan Bauran 4P	45

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Pengolahan Data	52
5.2 Analisa Pengujian Alat Ukur	52
5.2.1 Analisa Uji Validitas	52
5.2.2 Analisa Uji Reliabilitas	53
5.3 Analisa Metode Multidimensional Scaling	53
5.3.1 Analisa Preferensi	53
5.3.1.1 Analisa Preferensi Tingkat Kepentingan	53
5.3.1.2 Analisa Preferensi Rangking	54
5.3.2 Analisa Persepsi	54
5.4 Analisa Usulan Strategi Pemasaran Oleh-oleh Berdasarkan	

Bauran 4P	54
-----------------	----

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	56
6.2 Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Rikana <i>Cake</i>	36
4.2 Hasil Preferensi Ranking.....	43
4.3 Hasil Persepsi	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Perbandingan Toko Oleh-oleh Khas Pekanbaru	2
1.2 Data Penjualan Produk Unggulan Rikana <i>Cake</i> tahun 2019.....	3
1.3 Data Penjualan Produk Unggulan Toko Mega Rasa	3
1.4 Data Penjualan Produk Unggulan Toko Insyira.....	3
1.5 Data Penjualan Produk Unggulan Toko Kue Viera	4
1.6 Data Survei Pendahuluan	4
1.7 Posisi Penelitian	7
2.1 Hubungan Perilaku Konsumen dengan Strategi Pemasaran	20
4.1 Hasil Uji Validitas	39
4.2 Hasil Uji Reliabilitas	39
4.3 Preferensi Tingkat Kepentingan	40
4.4 Preferensi Ranking atribut 1	40
4.5 Preferensi Ranking	42
4.6 Hasil Kusioner Persepsi	43
4.7 Matriks Data Persepsi.....	44
4.8 Hasil Jarak Toko Oleh-oleh.....	44
4.9 Atribut Unggulan.....	45
4.10 Usulan Strategi Pemasaran.....	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

A Data Tingkat Kepentingan	60
B Data Rangkaing	64
C Data Persepsi	93
D Kuesioner Preferensi Tingkat Kepentingan	96
E Kuesioner Preferensi Rangkaing	97
F Kuesioner Persepsi	98

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini dimana situasi persaingan dalam pasar semakin tajam, “estetika” dapat berfungsi sebagai “perangkap emosional” yang sangat ampuh untuk menarik perhatian konsumen. Pertarungan produk tidak lagi terbatas pada keunggulan kualitas atau teknologi canggih semata, tetapi juga pada usaha untuk mendapatkan nilai tambah untuk memberikan *emotional benefit* kepada konsumen.

Semakin banyaknya toko oleh-oleh dengan jenis yang beragam, para wisatawan ataupun pendatang semakin selektif dalam memilih tempat atau toko oleh-oleh untuk tempat berbelanja. Oleh karena itu pengusaha oleh-oleh semakin meningkatkan strategi pemasaran untuk menarik minat wisatawan ataupun pendatang untuk berkunjung dan berbelanja.

Toko oleh-oleh Rikana *Cake* merupakan salah satu dari sekian banyaknya toko oleh-oleh yang ada di Pekanbaru yang menjual berbagai jenis oleh-oleh khas Pekanbaru. Namun, karena semakin banyaknya peminat oleh-oleh khas pekanbaru, menyebabkan banyaknya pesaing dengan jenis usaha yang sama seperti Mega Rasa, Insyira dan masih banyak lagi.

Mega Rasa dan Insyira adalah kompetitor dengan target penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan Rikana *Cake* dan selalu memenuhi target tersebut bahkan melebihi dari target penjualan yang ditetapkan oleh pimpinan toko. Selain itu kedua kompetitor tersebut sudah berdiri lebih dahulu dari pada Rikana *Cake* dan juga media promosi kompetitor lebih unggul dari pada toko oleh-oleh Rikana *Cake*.

Permasalahan yang ada di toko oleh-oleh Rikana *Cake* adalah kurang menjadi prioritas utama bagi para wisatawan atau pendatang dalam memilih oleh-oleh. Hal ini didapat dari hasil wawancara dengan para wisatawan atau pendatang yang membeli oleh-oleh khas Pekanbaru di toko oleh-oleh Rikana *Cake*. Dari hasil wawancara tersebut wisatawan atau pendatang dari luar pekanbaru lebih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Statistik dan Riset UIN Suska Riau

Statistik dan Riset UIN Suska Riau

Statistik dan Riset UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;

a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cenderung memilih toko oleh-oleh seperti Mega Rasa, dan Insyira karena lebih dikenal dan banyaknya pilihan jenis oleh-oleh yang ditawarkan. Untuk mendapatkan informasi dan membantu perusahaan dalam mengingaktan proses bisnis perlu dilakukan perbandingan antar perusahaan menggunakan *benchmarking* untuk menciptakan keunggulan bersaing perusahaan itu sendiri. Jadi Tabel 1.1 merupakan *benchmarking* dari toko oleh-oleh Rikana *Cake* dengan toko oleh-oleh lain yang menjadi pilihan utama oleh para wisatawan dan pendatang dari luar Pekanbaru.

Tabel 1.1 Perbandingan Toko Oleh-oleh Khas Pekanbaru

Uraian	Hasil Pengamatan			
	Rikana <i>Cake</i>	Mega Rasa	In-syira	Kue Viera
Harga				
Kelebihan	Harga relatif lebih murah	- Memiliki lebih banyak jenis oleh-oleh - Memiliki media promosi yang lebih unggul	- Memiliki lebih banyak jenis oleh-oleh - Lokasi di tengah perkotaan - Media promosi yang lebih unggul	- Memiliki lebih banyak jenis oleh-oleh - Media Promosi yang sangat unggul
Kekurangan	- Lokasi yang tidak strategis - Tidak memiliki jenis oleh-oleh yang terlalu banyak	- Harga produk yang relatif sedikit mahal	- Harga produk yang relatif sedikit lebih mahal	- Harga produk yang relatif mahal
Media Promosi	Media Cetak dan Media <i>Online</i>	Media Cetak dan Media <i>Online</i>	Media Cetak dan Media <i>Online</i>	Media Cetak dan Media <i>Online</i>
Segmentasi	Bisni <i>Online</i> , Pusat Grosir	Bisni <i>Online</i> , Pusat Grosir	Bisni <i>Online</i> , Pusat Grosir	Bisni <i>Online</i> , Pusat Grosir

(Sumber: Pengumpulan Data, 2019)

Setelah melakukan wawancara dengan pemilik Rikana cake kurangnya prioritas tersebut disebabkan karena Rikana cake terletak tidak pada posisi yang kurang strategis dan kurangnya pengenalan di media sosial serta toko oleh-oleh Rikana *Cake* masih dikategorikan baru berdiri yaitu pada bulan april tahun 2018. Selain itu target yang harus dipenuhi setiap minggunya untuk produk unggulan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti brownis pisang antara 550-600 box perbulannya. Kurangnya prioritas tersebut berdampak pada target yang harus dicapai oleh perusahaan.

Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Unggulan Rikana *Cake* Tahun 2019-2020

NO	BULAN	JUMLAH	Target
1	April	569 Box	600 Box
2	Mei	554 Box	600 Box
3	Juni	574 Box	600 Box
4	Juli	558 Box	600 Box
5	Agustus	587 Box	600 Box
6	September	576 Box	600 Box
7	Oktober	578 Box	600 Box
8	November	597 Box	600 Box
9	Desember	612 Box	600 Box
10	Januari	603 Box	600 Box
11	Februari	582 Box	600 Box
12	Maret	588 Box	600 Box
	Total	6.978 Box	7.200 Box

(Sumber: Toko Oleh-oleh Rikana *Cake*)

Tabel 1.3 Data Penjualan Produk Unggulan Toko Mega Rasa Tahun 2019

NO	BULAN	JUMLAH	Target
1	Januari	1.102 Box	1000 Box
2	Februari	1.087Box	1000 Box
3	Maret	1.079 Box	1000 Box
4	April	1.097 Box	1000 Box
5	Mei	1025 Box	1000 Box
6	Juni	1.104 Box	1000 Box
7	Juli	1.040 Box	1000 Box
8	Agustus	1.036 Box	1000 Box
9	September	1.065 Box	1000 Box
10	Oktober	1.097 Box	1000 Box
11	November	1.112 Box	1000 Box
12	Desember	1.153 Box	1000 Box
	Total	12.276 Box	12.000 Box

(Sumber: Toko Oleh-oleh Mega Rasa)

Tabel 1.4 Data Penjualan Produk Unggulan Toko Insyira Tahun 2019

NO	BULAN	JUMLAH	Target
1	Januari	1.042 Box	1.000 Box
2	Februari	1.025 Box	1.000 Box
3	Maret	1.009Box	1.000 Box
4	April	989 Box	1.000 Box
5	Mei	1.003 Box	1.000 Box
6	Juni	1.012 Box	1.000 Box
7	Juli	1.023 Box	1.000 Box



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8	Agustus	1.024 Box	1.000 Box
9	September	1.031 Box	1.000 Box
10	Oktober	1.039 Box	1.000 Box
11	November	1.048 Box	1.000 Box
12	Desember	1.053 Box	1.000 Box
Total		12.298 Box	12.000 Box

(Sumber: Toko oleh-oleh In-syira)

Tabel 1.5 Data Penjualan Produk Unggulan Toko Kue Viera Tahun 2019

NO	BULAN	JUMLAH	Target
1	Januari	1100 Box	1000 Box
2	Februari	1100 Box	1000 Box
3	Maret	1120 Box	1000 Box
4	April	1125 Box	1000 Box
5	Mei	1100 Box	1000 Box
6	Juni	1150 Box	1000 Box
7	Juli	1125 Box	1000 Box
8	Agustus	1100 Box	1000 Box
9	September	1120 Box	1000 Box
10	Oktober	1125 Box	1000 Box
11	November	1150 Box	1000 Box
12	Desember	1150 Box	1000 Box
Total		13.465 Box	12.000 Box

(Sumber: Toko Oleh-oleh Kue Viera)

Terlihat pada Tabel 1.2, kondisi perusahaan masih belum mencapai target. Target yang diberikan akan sangat mempengaruhi seluruh keuangan yang ada pada toko, oleh karena itu toko wajib mencapai target yang sudah diberikan. Jika target tersebut tidak dicapai oleh toko maka otomatis akan menyebabkan kerugian pada toko tersebut.

Tabel 1.6 Data Survei Pendahuluan

NO	Pertanyaan	Iya	Tidak
1	Apakah anda pernah berbelanja di toko oleh-oleh Rikana <i>Cake</i> sebelumnya ?	8	2
2	Apakah anda menyukai kue brownis ?	9	1
3	Apakah anda menyukai kue brownis pisang ?	9	1
4	Apakah anda menyukai kue brownis coklat ?	8	2
5	Apakah anda pernah membeli kue brownis di toko oleh-oleh lain ?	7	3

(Sumber: Pengumpulan Data, 2020)

Berdasarkan tabel 1.6 dapat dilihat hasil survey pendahuluan terhadap 10 orang responden yang berbelanja di toko oleh-oleh Rikana *Cake*. Dimana terdapat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8 orang yang sudah pernah berbelanja sebelumnya dan 2 orang yang baru pertama kali berbelanja di toko oleh-oleh Rikana *Cake*. Untuk responden yang menyukai kue brownis ada 9 responden dan 1 responden yang tidak menyukai kue brownis. Responden yang menyukai kue brownis coklat yaitu ada 8 responden dan 2 responden yang tidak suka. Responden yang menyukai kue brownis di toko oleh-oleh lain yaitu sebanyak 7 dan 3 responden yang tidak pernah berbelanja di toko oleh-oleh lain.

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti memberikan saran-saran perbaikan berdasarkan peta *positioning* setelah melakukan wawancara dengan konsumen menggunakan metode *multidimensional Scaling* (MDS). *Multidimensional Scaling* merupakan salah satu prosedur yang digunakan untuk memetakan persepsi dan preferensi para responden secara *visual* dalam peta geometri. Peta geometri yang disebut *spatial map* atau *perseptual map*, merupakan penjabaran berbagai dimesi yang berhubungan. Analisis *Multidimensional Scaling* digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap toko oleh-oleh Rikana cake dan Mega Rasa serta hubungan antara atribut- atribut produk.(Aswin, Wahidun, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dari penelitian Tugas Akhir ini yaitu:

1. Bagaimana menentukan atribut-atribut yang menjadi prioritas konsumen dalam memilih toko oleh-oleh khas Pekanbaru?
2. Bagaimana membandingkan atribut yang menjadi keunggulan dan kelebihan toko oleh-oleh Rikana *Cake* dari competitor?
3. Bagaimana memberikan usulan perbaikan berdasarkan peta *positioning* setelah melakukan wawancara dengan konsumen menggunakan metode *multidimensional Scaling*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah memberikan usulan perbaikan berdasarkan peta *positioning* setelah melakukan wawancara dengan konsumen menggunakan metode *multidimensional Scaling*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian Tugas Akhir ini diharapkan adanya manfaat untuk berbagai pihak terkait. Adapun manfaat dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini bagi toko oleh-oleh Rikana *Cake* adalah Sebagai bahan masukan bagi toko untuk menerapkan usulan perbaikan berdasarkan peta *positioning* setelah melakukan wawancara dengan konsumen menggunakan metode *multidimensional Scaling*.

