

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian-penelitian terdahulu baik yang memiliki tema dan variabel yang sama, maupun tentang penggunaan metode yang digunakan menjadi acuan penulis dalam penelitian tugas akhir ini. Berdasarkan jurnal internasional yang ditulis oleh Machado (2011), yang berjudul *Analysis of Stock Market Indices Through Multidimensional Scaling*, bahwa jurnal tersebut menjelaskan metode grafis untuk memvisualisasikan kemungkinan korelasi waktu bervariasi dari lima belas nilai pasar saham. Metode ini berguna untuk mengamati stabil atau kelompok perilaku serupa dengan pasar saham negara berkembang. Data yang digunakan dalam menerapkan metode MDS adalah data harian di lima belas pasar saham, termasuk besar Amerika, Asia/Pasifik, dan pasar saham Eropa.

Hasil dari penelitian tersebut adalah pada grafik sesuai dengan MDS berdasarkan korelasi dapat melihat bentuk V dengan indeks NDX di puncak, BFX dan AORD di sudut-sudut. Indeks MXX dan SSEC keluar dari bentuk sudut. Namun, dalam grafik MDS berdasarkan jarak histogram bentuk tersebut tidak dapat ditemukan. Sebaliknya d^a mengarah ke kurva "S" panjang dengan indeks DJI dan SSEC sebagai ekstrem yang muncul. Di sisi lain, d^b menghasilkan peta dimana indeks SSEC, NDX dan MXX terpisah jauh dari sisa poin sama dengan apa yang terjadi di peta berdasarkan korelasi. Dalam semua kasus indeks MXX berperilaku berbeda dari yang lain.

Dalam penelitian Sutanto (2007), yang berjudul Skala Multidimensi menjelaskan bahwa penskalaan multidimensional adalah suatu metode analisis multivariat yang digunakan untuk menyederhanakan data mentah menjadi suatu tampilan grafis. Data masukan berupa persepsi objek terhadap beberapa stimulasi. Data berada pada skala ordinal, interval, atau rasio. Bentuk dasar data masukan adalah nilai kedekatan. Nilai kedekatan mengacu pada ukuran nilai kesamaan atau nilai ketidaksamaan antar semua pasangan stimulasi. Hasil dari penelitian tersebut

adalah MDS dapat membantu mendapatkan sebuah peta persepsi yang mewakili persepsi dan preferensi konsumen terhadap beberapa objek. Hubungan antar objek tersebut direpresentasikan sebagai hubungan geometris antara titik-titik dalam suatu ruang multidimensi. Data yang diperoleh dari konsumen dapat dihubungkan dengan persepsi atau preferensi.

Dalam penelitian Nurmawati (2013) yang berjudul *Analisis Positioning Kosmetik Merek Wardah Menggunakan Multidimensional Scaling* menjelaskan bahwa penelitiannya dilatarbelakangi oleh banyak kosmetik yang beredar di pasar, sehingga menimbulkan persaingan yang cukup ketat di industri kosmetik. Oleh karena itu penting melakukan mengenai *positioning* agar perusahaan mengetahui posisi pasar mana produknya berada terhadap pesaingnya. Dari banyak merek kosmetik yang beredar di pasar, ada lima merek yang lebih dikenal oleh masyarakat dan memiliki aneka produk yang sama, yaitu mustika ratu, sariayu, ponds, viva, dan wardah. Tujuan penelitian tersebut ingin mengetahui posisi kosmetik merek wardah dibandingkan dengan empat merek lainnya di pasar, serta untuk mengetahui kosmetik merek apa saja yang menjadi pesaing langsung dan tidak langsung bagi kosmetik wardah.

Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa kosmetik wardah berada pada zona positif dilihat dari segi popularitas merek, namun kosmetik wardah berada di zona negatif dilihat dari segi daya tarik kemasan, keterjangkauan harga dan dari bahan aman dan cocok untuk kulit. Pesaing langsung kosmetik wardah adalah kosmetik Ponds sedangkan pesaing tidak langsungnya adalah kosmetik Mustika Ratu, Sariayu dan Viva.