**PEMETAAN PERSEPSI KONSUMEN *SCOOTER MATIC* “NMAX DAN PCX” DENGAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALING DI MPM MOTOR DAN YAMAHA YESS KOTA GRESIK**

Nama Mahasiswa : Ariska Setyaningsih

NIM : 1011510126

Pembimbing : Dr. Ir. Bustanul Arifin N, M,Sc

Pembimbing I : Nur Elisa Faizaty, S.E., M.Si.

# ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui plot posisi merek sepeda motor *scooter matic* NMAX dan PCX. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Penelitian ini dilakukan di *dealer* Honda MPM dan Yamaha YESS di kota Gresik. Teknik analisis yang digunakan adalah Multidimensional Scaling dengan analisis Faktor dan Kluster. Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) Berdasarkan peta plot persepsi konsumen NMAX sepeda motor NMAX dan PCX memiliki tingkat kemiripan yang rendah hal ini disebabkan karena NMAX hampil unggul pada setiap atribut dan PCX hanya unggul pada kualitas dan desain produk. (2) Berdasarkan peta persepsi responden pengguna PCX sepeda motor *scooter matic* NMAX dan PCX memiliki kemiripan yang cukup tinggi mengenai atribut produk dan segmentasi yang telah ditetapkan.

.

**Kata Kunci:** Multidimensional Scaling, Analisis Faktor, Analisis Kluster*.*

**MAPPING OF CONSUMERS PERCEPTION SCOOTER MATIC "NMAX AND PCX" USING MULTIDIMENSIONAL SCALING METHODS IN MPM MOTOR AND YAMAHA YESS, GRESIK CITY**

**~halaman sengaja dikosongkan~**

*Name of Student* : Ariska Setyaningsih

*Student Indentity Number* : 1011510126

*Supervisor* : Dr. Ir. Bustanul Arifin N, M,Sc

*Supervisor I* : Nur Elisa Faizaty, S.E., M.Si.

**ABSTRACT**

*This research was conducted to find out the position of automatic scooter motorcycles NMAX and PCX. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. Data collection techniques in this study used a questionnaire. This research was conducted at Honda MPM and Yamaha YESS dealers in the city of Gresik. The analytical technique used is a Multidimensional Scaling with Factor and Cluster analysis. The results showed that:* (1). *Based on the plot map of consumer perception NMAX, NMAX and PCX motorcycles have a low level of similarity this is because NMAX is superior in every attribute and PCX is only superior in product quality and design. Based on the perception map, respondents of PCX scooter, NMAX and PCX motorcycles have a fairly high resemblance regarding the product attributes and predetermined segmentation.*

***Keywords :*** *Multidimensional Scaling, Factor Analysis, Cluster Analysis.*