2. Bagi Penulis

Manfaat yang diperoleh penulis dari penelitian ini adalah:

- Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang masalah pemasaran menggunakan metode *Multidimensional Scaling*.
- Sebagai implementasi dalam mengaplikasikan ilmu dan teori yang dipelajari dari mata kuliah teknik industri

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian Tugas Akhir ini yaitu:

- Toko oleh-oleh yang menjadi pembanding adalah toko oleh-oleh Mega Rasa dan In-syira.
- Penelitian dilakukan di toko oleh-oleh Rikana *Cake*, Mega Rasa, In-syira dan Kue Viera.



1.6 Posisi Penelitian

Posisi penelitian pada penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.7 Posisi Penelitian

No	Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan	Tahun
1	Julita Nahar	Penerapan Metode <i>Multidimensional Scaling</i> dalam Pemetaan Sarana Kesehatan di Jawa Barat	Untuk memetakan sarana kesehatan yang ada di kota-kota di Jawa Barat.	2016
2	Esti Dwi Rinayanti, Ari Hidayat, dan Hardi Yanto	Analisis <i>Positioning</i> dengan <i>Multidimensional Scaling</i> (MSD) dan Analisis Faktor Pemetaan <i>City Car</i> di Makassar	Untuk melakukan pemetaan <i>city car</i> di Makassar dengan menggunakan <i>multidimensional scaling</i>	2018
3	A.Z. Wattimena, E.R.Persuley, dan M.J.Masbaitubung	Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Kamera Ponsel Samsung Berdasarkan Persepsi Konsumen Dengan Menggunakan Metode <i>Multidimensional Scaling</i>	Untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan variabel bebas citra merek yang terdiri dari jenis-jenis asosiasi merek (X_1), dukungan sosial (X_2), kekuatan asosiasi merek (X_3), dan keunikan asosiasi merek (X_4) terhadap variabel terkait loyalitas konsumen.	2018
4	Abdul Marfuad, Yusrizal A, Primawati, dan Hendri Nurdin	Pemetaan Persepsi Mahasiswa Jurusan Teknik Mesin FT UNP Terhadap Tempat Bekerja Menggunakan Penskalaan Dimensi Ganda	untuk memberikan gambaran visual mengenai persepsi mahasiswa jurusan teknik mesin FT UNP terhadap tempat bekerja menggunakan penskalaan dimensi berganda.	2019
	Rezki Agusla	Penerapan Analisis <i>Multidimensional Scaling</i> untuk Memetakan Persepsi <i>Stakeholders</i> Terhadap Mutu Pusat Oleh-oleh Rikana Riau	Memberikan usulan perbaikan berdasarkan peta <i>positioning</i> setelah melakukan wawancara dengan konsumen menggunakan metode <i>multidimensional Scaling</i> .	2020

(Sumber: Pengumpulan Data, 2019)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memperjelas penelitian yang dilakukan, maka penelitian ini disusun dengan sistematika penulisan yang terdiri dari 6 (enam) BAB. Adapun sistematika penulisan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, posisi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menguraikan semua teori dasar serta prinsip dasar yang digunakan untuk membahas masalah yang berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini disajikan serta penjelasan tentang langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan secara sistematis semua langkah-langkah yang digunakan dalam proses pengumpulan data dan teknis pengolahan data untuk menyelesaikan permasalahan.

BAB V ANALISA PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang analisa dari pengolahan data yang didapat dan kemudian dijelaskan maksud dari hasil tersebut.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan kita sehari-hari. Menurut (Kotler, 2000) dikutip oleh (Astanza dkk, 2019) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain. Pemasaran terdiri atas semua aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Secara sederhana, pemasaran adalah kegiatan pengenalan produk ke konsumen yang akan bernilai kembali bagi konsumen.

Pemasaran sangat penting bagi perusahaan, dengan adanya pemasaran perusahaan akan mampu memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong ada lima langkah proses pemasaran, yaitu:

1. Memahami keinginan pelanggan dan kebutuhan pasar mengetahui kekurangan dan kelebihan serta keinginan manusia yang dilihat dari daya beli suatu produk.
2. Merancang strategi pemasaran yang digerakkan oleh konsumen.
3. Merancang program pemasaran yang saling berkaitan dan memberikan suatu nilai unggul.
4. Menciptakan kepuasan pelanggan dengan lingkungan yang menguntungkan.
5. Mendapatkan nilai dan pelanggan untuk menciptakan keuntungan.

Pemasaran berfokus pada kepuasan pelanggan dan beranggapan bahwa pembelian dan pembelian ulang akan dilakukan apabila pelanggan (individual) mendapatkan kepuasan dalam melakukan suatu pembelian. Unsur-unsur pokok yang terkandung dalam definisi pemasaran di atas mencakup :



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kebutuhan, keinginan dan permintaan
2. Produk (barang,jasa,dan ide, atau kombinasinya)
3. Nilai, biaya, dan kepuasan
4. Pertukaran dan transaksi
5. Hubungan dan jaringan
6. Pasar
7. Pemasar dan calon pembeli

Sedangkan konsep inti pemasaran adalah pertukaran nilai-nilai antara dua pihak dimana nilai-nilai yang dibutuhkan tersebut tidak terbatas pada barang,jasa,dan uang, tetapi juga dapat mencakup sumber-sumber lain seperti waktu,energi, dan perasaan.

2.2 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi merupakan salah satu alat strategi pemasaran yang pada aplikasinya memerlukan pemahaman mendalam dari perusahaan untuk mengkombinasikan factor-faktor tersebut untuk memaksimalkan kesuksesan aktivitas pemasaran perusahaan (Hintze, 2015) dikutip oleh (Utami, 2018). Perusahaan yang mampu mengkombinasikan bauran pemasaran sebagai alat pemasaran dan menggiring konsumen untuk memilih produk perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan bersaing perusahaan yang bahkan membutuhkan integrasi kompetensi dan kapabilitas perusahaannya untuk mendukung strategi perusahaan melalui bauran pemasaran (Christopher & Peck, 1997) dikutip oleh (Utami, 2018).

Bauran pemasaran merupakan konsep awal pengembangan strategi pemasaran yang berkembang saat ini yang masih memerlukan perhatian dalam aktivitas pemasaran. Karena melihat pemasaran yang telah bergeser menjadi konsep orientasi konsumen seperti penciptaan nilai yang unggul bagi konsumen atas produk yang dibeli atau dikonsumsi namun konsep dasar dari bauran pemasaran sendiri tidak dapat dihilangkan sebagai dasar pengembangan nilai pelanggan sebagai strategi pemasaran.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Produk (*Product*)

Produk adalah apa saja baik itu berupa barang, jasa, maupun gagasan yang ditawarkan ke pasar untuk diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas atau secara umum mutu adalah sebagai jumlah dari atribut atau sifat-sifat sebagaimana dideskripsikan dalam produk yang bersangkutan sehingga dengan demikian hal-hal termasuk didalam kualitas ini adalah:

- a. Daya tahan dari produk.
- b. Kenyamanan pemakai.
- c. Daya guna.

2. Harga (*Price*)

Secara sederhana harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Indikator dari harga antara lain adalah:

- a. Harga yang terjangkau oleh daya beli konsumen.
- b. Harga memiliki daya saing dengan harga produk lain.
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

3. Tempat (*Place*)

Penempatan atau penyaluran merupakan mekanisme distribusi yang dipergunakan untuk menyampaikan produk dari titik produksi ke konsumen. Lokasi bisa diukur melalui:

- a. Seberapa strategi tempat tersebut.
- b. Fasilitas yang bisa didapat oleh calon konsumen.
- c. Kemudahan dalam mengakses lokasi tersebut.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah media untuk mengenalkan suatu produk barang dan jasa yang baru atau memperkuat brand image suatu produk yang telah ada sebelumnya. Promosi merupakan suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui:



- a. Iklan.
- b. Penjualan pribadi.
- c. Promosi penjualan.
- d. Publikasi.

2.3 Strategi Pemasaran

2.3.1 Konsep Umum Strategi Pemasaran

Menurut Assauri (2013) dikutip oleh (Harahap, 2018) strategi pemasaran adalah suatu tujuan dan sasaran yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan berupa informasi tentang arahan untuk perusahaan dalam menghadapi persaingan lingkungan.

2.3.2 Faktor Strategi Pemasaran

Ada dua factor utama yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu (Harahap, 2018):

1. Strategi pemasaran berupa pernyataan tentang suatu merek, produk, atau jasa untuk mencapai tujuannya.
2. Strategi pemasaran merupakan sebuah alat yang direncanakan sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan dengan cara mengembangkan keunggulan dari perusahaan agar mampu bersaing dipasaran dan digunakan untuk melayani pasar yang menjadi sasaran.

Selain dua faktor diatas, faktor lainnya juga akan mempengaruhi strategi pemasaran, yaitu:

1. Target atau Sasaran
Merupakan kelompok konsumen yang akan menjadi sasaran bagi perusahaan.
2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
Elemen-elemen pemasaran yang akan dikombinasikan perusahaan dalam menjalankan sebuah perusahaan dengan tujuan mendapat hasil yang maksimal.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2.3.3 Pilar Utama Strategi Pemasaran

Ada tiga pilar utama untuk agar visi dan misi strategi pemasaran dapat diwujudkan, yaitu (Akbar,2019):

1. Semua aspek strategi harus memiliki tujuan yang sama menentukan strategi produk pembeda dengan pesaing bukan hanya aspek penjualan.
2. Strategi pemasaran bukan hanya tentang omset tetapi kekuatan atau kelayakan produk dipasaran
3. Strategi pemasaran penting lainnya yaitu membentuk kekuatan merek produk dengan strategi pembeda yang jelas.

2.4 *Benchmarking*

Benchmarking adalah proses pengukuran secara berkesinambungan dan membandingkan satu atau lebih bisnis proses perusahaan dengan perusahaan yang terbaik di proses bisnis tersebut, untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengimplementasikan peningkatan proses bisnis

David Kearns juga mendefinisikan *Benchmarking* sebagai suatu proses pengukuran terus menerus atas produk, jasa dan tata cara perusahaan terhadap pesaing yang terkuat. *Benchmarking* juga merupakan suatu proses yang membandingkan dan mengukur kinerja suatu perusahaan dengan perusahaan lain guna mendapatkan keuntungan informasi yang akan digunakan untuk perbaikan secara kontinyu.

2.4.1 Tahapan *Benchmarking*

Andersen dan Pettersen juga menjelaskan tahapan proses *Benchmarking* dalam lima tahapan, yang biasa disebut juga dengan *Benchmarking wheel*, yang terdiri dari:

1. *Plan*

Pada tahapan perencanaan ini, aktivitas-aktivitas yang dilakukan antara lain adalah melakukan penilaian performa periode yang telah berjalan, dan menetapkan kinerja perusahaan yang akan dibandingkan dengan perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

yang dipilih menjadi acuan kinerja perusahaan. Penilaian performa periode yang telah berjalan, berguna sebagai dasar untuk menentukan kinerja perusahaan yang akan di benchmark dengan perusahaan yang dipilih menjadi acuan kinerja perusahaan.

2. *Search*

Pada tahapan kedua ini, aktivitas-aktivitas yang dilakukan antara lain adalah mencari perusahaan yang potensial sebagai partner untuk melakukan *benchmark*. Setelah itu, dilakukan perbandingan antara kandidat –kandidat tersebut, manakah perusahaan yang paling potensial sebagai mitra untuk melakukan *benchmark*. Dan kemudian, dilakukan kontak terhadap perusahaan yang paling potensial sebagai mitra benchmark untuk memastikan bahwa perusahaan tersebut menerima untuk dilakukan *benchmark*.

3. *Observe*

Pada tahapan ketiga ini, aktivitas-aktivitas yang dilakukan antara lain adalah mengumpulkan berbagai informasi mengenai factor-faktor kunci sukses dari perusahaan yang mempunyai kinerja *superior* sebagai acuan kinerja perusahaan. Pengumpulan informasi ini dilakukan dengan beberapa cara, yaitu melakukan observasi langsung ke perusahaan mitra *benchmark*, mencari informasi melalui internet, dan melakukan wawancara langsung dengan manajer perusahaan mitra *benchmark* tersebut.

4. *Analyze*

Pada tahapan keempat ini, aktivitas-aktivitas yang dilakukan antara lain adalah melakukan analisa informasi yang telah dikumpulkan dari perusahaan yang dipilih sebagai acuan kinerja perusahaan untuk melihat perbedaan kinerja dengan perusahaan tersebut. Dan juga dilakukan analisa informasi mengenai faktor-faktor kunci sukses yang membuat perusahaan yang dipilih sebagai acuan kinerja perusahaan mempunyai kinerja *superior*, sebagai dasar untuk menyusun program perbaikan kinerja perusahaan.

5. *Adapt*

Pada tahapan kelima ini, aktivitas-aktivitas yang dilakukan antara lain adalah menyusun dan mengimplementasikan program perbaikan kinerja perusahaan,



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

agar memiliki kinerja superior seperti perusahaan yang dipilih sebagai acuan kinerja perusahaan. Dan juga dilakukan, evaluasi terhadap program perbaikan kinerja perusahaan yang telah diimplementasikan.

Tatterson mengemukakan bahwa dengan menggunakan *Benchmarking* perusahaan dapat melakukan perbandingan keunggulan bersaing antar perusahaan, dan hasil perbandingan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menciptakan keunggulan bersaing perusahaan itu sendiri. Selain itu, *Benchmarking* adalah teknik atau alat untuk meningkatkan performa perusahaan agar perusahaan memiliki performa yang superior. *Benchmarking* juga bermanfaat untuk memperbaiki kinerja perusahaan sehingga dapat tercapai peningkatan kinerja perusahaan.

2.5 *Multidimensional Scalling* (MDS)

2.5.1 Konsep Dasar *Multidimensional Scalling* (MDS)

Multidimensional scalling (MSD) atau penetapan skala multidimensi merupakan sebuah kelas prosedur untuk merepresentasikan persepsi dan preferensi responde secara spasial dengan menggunakan sebuah tampilan visual (Malhotra, 2010) dikutip oleh (Andriani, dkk 2018). Metode penskalaan multidimensi, yaitu metode untuk menyajikan persepsi dan konsumen preferensi secara spasial dengan menggunakan tampilan yang terlihat (tampilan visual).

Penskalaan Multidimensi bias digunakan dalam pemasaran untuk memahami berbagai merek di pasar, juga untuk mengetahui bentuk peta spasial dimana peta spasial adalah hubungan antara merek atau yang dirasakan lainnya stimulus, dinyatakan sebagai hubungan geometris antara titik-titik dalam koordinat multidimensional, menunjukkan posisi atau lokasi suatu merek atau stimulus dalam peta spasial (Andriani, dkk 2018).

MSD digunakan dalam pemasaran untuk mengidentifikasi (Malhotra, 2018):

1. Jumlah dan sifat dimensi yang digunakan konsumen dalam mempersepsikan merek-merek yang berbeda di pasaran.
2. Posisi merek saat ini pada dimensi-dimensi tersebut.
3. Posisi merek ideal menurut konsumen pada dimensi-dimensi tersebut.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Peta persepsi atau *Perceptual map* merupakan metode yang memetakan suatu pendapat yang dirasakan terhadap sebuah objek (perusahaan, produk, dan yang berhubungan dengan persepsi). Hair dkk (1998) mengatakan bahwa penskalaan pada MDS mengacu pada metode yang bisa membantu mengidentifikasi ukuran pokok penilaian responden terhadap sebuah objek (Nahar,2016).

2.5.2 Penetapan Skala *Multidimensi*

Pada *Multidimensi* peneliti harus menentukan sebuah format yang sesuai dimana data harus diperoleh dan memilih sebuah prosedur MDS untuk menganalisa data. Berikut adalah langkah-langkah dalam MDS (Malhotra,2018):

1. Memformulasikan Masalah.

Memformulasikan masalah mengharuskan peneliti menetaokan secara spesifik maksud digunakannya hasil MDS dan memilih merek atau stimulasi lain untuk dimasukkan kedalam analisis.jumlah merek atau stimulasi yang dipilih serta merek tertentu yang akan dimasukkan akan menentukan sifat dimensi dan konfigurasi yang dihasilkan.

2. Memperoleh data masukan.

Data masukan berhbungan dengan persepsi dan preferensi yang diperoleh dari responden.

a. Data persepsi

1) Pendekatan langsung

Untuk memperoleh data persepsi, responden diminta untuk menilai sejauh mana berbagai merek atau stimulasi serupa atau tidak dengan menggunakan kriteria mereka sendiri. Responden seringkali diminta untuk memeringkatkan atau memberikan *ranking* terhadap merek atau stimulasi dalam hal keserupaan pada sebuah skala Likert.

2) Pendekatan turunan

Dalam mengumpulkan data persepsi pendekatan didasarkan pada atribut yang mensyaratkan responden untuk memeringatkan merek

atau stimulasi atas atribut-atribut yang telah diidentifikasi menggunakan skala *Likert*.

Skala *Likert* mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan yang mengukur suatu objek. Skala ini dikembangkan Rensis *Likert* dan biasanya memiliki 5 atau 7 kategori dari “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”. Skala *likert* banyak digubakan dalam riset-riset yang menggunakan metode survei untuk mengukur sikap, persepsi, tingkat kepuasan.

b. Data preferensi

Data preferensi mengurutkan merek atau stimulasi menurut preferensi responden untuk beberapa sifat. Responden diharuskan merangking merek dari yang paling diminati sampai yang paling sedikit diminati.

3. Memilih sebuah prosedur MDS

Memilih sebuah prosedur MDS yang spesifik tergantung pada apakah data persepsi dan preferensi diskalakan, atau apakah dianalisa membutuhkan kedua jenis data. Sifat data masukan juga merupakan sebuah faktor penentu.

MDS dibagi menjadi dua yaitu *multidimensional scaling* metrik dan *multidimensional scaling non-metrik* (Nahar,2016).

a. *Multidimensional Scaling Metrik*

Data jarak yang digunakan dalam penskalaan adalah data interval atau rasio. Dalam *Multidimensional Scaling* metrik tidak dipermasalahkan apakah data input ini merupakan jarak yang sebenarnya atau tidak, prosedur ini hanya menyusun bentuk geometri dari titik-titik objek yang diupayakan sedekat mungkin dengan input jarak yang diberikan.

b. *Multidimensional Scaling Non-Metrik*

Data jarak yang digunakan dalam transformasi monoton (sama) ke data yang sebenarnya sehingga dapat dilakukan operasi aritmatika terhadap nilai ketidaksamaannya, untuk menyesuaikan jarak dengan nilai urutan ketidaksamaannya. Transformasi monoton akan memelihara urutan nilai ketidaksamaannya sehingga jarak antara objek yang tidak sesuai dengan urutan nilai ketidaksamaan dirubah sedemikian rupa sehingga akan tetap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



memenuhi urutan nilai ketidaksamaan tersebut dan mendekati jarak awalnya.

4. Menentukan jumlah dimensi

Tujuan dalam MDS adalah untuk memperoleh sebuah peta spasial yang paling sesuai dengan data input dalam jumlah dimensi yang paling sedikit. Namun demikian peta spasial dihitung sedemikian rupa sehingga kesesuaian meningkat dengan bertambahnya jumlah dimensi.

5. Memberikan label dimensi dan mengartikan konfigurasi

Jika sebuah peta telah dibuat, dimensi harus diberi label dan konfigurasinya harus diartikan. Pemberian label dimensi memerlukan penilaian subjektif peneliti.

6. Mengkaji kendalan dan validitas

Data masukan, dengan demikian berarti solusi MDS mengalami variabilitas acak yang cukup besar. Maka, kita perlu membuat pengkajian atas keandalan dan validitas solusi MDS.

2.5.3 Keterbatasan dan Asumsi *Multidimensional Scaling*

MDS mengasumsikan bahwa jarak (keserupaan) antara dua stimulus adalah beberapa fungsi dari keserupaan parsialnya pada masing-masing dimensi dari beberapa dimensi perseptual. Tidak banyak riset yang telah dilakukan untuk menguji asumsi ini. Jika suatu peta parsial telah didapatkan, kita mengasumsikan bahwa jarak antar titik-titik menggunakan skala rasio dan bahwa sumbu peta menggunakan skala interval multidimensi. Salah satu keterbatasan MDS adalah bahwa penafsiran dimensi yang terkait dengan perubahan fisik pada merek-merek atau stimulus hingga perubahan dalam peta perseptual sulit dilakukan. keterbatasan ini berlaku pada penetapan skala data preferensi (Malhotra, 2018).

2.6 Perilaku Konsumen

Memahami perilaku konsumen merupakan suatu hal yang tidak mudah, terkadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sering pula bertindak sebaliknya. Untuk itu pemasar perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku dalam berbelanja.

Dibidang studi pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

The American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.

Berdasarkan definisi tersebut didapat tiga ide penting, yaitu:

1. Perilaku Konsumen Dinamis

Hal ini berarti bahwa perilaku seorang konsumen atau masyarakat luas selalu berubah sepanjang waktu. Dalam hal strategi pemasaran, sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa seseorang tidak boleh berharap bahwa suatu strategi pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama disepanjang waktu, pasar, dan industri.

2. Hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar.

3. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran

Hal ini membuat perilaku konsumen tetap dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga menekankan pertukaran. Kenyataannya peran pemasaran adalah untuk menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui formulasi dan penerapan strategi pemasaran.

Perilaku konsumen sangat perlu dipelajari. Dengan mengetahui perilaku konsumen mungkin dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pengembangan kemampuan seorang pemasar dalam menjalankan tugasnya. Sama halnya dalam kajian akademis, kajian ini dapat dipergunakan untuk memperdalam pengetahuan tentang perilaku konsumen. Berdasarkan studi perilaku konsumen, akan menghasilkan tiga informasi penting, yaitu:



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Orientasi/arah/cara pandang konsumen (*A customer orientation*)
2. Berbagai fakta tentang perilaku berbelanja (*Facts about buying behavior*)
3. Konsep/teori yang memberikan acuan pada proses berpikirnya mausia dalam berkeputusan.

2.6.1 Hubungan Perilaku Konsumen dengan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah sebuah rencana yang didesain untuk mempengaruhi pertukaran dalam menapai tujuan organisasi. Biasanya strategi pemasaran diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi perilaku konsumen.

Tabel 2.1 Hubungan Perilaku Konsumen dengan Strategi Pemasaran

Elemen Strategi	Isu Konsumen
Segmentasi	Konsumen mana yang paling tepat untuk produk kita? Sifat konsumen mana yang harus digunakan untuk mensegmentasi pasar produk kita?
Produk/Jasa	Produk/jasa mana yang digunakan konsumen saat ini? Keuntungan apa yang didapka konsumen dari poduk/jasa tersebut?
Promosi	Promosi mana yang dapat mempengaruhi konsumen? Iklan bagaimana yang efektif untuk perusahaan kita?
Harga	Seberapa penting harga bagi konsumen untuk setiap pasar sasaran? Apa dampak dari perubahan harga tersebut terhadap perilaku pembelian?

(Sumber: Nugroho dan Setiadi, 2018)

Tabel 2.1 memperlihatkan bahwa memahami perilaku konsumen merupakan elemen penting dalam pengebangan strategi pemasaran. Sangat sedikit jika ada keputusan tentang strategi pemasaran yang tidak mempertimbangkan perilaku konsumen. Dengan demikian, semakin banyak kita belajar tentang konsumen, semakinbaik kesempatan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang berhasil.



2.6.2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya:

1. Faktor-faktor Kebudayaan

Merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan perilaku konsumen.
2. Faktor-faktor Sosial
 - a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru, mempengaruhi sikap dan jati diri seseorang karena orang tersebut ingin menyesuaikan diri, dan mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan prosuk dan merek seseorang.
 - b. Keluarga

Ada dua keluarga dalam kehidupan pembeli:

 - 1) Keluarga orientasi, merupakan orang tua seseorang. Dari orangtua lah seseorang mendapatkan pandangan tentang politik, agama, ekonomi, harga diri, dan cinta.
 - 2) Keluarga prokreasi, merupakan pasangan hidup anak-anak seorang keluarga.
 - c. Peran dan status
3. Faktor Pribadi
 - a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup
 - b. Pekerjaan
 - c. Keadaan ekonomi
 - d. Gaya hidup
 - e. Kepribadian dan konsep diri
4. Faktor Psikologis
 - a. Motivasi
 - b. Persepsi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- c. Proses belajar
- d. Kepercayaan dan sikap.

2.7 Persepsi Konsumen

2.7.1 Pengertian Persepsi Konsumen

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, sensasi disini maksudnya adalah suatu aktivitas merasakan atau suatu keadaan yang menggembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan cepat dari indera penerima kita terhadap stimulasi dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Semua itu yang akan menimbulkan persepsi. Oleh karena itu persepsi adalah proses bagaimana stimulasi-stimulai itu diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan (Nugroho dan Setiadi, 2018).

Persepsi kita dibentuk oleh tiga pasang pengaruh:

1. Karakteristik dari stimulai
2. Hubungan stiulasi dengan sekelilingnya
3. Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri

Stimulasi setiap orang terhadap suatu objek erbeda-beda. Maka dari itu persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi dibentuk oleh seseorang yang dipengarhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Salah satu hal yang diperhatikan dalam persepsi adalah bahwa persepsi secara subtansil bisa sangat berbeda dengan realistitas.

2.7.2 Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi

Beberapa karakteristik konsumen yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

1. Membedakan Stimulus

Salah satu hal yang sangat penting bagi pemasar adalah mengetahui bagaimana konsumen mampu membedakan antara dua stimulasi atau lebih.

2. Tingkat Ambang Batas (*Threshold Level*)

Kemampuan konsumen dalam mendeteksi perbedaan dalam suara, cahaya, bau, atau stimulasi lainnya ditentukan oleh tingkat ambang bawah.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ada dua *threshold*, yaitu:

- a. *Absoulute Threshold*

Jumlah rangsangan minimum yang mampu dideteksi oleh inderawi.

- b. *Differential Threshold*

Kemampuan sistem indera untuk mendeteksi atau membedakan antara dua stimulasi.

3. Persepsi Bawah Sadar (*Subliminal Perception*)

Kebanyakan dari para pemasar selalu menekankan pada penciptaan iklan atau pesan yang bisa dideteksi atau disadari oleh konsumen. Artinya, pemasar selalu berusaha menciptakan iklan atau pesan di atas tingkat ambang batas kesadaran konsumen.

4. Tingkat Adaptasi

Tingkat adaptasi ini merupakan salah satu konsep yang berkaitan dengan ambang batas absolut. Konsumen sudah merasa terbiasa dan tidak lagi mampu memperhatikan stimulus, maka ketika itu pula *absolute thressholdnya* berubah. Tingkat adaptasi terjadi ketika konsumen tidak lagi memperhatikan stimulus yang berulang-ulang.

5. Generalisasi Stimulus

Proses persepsi yang terjadi pada konsumen sebenarnya idak hanya membedakan satu stimulus dengan stimulus lainnya, tetapi konsumen juga berusaha menggeneralisasi stimulus. Jadi, generalisasi terjadi ketika konsumen melihat dua stimulus atau lebih mempunyai kesamaan (mempunyai hubungan yang dekat/*contiguity*), dan saling mempengaruhi satu dengan lainnya, oleh karena itu dapat disubstitusikan.

2.8 Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai oleh konsumen yang bisa terbentuk dari pemahaman dan ingatan konsumen melalui persepsi produk (Fernando, 2019). Ada beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur prefensi, yaitu:



1. Faktor Sosial
2. Metode Pembayaran
3. Pengaruh Lingkungan

2.9 Pengujian Alat Ukur

2.9.1 Uji Validitas

Arikuntu (2013) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan suatu tingkat kevalidan dari sebuah instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila sudah mampu mengukur hal yang diinginkan sesuai dengan tujuan tertentu dalam penelitian (Alwan,dkk 2017).

Validitas hanya menunjukan sejauh mana alat suatu alat pengukuran itu mengukur apa yang ingin diukur. Macam-macam jenis validitas adalah sebagai berikut :

1. Validitas Konstruk (*Contract Validity*)
2. Validitas Isi (*Content Validity*)
3. Validitas Eksternal (*Eksternal Validity*)
4. Validitas Prediktif (*Predictive Validity*)

Rumus yang digunakan untuk menghitung uji validitas adalah :

$$r = \frac{N (\sum X.Y) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 (\sum X)^2] \cdot [N \sum Y^2 - \sum Y^2]}} \dots (2.1)$$

Keterangan :

N Jumlah Responden

X Skor Pertanyaan

Y Skor Total Pertanyaan

Pertanyaan akan dikatakan valid apabila angka korelasi pertanyaan tersebut lebih besar dari pada angka kritik pada tabel korelasi dengann taraf signifikasi yang telah ditentukan. Langkah-langkah pengambilan keputusan variabel dalam menentukan valid atau tidaknya suatu variabel adalah :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Menentukan nilai r tabel
Menentukan nilai r tabel dari tabel r. Untuk df = N-2 dan dengan sampel 30 orang responden diperoleh nilai df = 30-2 = 28. Mengacu dari tabel angka kritik nilai r untuk signifikan 5% maka nilai r tabel adalah 0,361.
2. Mencari nilai r hasil
Nilai r hasil setiap variabel dapat dilihat pada hasil perhitungan uji validitas dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*.
3. Mengambil keputusan
Jika r_{hasil} positif, serta $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut valid
Jika r_{hasil} positif, serta $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut tidak valid
Jika r_{hasil} negatif, serta $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut tidak valid
Jika r_{hasil} positif, serta $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut tidak valid

2.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikuntu (2013) dikutip oleh (Alwan,dkk 2017), reliabilitas adalah suatu yang cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena sudah baik. Untuk mencari reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. koefisien *Alpha Cronbach* berada di antara 0,60 dan 0,80 maka dapat dikatakan bahwa reliabilitas alat ukur memiliki performasi yang dapat diterima.

Dan apabila nilai koefisien *Alpha Cronbach* > 0,80 maka dapat dikatakan bahwa reliabilitas dari alat ukur memiliki performasi yang bagus. Rumus nilai koefisien dan nilai korelasi *Alpha Cronbach* dapat dilihat sebagai berikut :

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad \dots (2.2)$$

Keterangan :

σ = Varians

X = Jawaban item pertanyaan

n = Jumlah responden

$$r = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right) \quad \dots (2.3)$$

Keterangan :

σ_i = Varians per pertanyaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$\sum \sigma_i^2 =$ Varians total
 $n =$ Jumlah responden

2.10 Teknik Pengambilan Sampel

Untuk memilih dan menarik sampel, periset bisa melakukan beberapa cara. Ada dua metode untuk menarik sampel dari populasi yaitu, *Probability* dan *nonprobability sample*. Sampel dapat mewakili dan menggambarkan sifat populasi yang diinginkan secara keseluruhan (Istijanto, 2016).

1. *Probability Sampling*

Probability Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih untuk menjadi anggota sampel. Teknik ini antara lain sebagai berikut:

- a. *Simple random sampling*
- b. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.
- c. *Stratified random sampling*

Teknik ini dilakukan secara *stratified*, artinya dibentuk strata, tingkatan atau kelompok. Dengan kata lain populasi ini dibagi terlebih dahulu menjadi tingkatan atau kelompok yang berbeda.

- d. *Systematic Sampling*

Kata *systematic* berarti memiliki sistem aturan atau pola tertentu. Dalam metode ini, sampel dipilih dengan mengambil setiap anggota populasi yang memiliki interval tertentu. Jadi, interval disini merupakan pola yang digunakan dalam pengambilan elemen populasi.

- e. *Cluster sampling* (Area sampling)

Kata *Cluster* mengandung arti satu kumpulan. Artinya, teknik sampling ini berupaya menarik sampel dari satu kumpulan saja yang mewakili seluruh populasi. *Cluster* dipandang mewakili seluruh populasi.

2. *Non-probability Sampling*

Non-probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Tekniknya antara lain sebagai berikut:

a. *Sampling Kuota*

Sampling Kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Bila pada pengambilan sampel dilakukan secara kelompok maka pengambilan sampel dibagi rata sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

b. *Convenience Sampling*

Berarti nyaman, tidak repot, atau mudah. Melalui metode ini, periset menarik anggota populasi atas dasar kemudahan saja.

c. *Sampling Purposive*

Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel ini lebih cocok untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

d. *Snowball Sampling*

Snowball Sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

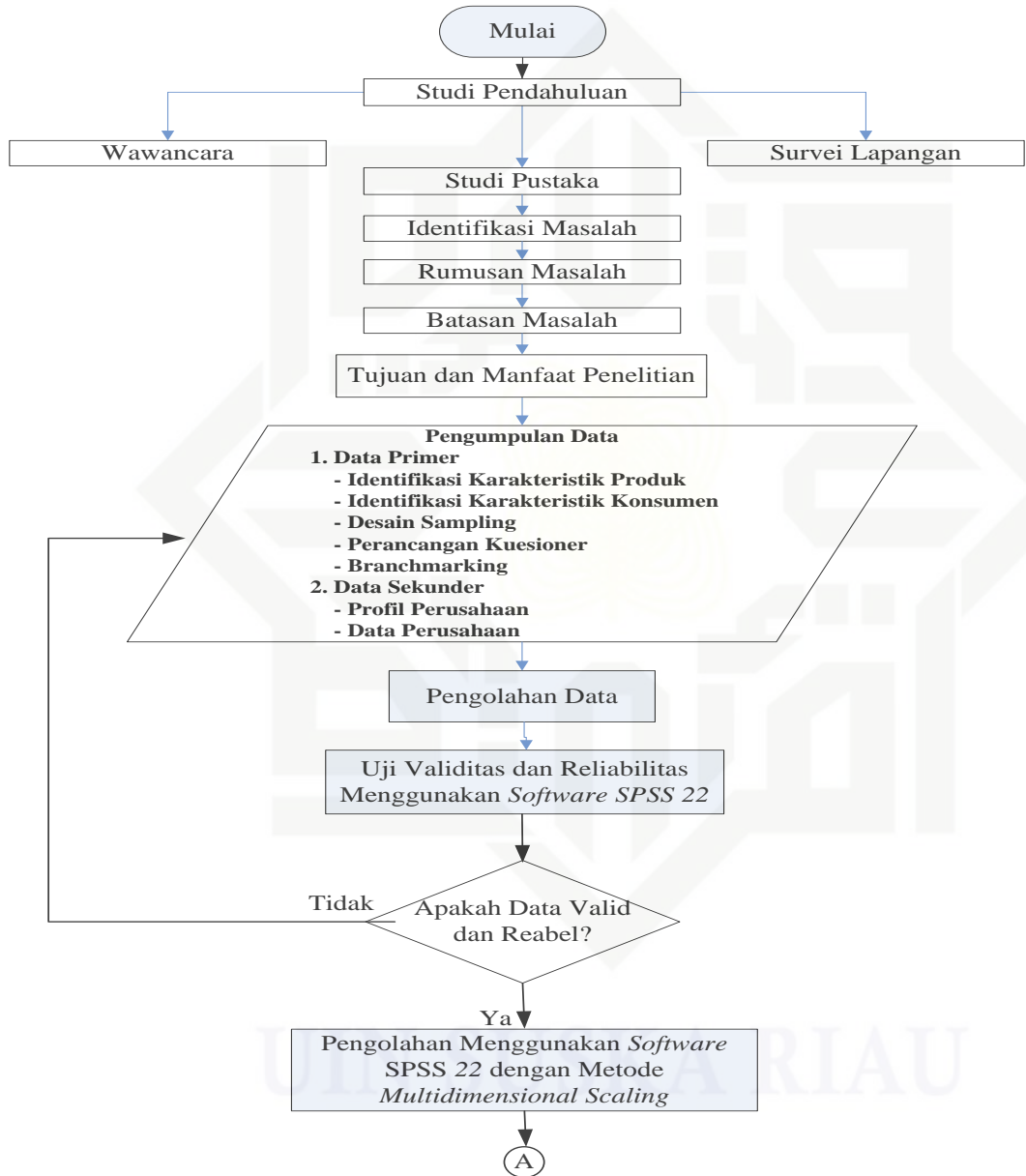
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan tahapan-tahapan yang harus dilakukan peneliti secara jelas dan sistematis sebelum melakukan penelitian, mulai dari pengumpulan data sampai dengan kesimpulan. Adapun tahapan penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:



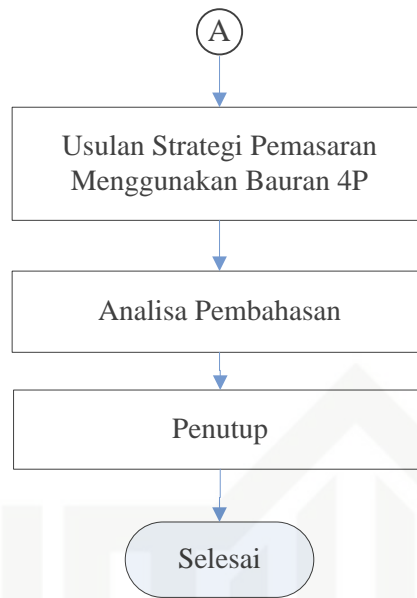
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian

3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan dengan cara observasi langsung melalui wawancara langsung kepada konsumen yang berbelanja di toko oleh-oleh Rikana *Cake*. Dilakukan juga wawancara dengan pemilik toko oleh-oleh Rikana *Cake*. Pengamatan dilakukan untuk memperoleh informasi dan mengetahui kondisi sebenarnya dilapangan. Data pengamatan tersebut akan dibutuhkan untuk penelitian Tugas Akhir.

3.2 Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan sebagai landasan atau teori-teori yang berhubungan dengan penelitian Tugas Akhir. Hal ini sangat diperlukan agar tidak terjadi kesalahan dalam melakukan penelitian dan pengolahan data. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pemasaran, manajemen pemasaran, strategi pemasaran, bauran pemasaran, persepsi dan preferensi konsumen, dan *Multidimensional Scaling*. Tujuan adanya studi pustaka untuk mendapatkan referensi tentang penelitian sehingga permasalahan yang diteliti dapat diselesaikan dengan baik dan benar.



3.3 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan observasi dan wawancara, langkah selanjutnya adalah melakukan identifikasi masalah. Berdasarkan identifikasi masalah, diketahui bahwa *Rikana Cake* kurang menjadi prioritas utama bagi para wisatawan atau pendatang dari luar Pekanbaru karena para wisatawan atau pendatang cenderung memilih toko oleh-oleh yang lebih dikenal dan menyediakan banyak varian jenis oleh-oleh. Hal tersebut berdampak pada tidak tercapainya target yang ditetapkan oleh toko tiap bulannya.

3.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah hasil dari identifikasi masalah berupa pertanyaan yang nanti akan diperoleh jawaban dari tahapan pengolahan data sampai dengan kesimpulan. Rumusan masalah yang telah dibuat mengarah pada bagaimana menentukan atribut-atribut yang menjadi prioritas konsumen dalam memilih toko oleh-oleh untuk berbelanja dan membandingkan kelebihan toko *Rikana Cake* dengan beberapa toko oleh-oleh yang ada di Pekanbaru. Sehingga peneliti dapat memberikan usulan strategi pemasaran dengan menggunakan metode yang telah ditetapkan.

3.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam suatu penelitian diperlukan agar pembahasan dari masalah tersebut tidak melenceng dari tujuan semula. Adapun batasan masalah pada penelitian Tugas Akhir ini yakni toko oleh-oleh *Rikana Cake* Pekanbaru, toko oleh-oleh yang menjadi pembanding adalah toko oleh-oleh *Mega Rasa* dan toko oleh-oleh *Insyira*. Penelitian ini dilakukan di toko oleh-oleh *Rikana Cake* Pekanbaru.

3.6 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian berupa target yang akan dicapai untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian. Tujuan penelitian harus jelas dan terukur sehingga hasil dari penelitian bisa tercapai dengan baik. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah memberikan usulan strategi pemasaran kepada toko

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

oleh-oleh Rikana *Cake* Pekanbaru berdasarkan preferensi dan persepsi konsumen di toko oleh-oleh Rikana *Cake* Pekanbaru.

Adapun manfaat dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan bagi toko oleh-oleh Rikana *Cake* Pekanbaru untuk menerapkan usulan strategi pemasaran barang.
2. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji masalah pemasaran.
3. Sebagai implementasi pengaplikasian ilmu dan teori yang dipelajari dari mata kuliah Teknik Industri.

3.7 Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data yang dilakukan terdapat data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari pengamatan dan penelitian secara langsung. Adapun data primer pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Karakteristik Perusahaan

Mengidentifikasi karakteristik toko disusun berdasarkan konsep bauran 4P yaitu *Product, price, promotion, place*. Hasil identifikasi karakteristik perusahaan akan berguna untuk pernyataan kuesioner yang akan disebar.

2. Identifikasi Karakteristik Konsumen

Responden penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di toko oleh-oleh Rikana *Cake* Pekanbaru.

3. Desain *Sampling*

Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *puspositive sampling*. Periset menggunakan pertimbangan tertentu dalam memilih anggota populasi sebagai sampel. Dengan kata lain unit sampel dihubungkan sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Jumlah sampel minimum yang akan diberikan kuesioner sebanyak 100 orang.

4. Perancangan Kuesioner

Kuesioner berisikan tentang atribut-atribut dari karakteristik perusahaan. Atribut-atribut tersebut didapatkan berdasarkan wawancara dengan pemilik



perusahaan berdasarkan dengan bauran pemasaran 4P. Kuesioner yang akan dirancang, yaitu:

- a. Berdasarkan prefensi konsumen
Digunakan dengan tujuan mengetahui tentang atribut yang dianggap penting atau tidak penting oleh responden dalam memilih tempat untuk membeli oleh-oleh serta pemberian *ranking* (1-5).
- b. Berdasarkan perspektif konsumen
Digunakan untuk mengetahui nilai kedekatan toko oleh-oleh Rikana *Cake* dengan beberapa pesaing untuk setiap atribut yang sudah diteliti.

Sedangkan data sekunder ini merupakan data yang secara tidak langsung diamati oleh peneliti. Data yang dimaksud berasal dari file perusahaan berupa profil perusahaan.

3.8 Pengolahan Data

Data yang sudah diperoleh kemudian diolah untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada toko oleh-oleh Rikana *Cake*. Adapun tahapan dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Melakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Data yang diperoleh selanjutnya diuji validitas dan reliabilitas. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui data yang diperoleh valid dan reliabel atau tidak. Jika data tidak valid dan tidak reliabel, maka perlu dilakukan menyebarkan kuesioner kembali untuk pertanyaan pada kuesioner tertutup.

- a. Uji Validitas
Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan suatu pengukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka data yang diperoleh dikatakan valid. Jika data yang diperoleh tidak valid, maka pertanyaan pada kuesioner harus diganti atau menghilangkan variabel.
- b. Uji Reliabilitas
Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana data yang diperoleh dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

2. Melakukan pengolahan data menggunakan metode *Multidimensional Scaling* menggunakan *Software* SPSS 22.

- a. Data Preferensi

Pengolahan data prefensi terbagi 2 yaitu: pengolahan data prefensi tingkat kepentingan dan pengolahan data *rangking*. Pengolahan data prefensi digunakan untuk mengetahui atribut yang dipilih konsumen dalam memilih tempat berbelanja oleh-oleh dan untuk mengetahui *rangking* untuk tempat berbelanja oleh-oleh tersebut. Pengolahan data prefensi menggunakan MS Excel 2010. Output dari pengolahan data prefensi yaitu mengetahui nilai terkecil atau terendah dari tiga pilihan tempat berbelanja oleh-oleh.

Untuk menghitung data *rangking* menggunakan metode *Multidimensional Scaling* pada *Software* SPSS. Adapun langkah-langkah metode ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.
- 2) Rekap hasil kuesioner dalam bentuk table.
- 3) Petakan data kepentingan atribut dalam bentuk peta *perceptual mapping* dengan menggunakan *Software* SPSS. Langkah-langkah *Software* SPSS adalah:
 - a) *Input* data dalam *worksheet* SPSS.
 - b) Pilih *analyze – scale – multidimensional scaling*.
 - c) Muncul kotak *multidimensional Scaling*, masukkan semua variabel, pada *shapes* pilih *rectangular* kemudian klik *continue*.
 - d) Setelah muncul kotak dialog *Multidimensional Scaling: Model*, maka pilih pada kotak *Level of Measurment Interval* dan pilih *row* pada kotak *conditional*. Selanjutnya klik *continue*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e) Setelah kotak dialog pertama keluar kemudian klik *option* dan pilih *group plots* lalu klik OK.

f) Keluar hasil *output Multidimensional scaling*.

4) Menghitung jarak bersekatan dengan objek di hunakan rumus.

b. Data Persepsi

Data persepsi merupakan sebah data tingkat kesamaan atau ketidaksamaan objek penelitian dibandingkan dengan beberapa pesaing yang diteliti. Data ini diolah dengan metode *Multidimensional Scaling* menggunakan *software SPSS* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Rekap hasil jawaban responden dari kuesioner yang sudah disebaran. Kemudian tentukan jumlah dan rata-rata dari hasil jawaban responden.
- 2) Tentukan data matriks menggunakan rata-rata dari hasil rekap jawaban responden.
- 3) *Input* data matriks ke SPSS untuk membentuk peta *perceptual*.
- 4) Pilih *analyze – scale – multidimensional scaling*.
- 5) Selanjutnya pada data format tandai *the data are proximities* dan pada *number of source* tandai *one matrix source* kemudian klik *define*.
- 6) Pindahkan semua variabel ke *proximities*, kemudian klik *output*.
- 7) Kemudian tandai *common space coordinate, distance, dan multiple stress measure* kemudian klik *continues*.
- 8) Hasil pengolahan *multidimensional scaling* akan keluar.
- 9) Hasil dari persepsi konsumen akan diambil pesaing terdekat yang akan dibandingkan dengan *Rikana Cake* berdasarkan atribut-atribut yang menjadi pilihan konsumen dan konsep bauran pemasaran 4P sebagai usulan strategi pemasaran.

3.9 Analisa

Setelah dilakukan pengumpulan dan pengolahan data kemudian dilakukan analisis dari data tersebut. Dari hasil analisis dapat diketahui atribut-atribut yang

diprioritaskan konsumen dalam memilih tempat atau toko untuk membeli oleh-oleh. Setelah itu dapat dirumuskan usulan strategi pemasaran bagi toko oleh-oleh *Rikana Cake*.

3.10 Penutup

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan. Selanjutnya akan diberikan saran-saran yang dianggap penting dan untuk tindak lanjut hasil penelitian Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data yang sudah dilakukan, usulan strategi pemasaran yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. *Product*

- a. Toko oleh-oleh Rikana *Cake* mempertahankan kualitas daya tahan produk, tapi alangkah lebih baik meningkatkan supaya bisa unggul daripada toko oleh-oleh pesaing.
- b. Toko oleh-oleh Rikana *Cake* melakukan survey secara mendalam terkait daya guna suatu produk yang di jual kepada konsumen sehingga dapat menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk yang dijual.
- c. Toko oleh-oleh Rikana *Cake* mulai memberikan sebuah inovasi terhadap kemasan yang digunakan. Seperti kemasan yang bisa didaur ulang. Hal ini juga bertujuan untuk mengurangi jumlah sampah yang ada di lingkungan sekitar, juga akan menambah nilai dimata konsumen terhadap toko oleh-oleh.
- d. Toko oleh-oleh Rikana *Cake* harus menambah varian produk yang dijual supaya konsumen bisa memiliki alternatif dalam memilih produk yang akan dibeli.

2. *Price*

- a. Mempertahankan harga yang lebih murah dengan kualitas produk agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang dibeli.
- b. Menyediakan rekening untuk pembayaran secara *online* yang akan dilakukan oleh konsumen dan menyediakan media sosial resmi untuk menunjukkan bukti pembayaran apabila konsumen melakukan pembayaran secara *online*.
- c. Toko oleh-oleh Rikana *Cake* harus mempertahankan kesesuaian harga dengan produk, jangan sampai mematok harga yang mahal terhadap produk-produk yang dijual.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. *Place*

- a. Toko oleh-oleh Rikana *Cake* harus mencari lokasi yang lebih strategis, namun selain dari lokasi yang strategis, toko oleh-oleh Rikana *Cake* bisa meningkatkan promosi kepada konsumen supaya dapat mengetahui lokasi toko berada.
- b. Toko oleh-oleh harus mempertahankan keunggulan pada atribut fasilitas, dan harus meningkatkan lagi supaya konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.
- c. Toko oleh-oleh Rikana *Cake* perlu membuka cabang dimana lokasi yang lebih strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.

4. *Promotion*

- a. Sebaiknya toko oleh-oleh Rikana *Cake* mulai memperbanyak media promosi untuk mengenalkan serta memberikan daya tarik kepada konsumen supaya berbelanja. Baik itu pada media cetak, website, maupun media sosial.
- b. Sebaiknya toko oleh-oleh Rikana *Cake* mulai memperbanyak media promosi untuk mengenalkan serta memberikan daya tarik kepada konsumen supaya berbelanja. Baik itu pada media cetak, website, maupun media sosial.

6.2 **Saran**

Adapun saran untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat menerapkan usulan strategi pemasaran dalam penelitian ini guna meningkatkan kembali minat konsumen memilih toko oleh-oleh untuk berbelanja.
2. Dapat menambah metode pendukung lainnya yang dapat berguna sebagai pendukung keputusan pada bauran pemasaran. Hal ini berguna untuk kesempurnaan penelitian pada penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, S., dkk (2018). Analysis of Consumers Perception at the Food Court of Lampung Walk by Using Multidimensional Scaling Approach. *Mathematical Education Journal* 2(9), 209-2019.
- Akbar, Ridwan, H., (2019). Strategi Pengembangan dan Strategi Pemasaran KOPRA dalam Sistem Syariah (Studi Kasus Desa Lembang Lohe Kecamatan Tellulimpoe). *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi, dan Bisnis Islam* 1(1), 2656-6117.
- Alwan, Hendri,M., dan Darmaji (2017). Faktor-Faktor yang Mendorong Siswa MIA SMAN Mengikuti Bimbingan Belajar Luar Sekolah Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi. *Jurnal EduFisiki* 02(01), 25-37.
- Astanza,E., Aulia,W., Wahyudi,. dan Susanti,R., (2019). Strategi Pemasaran Usaha Perangkap Hama Polemon (*Portable Leafhopper Trap Technology With Feromon*) Yang Efektif Dan Efesien. *Jurnal Sains Penelitian dan Pengabdian* 2(2), 31-36.
- Aswin,A., & Wahidun, A. (2017). Analisis Atribut Produk Samsung dan Asus Menggunakan Metode *Multidimesional Scalling* Di Bandar Lampung. *Journal Bisnis Darmajaya*, 2(2), 62-74.
- Fernando,A, D., Mayliza,R., (2019). Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian makanan siap haji fried chicken pada d'besto di kota padang cabang siteba.
- Harahap, E, F., (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut. *Journal of Knowledge Management* 12(1), 012-020.
- Istijanto, M.M., M.Com (2006). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nahar,J., (2016). Penerapan Metode *Multidimensional Scaling* dalam Pemetaan Sarana Kesehatan di Jawa Barat. *Jurnal Matematika Integratif* 12(1), 43-50.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nugroho J. Setiadi, SE., MM. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Prenada Media.
Rangkuty, Freddy (2002). *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku *Online Shopping*: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Journal Ecodemica*, 2(1), 136-146.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN A

Responden	Atribut												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	48
2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	5	4	45
3	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	5	5	45
4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	4	4	42
5	4	5	5	4	4	3	3	5	3	3	4	4	47
6	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	47
7	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	5	5	50
8	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	48
9	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	47
10	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	50
11	4	4	5	4	4	3	4	4	3	5	3	3	46
12	5	5	5	4	5	2	4	3	3	2	3	4	45
13	5	4	5	3	5	4	3	5	3	4	4	4	49
14	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3	4	5	45
15	3	4	5	4	3	4	4	4	3	5	4	5	48
16	5	5	5	4	5	4	2	5	1	2	4	4	46
17	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	54
18	4	4	2	2	4	2	3	4	4	2	4	4	39
19	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	50
20	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	56
21	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	54
22	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	53
23	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	55
24	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	55
25	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

LAMPIRAN A

26	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	52
27	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	54
28	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	57
29	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	55
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
32	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	58
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	53
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
36	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	55
37	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	54
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	2	3	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3	31
40	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	38
41	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	36
42	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	38
43	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	41
44	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	43
45	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	41
46	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	41
47	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	39
48	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	39
49	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	51
50	4	4	3	2	4	4	3	3	2	3	2	3	37
51	4	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	50
52	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

LAMPIRAN A

53	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	46
54	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	51
55	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	54
56	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	54
57	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	49
58	5	4	4	3	5	5	4	3	2	3	3	4	45
59	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	51
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	43
61	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
62	4	4	4	3	4	4	3	3	2	1	3	3	38
63	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	51
64	3	5	5	4	3	3	5	2	2	3	3	5	43
65	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	43
66	3	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	44
67	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	54
68	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	48
69	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	5	4	45
70	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	54
71	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	55
72	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	50
73	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	46
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
75	5	5	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	49
76	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	44
77	3	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	4	37
78	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	43
79	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	3	5	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

LAMPIRAN A

80	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	54
81	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	52
82	1	2	3	1	1	1	2	2	1	2	1	2	19
83	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	41
84	3	4	4	4	3	3	5	2	2	3	4	5	42
85	4	4	5	4	4	4	5	1	3	2	3	5	44
86	4	3	4	4	4	4	5	2	1	1	2	5	39
87	5	3	5	3	5	5	3	2	1	1	3	3	39
88	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	5	4	42
89	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	45
90	5	4	5	5	5	5	5	2	2	3	5	5	51
91	4	3	5	5	4	4	4	2	2	3	5	4	45
92	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	52
93	5	4	4	5	5	5	4	3	3	5	4	4	51
94	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	53
95	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	53
96	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	54
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
98	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	53
99	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	56
100	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

LAMPIRAN B

Responden	Atribut 1			
	Rikana <i>Cake</i>	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	3	4	5	5
2	4	4	4	4
3	2	3	1	4
4	3	2	5	5
5	3	4	3	4
6	2	5	1	4
7	2	2	5	2
8	4	2	4	3
9	2	5	5	4
10	2	4	5	5
11	2	4	5	5
12	2	4	5	4
13	2	3	5	5
14	3	4	5	3
15	2	4	4	5
16	4	5	2	4
17	1	4	4	4
18	3	5	3	4
19	4	5	3	2
20	5	4	4	2
21	3	2	3	5
22	4	2	4	5
23	3	3	3	2
24	3	5	4	5
25	2	3	5	4
26	5	4	3	4
27	4	5	4	3
28	2	3	3	4
29	2	4	5	4
30	2	4	5	5
31	2	4	4	3
32	3	5	3	4
33	2	4	4	4
34	3	5	3	4
35	2	4	4	4
36	3	5	4	3
37	2	5	3	4
38	3	4	4	4
39	3	5	2	4
40	2	5	5	4
41	2	4	4	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

42	4	3	3	4
43	3	5	2	3
44	2	5	4	4
45	2	1	5	4
46	2	2	2	4
47	2	3	2	3
48	3	4	5	5
49	3	2	4	5
50	3	1	4	5
51	2	2	4	4
52	3	1	3	3
53	3	1	4	4
54	2	1	4	5
55	2	3	5	4
56	3	3	4	3
57	2	3	5	4
58	2	2	5	5
59	3	2	4	4
60	2	2	2	3
61	1	5	2	4
62	3	5	3	4
63	2	1	5	4
64	3	2	3	4
65	2	2	4	2
66	4	2	5	2
67	3	2	3	4
68	2	5	4	4
69	2	5	4	5
70	2	2	4	4
71	3	2	5	2
72	3	3	4	4
73	2	1	5	3
74	2	2	4	3
75	3	1	5	4
76	1	2	5	4
77	3	2	4	3
78	2	1	5	4
79	2	3	5	3
80	3	3	4	4
81	4	2	3	5
82	2	3	5	4
83	2	3	5	4
84	4	3	1	4
85	1	4	2	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

86	4	5	3	2
87	4	1	4	5
88	3	2	2	3
89	5	4	1	2
90	1	2	2	1
91	4	5	1	3
92	1	5	1	4
93	4	5	1	3
94	5	1	3	2
95	1	2	3	4
96	3	4	3	5
97	5	1	2	3
98	5	1	2	1
99	3	4	2	5
100	2	3	5	1

Responden	Atribut 2			
	Rikana <i>Cake</i>	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	3	2	4	5
2	4	2	5	5
3	2	3	4	5
4	3	2	5	5
5	3	2	5	4
6	2	4	3	5
7	2	5	4	4
8	4	5	2	3
9	2	3	5	4
10	2	5	4	5
11	2	3	5	4
12	2	3	4	4
13	2	5	4	5
14	3	4	5	4
15	2	4	5	5
16	4	5	2	2
17	1	3	5	4
18	3	4	5	5
19	4	3	2	3
20	5	4	3	5
21	3	5	4	2
22	4	5	1	5
23	3	5	4	4
24	3	5	2	3
25	2	5	3	3

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

26	5	4	2	3
27	4	5	2	3
28	2	3	5	4
29	2	4	5	4
30	2	4	5	5
31	2	4	5	3
32	3	5	4	5
33	2	4	3	5
34	3	5	4	5
35	2	3	4	5
36	3	4	5	5
37	2	3	4	4
38	3	4	5	4
39	3	4	5	5
40	2	5	4	5
41	2	4	5	4
42	4	3	2	4
43	3	4	5	5
44	2	3	4	4
45	2	4	5	4
46	2	3	4	5
47	2	5	3	3
48	3	4	5	3
49	3	4	5	4
50	3	4	5	4
51	2	5	4	4
52	3	4	5	4
53	3	4	5	4
54	2	3	5	4
55	2	4	5	1
56	3	4	5	5
57	2	4	5	5
58	2	4	5	4
59	3	4	5	5
60	2	3	5	4
61	1	3	4	5
62	3	4	5	5
63	2	4	5	4
64	3	4	5	5
65	2	3	5	4
66	4	1	2	5
67	3	4	5	4
68	2	4	5	3
69	2	4	5	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

70	2	4	5	4
71	3	4	5	4
72	3	5	1	4
73	2	4	5	5
74	2	4	5	4
75	3	4	5	5
76	1	3	4	4
77	3	4	5	5
78	2	4	5	3
79	2	4	3	5
80	3	5	4	4
81	4	5	3	5
82	2	5	3	4
83	4	2	3	4
84	2	4	3	2
85	2	1	4	2
86	3	4	5	4
87	2	4	1	4
88	4	3	2	5
89	3	5	4	4
90	5	1	2	4
91	1	4	5	3
92	3	1	5	5
93	2	4	5	5
94	4	5	1	4
95	5	1	2	4
96	2	3	4	2
97	4	5	1	2
98	4	5	1	4
99	2	3	4	4
100	1	2	3	4

Responden	Atribut 3			
	Rikana Cake	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	3	4	5	4
2	5	4	5	4
3	5	1	2	2
4	1	2	3	4
5	2	2	4	5
6	3	2	3	4
7	4	4	5	5
8	2	3	5	2
9	1	4	5	3

LAMPIRAN B

10	2	3	5	4
11	1	2	5	5
12	1	2	5	5
13	1	3	4	4
14	3	3	5	3
15	3	3	4	4
16	3	2	4	3
17	2	3	4	5
18	2	3	5	3
19	2	5	2	2
20	5	4	3	3
21	5	4	5	4
22	1	5	3	4
23	2	3	2	3
24	2	5	3	4
25	2	2	4	4
26	2	2	5	2
27	5	4	5	5
28	5	5	3	2
29	2	2	5	3
30	2	2	4	4
31	4	2	4	4
32	3	2	4	4
33	2	1	3	4
34	4	3	4	4
35	5	3	5	4
36	2	3	5	4
37	2	2	4	5
38	5	3	5	3
39	4	3	5	4
40	4	1	5	4
41	4	2	5	3
42	3	2	4	3
43	4	2	4	4
44	4	2	3	3
45	5	3	2	3
46	4	2	3	4
47	5	3	5	5
48	5	2	4	4
49	4	3	1	3
50	2	2	4	3
51	2	3	5	3
52	3	3	5	5
53	5	3	4	3

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

54	3	3	4	3
55	4	1	4	2
56	5	3	4	4
57	3	2	4	4
58	4	1	3	5
59	4	5	3	4
60	4	3	5	5
61	4	2	3	4
62	3	2	3	4
63	4	3	4	3
64	3	3	4	4
65	4	5	4	3
66	4	3	4	4
67	3	2	5	3
68	4	3	5	4
69	2	2	4	3
70	5	2	5	3
71	3	2	3	3
72	5	2	3	3
73	4	3	4	4
74	3	2	3	3
75	3	3	4	4
76	4	2	4	3
77	4	2	3	4
78	3	3	4	4
79	2	3	4	4
80	5	3	4	3
81	5	3	2	4
82	4	1	3	1
83	5	3	2	3
84	4	4	3	3
85	4	2	4	3
86	4	3	2	3
87	4	2	3	3
88	5	3	4	4
89	2	2	3	3
90	4	3	2	5
91	2	4	2	2
92	2	2	3	2
93	3	4	3	4
94	2	2	3	3
95	3	2	3	3
96	3	1	4	1
97	2	4	3	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

98	2	1	4	3
99	4	5	3	3
100	1	5	1	3

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Responden	Atribut 4			
	Rikana <i>Cake</i>	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	4	5	3	3
2	5	2	4	4
3	1	3	5	5
4	2	4	5	3
5	4	5	3	4
6	2	5	1	4
7	2	4	3	5
8	2	5	3	3
9	4	5	1	5
10	5	4	1	3
11	5	4	1	4
12	5	4	2	4
13	5	4	1	5
14	4	5	1	3
15	4	5	2	4
16	5	4	1	4
17	4	5	2	2
18	5	3	2	5
19	4	3	5	4
20	4	2	3	5
21	4	3	2	5
22	4	5	2	2
23	2	4	3	3
24	4	5	3	5
25	2	3	5	3
26	3	4	2	2
27	5	3	2	4
28	3	4	5	4
29	4	3	1	4
30	5	4	2	4
31	4	5	2	4
32	5	4	2	3
33	5	4	3	5
34	4	5	1	5
35	4	3	1	3
36	4	5	1	3
37	3	4	1	4

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

38	4	5	2	3
39	5	3	2	2
40	4	5	3	4
41	4	5	2	4
42	4	5	3	4
43	4	5	3	4
44	2	1	4	4
45	4	5	3	3
46	3	4	1	2
47	5	3	2	5
48	4	5	3	5
49	3	2	5	4
50	4	5	3	4
51	4	5	2	4
52	5	4	3	3
53	4	5	1	3
54	3	2	5	5
55	4	5	3	4
56	4	5	3	4
57	4	5	2	4
58	5	4	2	4
59	5	4	2	4
60	4	5	3	3
61	4	5	3	4
62	3	4	1	3
63	3	4	1	3
64	4	5	1	3
65	4	5	2	4
66	2	3	5	5
67	4	5	2	4
68	5	4	3	3
69	5	4	2	3
70	5	4	1	3
71	3	4	2	4
72	5	4	2	5
73	4	5	3	3
74	4	5	2	3
75	4	5	3	3
76	4	5	3	3
77	4	5	3	3
78	5	2	3	3
79	4	3	2	3
80	4	5	2	3
81	3	4	2	3

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

82	5	4	3	3
83	2	1	4	4
84	1	4	3	3
85	2	5	4	3
86	4	5	3	3
87	1	2	4	3
88	5	2	3	3
89	5	4	3	2
90	1	5	3	3
91	5	4	3	3
92	3	4	1	3
93	3	2	5	3
94	5	2	3	3
95	4	3	5	3
96	5	1	2	2
97	4	3	1	3
98	1	3	4	3
99	5	4	2	3
100	2	3	5	5

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Responden	Atribut 5			
	Rikana <i>Cake</i>	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	4	5	2	4
2	3	2	3	3
3	1	5	2	4
4	5	2	3	4
5	5	2	2	5
6	3	2	3	3
7	4	5	5	4
8	4	5	4	4
9	3	4	2	3
10	3	4	2	2
11	3	5	3	3
12	3	4	3	3
13	2	4	3	3
14	2	3	3	2
15	4	3	3	3
16	2	5	3	3
17	3	5	3	3
18	2	4	4	4
19	2	4	2	2
20	3	5	5	2
21	4	3	5	2

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

22	3	2	3	3
23	4	5	5	2
24	4	5	2	2
25	4	5	4	2
26	4	3	5	3
27	4	5	4	3
28	2	5	2	5
29	2	4	2	3
30	2	3	3	3
31	3	5	3	2
32	2	4	3	1
33	2	3	2	2
34	2	3	2	3
35	2	4	2	1
36	2	3	2	2
37	3	4	2	3
38	3	5	3	2
39	5	3	4	3
40	2	3	2	2
41	2	4	3	3
42	2	1	2	3
43	3	4	2	3
44	2	3	3	3
45	2	5	2	2
46	1	4	2	3
47	3	4	4	4
48	4	5	2	3
49	4	2	4	2
50	2	3	2	3
51	3	5	3	3
52	3	4	2	2
53	2	5	2	2
54	4	2	4	3
55	3	4	2	3
56	2	3	2	3
57	2	3	1	2
58	2	3	1	3
59	3	2	3	5
60	2	5	2	2
61	3	5	2	3
62	2	4	2	2
63	2	4	2	2
64	2	4	2	2
65	4	2	3	3

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

66	2	3	4	3
67	2	4	3	3
68	3	4	2	2
69	2	4	3	2
70	2	4	2	2
71	2	5	1	3
72	2	4	3	2
73	3	4	2	2
74	2	4	3	2
75	1	5	2	2
76	2	5	2	2
77	3	5	2	2
78	3	4	4	2
79	2	4	1	2
80	2	4	3	2
81	2	3	1	1
82	4	1	2	4
83	4	3	3	2
84	2	3	2	2
85	2	3	3	2
86	3	2	2	2
87	4	3	3	2
88	1	3	4	2
89	2	3	2	3
90	1	5	2	2
91	2	3	2	4
92	2	4	2	2
93	4	2	4	2
94	2	3	4	2
95	1	3	2	2
96	2	3	3	3
97	5	4	2	2
98	2	3	2	4
99	2	5	1	2
100	4	5	1	4

Responden	Atribut 6			
	Rikana Cake	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	4	5	3	3

LAMPIRAN B

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2	4	3	4	3
3	5	1	4	2
4	5	3	3	5
5	5	4	3	4
6	5	3	4	5
7	4	5	3	4
8	4	3	3	4
9	2	1	2	3
10	5	4	1	3
11	4	5	1	3
12	3	4	2	3
13	4	5	1	5
14	4	5	1	4
15	4	5	2	4
16	4	5	1	5
17	4	5	1	3
18	3	2	3	4
19	4	3	3	5
20	5	3	2	2
21	3	5	5	3
22	3	4	4	3
23	5	2	3	5
24	2	3	2	2
25	2	5	2	3
26	5	2	5	5
27	2	3	3	3
28	2	3	3	5
29	4	5	1	4
30	4	5	1	3
31	3	4	2	4
32	3	4	3	4
33	4	5	1	3
34	4	5	1	3
35	5	4	1	3
36	4	5	1	4
37	5	4	2	4
38	3	4	2	4
39	3	4	2	4
40	4	5	1	4
41	5	4	3	3
42	3	4	3	5
43	3	4	2	4
44	5	4	1	3
45	3	4	3	3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

46	2	4	2	3
47	2	4	2	3
48	5	3	2	4
49	3	4	5	3
50	4	5	1	3
51	3	4	2	3
52	3	4	2	4
53	3	4	1	3
54	3	4	5	3
55	5	4	2	3
56	3	4	1	3
57	4	5	1	3
58	3	4	1	3
59	3	4	5	3
60	3	4	3	4
61	3	4	2	3
62	4	5	3	5
63	4	5	1	4
64	4	5	3	4
65	4	3	3	4
66	4	5	4	3
67	3	4	1	4
68	3	4	2	4
69	3	4	3	3
70	4	5	3	4
71	3	4	1	5
72	4	5	3	4
73	4	5	2	3
74	3	4	3	5
75	4	5	2	3
76	3	4	3	4
77	3	4	2	4
78	3	4	2	3
79	4	5	3	3
80	3	4	3	4
81	4	5	5	4
82	4	3	2	4
83	3	4	5	3
84	3	4	1	3
85	2	1	1	4
86	3	4	4	2
87	3	4	5	2
88	1	3	2	5
89	4	5	1	4

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

90	2	3	2	3
91	3	4	4	4
92	5	2	3	5
93	3	4	5	4
94	1	3	1	4
95	1	3	2	3
96	4	2	1	3
97	2	4	3	4
98	2	1	1	3
99	3	2	3	2
100	3	4	3	3

Responden	Atribut 7			
	Rikana <i>Cake</i>	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	4	4	3	5
2	5	5	4	5
3	4	5	3	2
4	4	5	4	3
5	4	4	3	4
6	2	4	3	3
7	4	3	1	5
8	3	3	5	5
9	2	5	3	5
10	2	5	3	5
11	3	4	2	5
12	2	5	3	5
13	2	5	3	4
14	3	5	2	5
15	3	5	4	4
16	3	4	2	4
17	3	4	3	4
18	3	5	3	5
19	5	2	4	2
20	2	4	3	3
21	5	3	2	5
22	3	4	3	3
23	4	4	5	2
24	2	2	5	3
25	2	5	2	4
26	4	2	3	5
27	2	3	2	5
28	5	3	2	3
29	3	5	2	5

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

30	2	3	2	4
31	3	5	2	4
32	2	4	2	4
33	2	3	2	3
34	3	4	2	4
35	3	4	3	5
36	3	5	3	5
37	2	5	2	4
38	3	4	3	5
39	4	4	3	5
40	3	4	2	5
41	3	4	1	5
42	2	4	2	4
43	2	3	2	4
44	4	4	2	3
45	2	4	2	2
46	2	4	2	3
47	4	5	4	5
48	3	5	4	4
49	2	2	3	1
50	2	5	3	4
51	3	5	2	5
52	2	4	2	5
53	3	5	2	4
54	3	4	3	4
55	3	5	2	4
56	2	4	2	4
57	3	4	2	4
58	2	4	2	3
59	3	4	2	3
60	3	4	2	5
61	3	5	2	3
62	2	5	2	3
63	3	5	3	4
64	2	4	2	4
65	3	4	3	4
66	3	4	2	4
67	2	5	3	5
68	2	5	3	5
69	3	4	2	4
70	3	4	3	5
71	2	4	2	3
72	3	5	3	3
73	2	5	3	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

74	3	4	3	3
75	3	4	2	4
76	2	4	2	4
77	1	4	2	3
78	2	5	3	4
79	3	4	2	4
80	2	5	3	4
81	2	4	2	2
82	4	2	3	3
83	2	4	2	2
84	1	5	2	3
85	2	4	2	4
86	2	4	2	2
87	3	4	2	3
88	3	1	2	4
89	3	1	5	3
90	2	1	5	2
91	1	2	3	2
92	4	2	5	3
93	2	5	3	3
94	5	1	3	3
95	3	5	2	3
96	2	1	2	4
97	2	5	3	3
98	2	3	4	4
99	2	1	5	3
100	5	5	3	1

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Responden	Atribut 8			
	Rikana <i>Cake</i>	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	5	4	4	4
2	5	4	5	4
3	2	5	4	2
4	4	3	4	2
5	2	4	5	5
6	4	5	4	5
7	4	5	5	4
8	2	3	3	4
9	3	4	4	3
10	2	3	4	3
11	2	3	5	4
12	3	5	5	4
13	2	4	4	4

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

14	3	5	5	3
15	3	4	4	5
16	5	4	5	4
17	3	4	4	4
18	3	4	5	4
19	3	2	4	2
20	5	2	5	2
21	2	4	3	4
22	1	2	4	3
23	5	2	3	3
24	5	2	5	2
25	3	5	2	3
26	4	2	2	5
27	2	4	3	4
28	2	5	3	3
29	3	4	4	3
30	2	4	4	4
31	3	5	5	3
32	2	3	5	4
33	3	4	4	4
34	2	3	5	5
35	3	5	5	3
36	2	5	5	3
37	3	5	5	5
38	1	3	3	3
39	4	2	5	4
40	3	4	4	3
41	2	3	5	3
42	2	4	5	5
43	3	2	4	5
44	2	3	1	4
45	4	3	5	3
46	4	5	4	4
47	4	5	2	4
48	2	5	2	5
49	5	3	2	4
50	2	3	4	3
51	3	4	4	3
52	2	4	4	4
53	2	3	4	3
54	4	5	2	4
55	2	4	4	4
56	2	4	4	5
57	3	4	4	3

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

58	3	4	4	4
59	4	5	5	4
60	2	5	5	3
61	2	3	4	4
62	3	4	5	4
63	2	5	4	4
64	2	4	4	3
65	4	5	3	5
66	1	2	5	3
67	2	3	5	3
68	2	5	4	4
69	2	3	5	4
70	3	4	4	4
71	3	4	4	3
72	3	4	5	4
73	3	4	4	3
74	3	4	4	4
75	2	3	5	4
76	1	4	5	3
77	3	4	4	3
78	3	4	4	2
79	2	3	5	3
80	2	5	5	4
81	4	3	2	2
82	2	3	5	3
83	4	3	5	1
84	2	3	5	1
85	3	2	4	2
86	4	2	1	3
87	3	1	2	5
88	1	2	4	4
89	3	4	5	4
90	1	2	4	2
91	4	1	1	3
92	3	5	4	4
93	3	4	4	3
94	3	4	4	3
95	1	2	1	2
96	3	4	1	3
97	5	1	3	5
98	3	4	4	4
99	5	1	5	4
100	4	5	4	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

Responden	Atribut 9			
	Rikana <i>Cake</i>	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	4	3	5	4
2	4	2	5	5
3	5	4	2	1
4	3	2	4	2
5	4	1	2	4
6	5	3	4	2
7	5	2	4	2
8	3	5	2	2
9	4	5	3	4
10	3	5	2	5
11	3	4	2	5
12	5	4	3	5
13	4	5	2	5
14	5	4	3	4
15	4	5	3	4
16	4	3	5	5
17	4	5	3	4
18	4	5	3	5
19	2	5	3	4
20	2	3	5	4
21	4	5	2	4
22	2	3	1	4
23	2	4	5	2
24	2	4	5	4
25	5	4	3	2
26	2	5	4	3
27	4	5	2	5
28	5	4	2	3
29	4	5	3	4
30	4	3	2	5
31	5	4	3	4
32	3	4	2	5
33	4	5	3	5
34	3	4	2	4
35	5	4	3	4
36	5	4	2	4
37	5	4	3	3
38	3	4	1	4
39	2	5	4	5
40	4	5	3	4
41	3	4	2	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

42	4	5	2	4
43	2	1	3	4
44	3	4	2	2
45	3	2	4	4
46	5	2	4	3
47	5	2	4	5
48	5	4	2	4
49	3	2	5	3
50	3	4	2	4
51	4	5	3	4
52	4	5	2	5
53	3	4	2	4
54	5	2	4	3
55	4	5	2	4
56	4	5	2	4
57	4	5	3	4
58	4	5	3	5
59	5	2	4	5
60	5	4	2	4
61	3	4	2	4
62	4	5	3	3
63	5	4	2	3
64	4	5	2	4
65	5	2	4	4
66	2	3	1	2
67	3	4	2	4
68	5	4	2	5
69	3	4	2	5
70	4	5	3	5
71	4	5	3	3
72	4	5	3	5
73	4	5	3	4
74	4	5	3	4
75	3	4	2	4
76	4	3	1	4
77	4	5	3	4
78	4	5	3	5
79	3	4	2	4
80	5	4	2	4
81	3	1	4	3
82	3	4	2	5
83	3	2	4	2
84	3	4	2	1
85	2	1	3	2

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

86	2	1	4	4
87	1	2	3	1
88	2	3	1	5
89	4	5	3	5
90	2	3	1	1
91	1	5	4	5
92	5	4	3	3
93	4	5	3	3
94	4	5	3	5
95	2	3	1	4
96	4	5	3	5
97	1	2	5	4
98	4	5	3	1
99	1	2	5	5
100	5	1	4	2

Responden	Atribut 10			
	Rikana Cake	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	3	4	2	4
2	4	5	2	4
3	2	4	3	2
4	3	5	2	2
5	3	5	2	5
6	2	3	4	5
7	2	4	5	4
8	4	2	5	4
9	2	5	3	3
10	2	4	5	3
11	2	5	3	4
12	2	4	3	4
13	2	4	5	4
14	3	5	4	3
15	2	5	4	5
16	4	2	5	4
17	1	5	3	4
18	3	5	4	4
19	4	2	3	2
20	5	3	4	2
21	3	4	5	4
22	4	1	5	3
23	3	4	5	3
24	3	2	5	2

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

25	2	3	5	3
26	5	2	4	5
27	4	2	5	4
28	2	5	3	3
29	2	5	4	3
30	2	5	4	4
31	2	5	4	3
32	3	4	5	4
33	2	3	4	4
34	3	4	5	5
35	2	4	3	3
36	3	5	4	3
37	2	4	3	5
38	3	5	4	3
39	3	5	4	4
40	2	4	5	3
41	2	5	4	3
42	4	2	3	5
43	3	5	4	5
44	2	4	3	4
45	2	5	4	3
46	2	4	3	4
47	2	3	5	4
48	3	5	4	5
49	3	5	4	4
50	3	5	4	3
51	2	4	5	3
52	3	5	4	4
53	3	5	4	3
54	2	5	3	4
55	2	5	4	4
56	3	5	4	5
57	2	5	4	3
58	2	5	4	4
59	3	5	4	4
60	2	5	3	3
61	1	4	3	4
62	3	5	4	4
63	2	5	4	4
64	3	5	4	3
65	2	5	3	5
66	4	2	1	3
67	3	5	4	3
68	2	5	4	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

69	2	5	4	4
70	2	5	4	4
71	3	5	4	3
72	3	1	5	4
73	2	5	4	3
74	2	5	4	4
75	3	5	4	4
76	1	4	3	3
77	3	5	4	3
78	2	5	4	2
79	2	3	4	3
80	3	4	5	4
81	4	3	5	2
82	2	3	5	3
83	4	3	2	1
84	2	3	4	1
85	2	4	1	2
86	3	5	4	3
87	2	1	4	5
88	4	2	3	4
89	3	4	5	4
90	5	2	1	2
91	1	5	4	3
92	3	5	1	4
93	2	5	4	3
94	4	1	5	3
95	5	2	1	2
96	2	4	3	3
97	4	1	5	5
98	4	1	5	4
99	2	4	3	4
100	1	3	2	4

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Responden	Atribut 11			
	Rikana <i>Cake</i>	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	3	2	4	5
2	5	2	3	3
3	5	4	2	4

LAMPIRAN B

4	1	3	4	2
5	2	4	5	5
6	3	5	2	5
7	4	3	2	2
8	2	1	5	4
9	1	2	4	4
10	2	3	4	4
11	1	2	4	3
12	1	2	3	4
13	1	3	4	4
14	3	2	4	3
15	3	2	5	3
16	3	5	4	3
17	2	3	5	5
18	2	4	5	4
19	2	5	4	5
20	5	3	2	2
21	5	4	2	4
22	1	5	3	2
23	2	4	5	2
24	2	5	3	4
25	2	3	4	3
26	2	4	5	5
27	5	2	3	4
28	5	2	4	4
29	2	3	4	4
30	2	3	4	4
31	3	2	5	4
32	1	2	4	5
33	2	3	5	4
34	1	2	4	3
35	2	3	5	5
36	2	3	5	4
37	1	2	4	4
38	3	2	5	5
39	3	4	5	5
40	2	1	4	3
41	1	2	5	3
42	2	3	4	5
43	1	2	3	1
44	1	2	4	3
45	1	2	4	3
46	5	2	3	3
47	1	2	3	3

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

48	2	4	5	3
49	5	4	3	4
50	3	2	4	4
51	1	2	4	4
52	1	2	3	3
53	2	3	4	4
54	1	2	3	5
55	1	2	5	4
56	1	2	3	5
57	2	1	3	5
58	1	2	4	5
59	4	5	3	5
60	5	2	3	5
61	2	1	5	4
62	2	3	4	4
63	2	3	5	4
64	1	2	3	3
65	2	3	4	5
66	2	3	4	3
67	1	2	3	4
68	2	3	5	4
69	2	3	4	5
70	2	3	5	5
71	3	2	4	5
72	1	2	5	4
73	3	2	5	4
74	2	3	5	5
75	3	2	4	5
76	3	2	4	5
77	1	2	4	5
78	3	2	5	4
79	3	2	4	3
80	3	2	4	4
81	2	1	3	3
82	3	4	2	1
83	1	2	3	3
84	4	3	2	4
85	5	3	2	3
86	1	2	3	3
87	1	3	4	3
88	4	3	2	3
89	1	2	3	2
90	4	5	2	3
91	1	2	5	1

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

92	3	2	4	4
93	4	3	2	4
94	4	5	1	2
95	3	4	5	4
96	2	3	4	5
97	2	3	4	2
98	5	1	2	1
99	5	1	2	4
100	2	3	4	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Responden	Atribut 12			
	Rikana Cake	Mega Rasa	Insyira	Kue Viera
1	5	4	5	5
2	4	5	5	2
3	4	5	5	5
4	5	3	5	2
5	4	5	4	2
6	4	5	5	2
7	2	4	4	5
8	3	5	3	5
9	4	5	4	4
10	5	4	5	4
11	5	4	4	5
12	4	5	4	4
13	5	4	5	4
14	3	5	4	3
15	5	4	5	3
16	4	5	2	5
17	4	5	4	5
18	4	3	5	4
19	2	4	3	4
20	2	4	5	5
21	5	2	2	3
22	5	3	5	2
23	2	4	4	5
24	5	2	3	5
25	4	5	3	5
26	4	2	3	3
27	3	2	3	5
28	4	3	4	5
29	4	5	4	4
30	5	4	5	3

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

31	3	4	3	5
32	4	5	5	4
33	4	5	5	3
34	4	5	5	3
35	4	3	5	4
36	3	4	5	3
37	4	5	4	4
38	4	5	4	5
39	4	5	5	3
40	4	5	5	3
41	4	5	4	4
42	4	5	4	1
43	3	4	5	4
44	4	5	4	3
45	4	5	4	5
46	4	5	5	4
47	3	4	3	4
48	5	4	3	5
49	5	4	4	2
50	5	4	4	3
51	4	5	4	5
52	3	4	4	4
53	4	5	4	5
54	5	4	4	2
55	4	5	1	4
56	3	4	5	3
57	4	5	5	3
58	5	4	4	3
59	4	5	5	2
60	3	4	4	5
61	4	5	5	5
62	4	5	5	4
63	4	5	4	4
64	4	5	5	4
65	2	3	4	2
66	2	5	5	3
67	4	5	4	4
68	4	5	3	4
69	5	4	4	4
70	4	5	4	4
71	2	5	4	5
72	4	5	4	4
73	3	4	5	4
74	3	4	4	4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

75	4	5	5	5
76	4	5	4	5
77	3	4	5	5
78	4	5	3	4
79	3	4	5	4
80	4	3	4	4
81	5	2	5	3
82	4	3	4	1
83	4	5	4	3
84	4	5	2	3
85	4	5	2	3
86	2	1	4	2
87	5	4	4	3
88	3	4	5	3
89	2	3	4	3
90	1	5	4	5
91	3	4	3	3
92	4	3	5	4
93	3	4	5	2
94	2	3	4	3
95	4	5	4	3
96	5	1	2	3
97	3	4	2	4
98	1	2	4	3
99	5	1	4	5
100	1	2	4	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN C

No	Nama Perusahaan	Responden						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Ricana <i>cake</i> vs Mega Rasa	4	5	5	4	3	4	4
2	Ricana <i>Cake</i> vs Insyira	4	4	2	2	3	2	5
3	Rikana <i>Cake</i> vs Kue Viera	3	4	4	4	4	4	4
4	Mega Rasa vs Insyira	4	4	4	2	3	3	4
5	Mega Rasa vs Kue Viera	3	4	4	3	3	3	3
6	Insyira vs Kue Viera	4	3	4	4	3	4	3

8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
3	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	4	5	3	5	5	4	3	4	3
4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
4	3	4	2	3	2	2	3	4	2	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5
5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	3	5	5	4
2	3	3	3	5	3	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3
5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	3

28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47
3	4	4	2	5	3	4	3	2	3	3	3	5	4	4	4	3	5	5	4
3	4	4	2	5	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3
4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

LAMPIRAN C

3	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	4	5	3	5	5	4	3	4	3
5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	3	5	5	4

48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67
3	4	4	3	2	5	4	4	4	3	5	3	4	5	2	4	4	5	4	5
2	4	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4
4	3	3	3	2	2	3	3	3	5	3	3	5	5	4	5	5	5	5	4
2	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	4
2	2	5	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3

68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87
5	3	4	5	2	4	4	5	4	5	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3
4	2	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	4	2	3	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	2	4	2	3	2	2
4	2	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4
5	3	4	5	2	4	4	5	4	5	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3

88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3
3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

LAMPIRAN C

4	3	2	5	4	4	4	3	4	4	3	3	2
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4
4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5
3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t





LAMPIRAN D

Kuesioner Preferensi Tingkat Kepentingan

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
 Umur : tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan/Laki-Laki
 Pendidikan :
 Pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pada setiap nomor pernyataan berilah tanda (√) tepat pada kolom yang tersedia sesuai dengan penilaian Anda.

Keterangan Jawaban:

- 5 : Sangat Penting
- 4 : Penting
- 3 : Ragu-ragu
- 2 : Tidak Penting
- 1 : Sangat Tidak Penting

No	Atribut	Tingkat Kepentingan Atribut				
		1	2	3	4	5
<i>Product</i>						
1	Daya tahan produk					
2	Daya guna					
3	Keamanan barang					
4	Varian Produk					
<i>Price</i>						
5	Variasi harga					
6	Cara pembayaran					
7	Kesesuaian harga dengan produk					
<i>Place</i>						
8	Lokasi yang strategis					
9	Fasilitas					
10	Kemudahan mengakses lokasi					
<i>Promotion</i>						
11	Iklan					
12	Publikasi					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN E

Kuesioner Preferensi Ranging

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur : tahun

Jenis Kelamin : Perempuan/Laki-Laki

Pendidikan :

Pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pada setiap nomor pernyataan berilah tanda (√) tepat pada kolom yang tersedia sesuai dengan penilaian Anda.

Keterangan Jawaban:

- 5 : Sangat Serupa
- 4 : Serupa
- 3 : Ragu-Ragu
- 2 : Tidak Serupa
- 1 : Sangat Tidak Serupa

No	Atribut	Tingkat Kepentingan Atribut			
		Ricana <i>Cake</i>	Mega rasa	Insyira	Kue Viera
<i>Product</i>					
1	Daya tahan produk				
2	Daya guna				
3	Keamanan barang				
4	Varian Produk				
<i>Price</i>					
5	Variasi harga				
6	Cara pembayaran				
7	Kesesuaian harga dengan produk				
<i>Place</i>					
8	Lokasi yang strategis				
9	Fasilitas				
10	Kemudahan mengakses lokasi				
<i>Promotion</i>					
11	Iklan				
12	Publikasi				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN F

Kuesioner Persepsi Konsumen

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur : tahun

Jenis Kelamin : Perempuan/Laki-Laki

Pendidikan :

Pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pada setiap nomor pernyataan berilah tanda (√) tepat pada kolom yang tersedia sesuai dengan penilaian Anda.

- 5 : Sangat Serupa
- 4 : Serupa
- 3 : Ragu-Ragu
- 2 : Tidak Serupa
- 1 : Sangat Tidak Serupa

No	Nama Perusahaan	Skala				
		1	2	3	4	5
1	Rikana <i>cake</i> vs Mega Rasa					
2	Rikana <i>Cake</i> vs Insyira					
3	Rikana <i>Cake</i> vs Kue Viera					
4	Mega Rasa vs Insyira					
5	Mega Rasa vs Kue Viera					
6	Insyira vs Kue Viera					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Rezki Agusla penulis dilahirkan dari pasangan Ayahanda bernama Marhatib dan Ibunda bernama Sabarida pada tanggal 16 Agustus 1997 di Desa Teberau Panjang, Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau. Penulis merupakan anak kedua dari 3 bersaudara. Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut Ilmu Pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut:

Tahun 2003	Memasuki Sekolah Dasar Negeri 005 Teberau Panjang , Kecamatan Gunung Toar, Kabupaten Kuantan Singingi. Menyelesaikan pendidikan pada tahun 2009
Tahun 2009	Memasuki Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Gunung Toar, Kabupaten Kuantan Singingi. Menyelesaikan pendidikan pada tahun 2012
Tahun 2012	Memasuki Sekolah Menengah Kejuruan Farmasi Ikasari Pekanbaru. Menyelesaikan pendidikan pada tahun 2015
Tahun 2016	Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Teknik Industri.
Nomor Handpone	0853-6408-9809
E-Mail	rezkyagusla12@gmail.com

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.