



| | | | |
|-------------------------|------------|----|-----------|
| Yayasan Mercu Buana | | | |
| UNIVERSITAS MERCU BUANA | | | |
| Perpustakaan Pusat | | | |
| Sumber : | Sumbangan | | |
| Tanggal : | 16/07/13 | | |
| No. Reg. : | 1.12451043 | | |
| | 2. | 11 | 51/13/054 |

**ANALISIS PENGARUH *POSITIONING* DAN CITRA
MERK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA
DALAM MELAKUKAN PEMILIHAN TEMPAT
KULIAH
STUDI KASUS LP3I CABANG KRAMAT**

KARYA AKHIR

Oleh

SALEH

NIM 55109120190

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2012**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH *POSITIONING* DAN CITRA
MERK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA
DALAM MELAKUKAN PEMILIHAN TEMPAT
KULIAH
STUDI KASUS LP3I CABANG KRAMAT**

KARYA AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program

Pascasarjana Program Magister Manajemen

Oleh

SALEH

NIM 55109120190

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2012**

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of Positioning and Brand Image on Purchase Decision of LP3I Kramat Branch was taken as a case study; this study is quantitative & explanative. Both primary and secondary data were obtained.

Primary data were obtained using questionnaire which were distributed to LP3I Student at Kramat Branch. A total sample of 183 respondents were obtained using regression analysis, it was found that Positioning and Brand Image had significant and positive effect on Purchase Decision.

The study was limited in the environment LP3I Kramat branch, investigators therefore open up opportunities for other researchers who want to continue on the same theme or to add other research variables. So that will be able to provide knowledge management in the field of marketing science will continue the future.

Keywords: positioning, brand image and Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Positioning* dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian.

LP3I Kramat Cabang diambil sebagai studi kasus, penelitian ini adalah kuantitatif dan eksplanatif. Data primer dan sekunder diperoleh.

Data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada Mahasiswa LP3I di Cabang Kramat. Sebanyak 183 responden yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi, ditemukan bahwa *Positioning* dan Citra Merk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini terbatas dilingkungan LP3I cabang Kramat, Oleh karena itu peneliti membuka kesempatan untuk peneliti lain yang ingin melanjutkan pada tema yang sama atau dengan menambah variabel penelitian lainnya. Sehingga akan dapat memberikan *knowledge management* pada bidang ilmu marketing yang akan terus berkembang dimasa yang akan datang.

Kata kunci: *Positioning*, Citra Merk dan Keputusan Pembelian.

PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh *Positioning* dan Citra Merek
Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Melakukan
Pemilihan Tempat Kuliah Studi Kasus LP3I Cabang
Kramat

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Saleh

NIM : 55109120190

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 17 September 2012

Mengesahkan

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**



Dr. Rina Astini, SE, ME

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama



Dr. Rina Astini, SE, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Analisis Pengaruh *Positioning* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Melakukan Pemilihan Tempat Kuliah Studi Kasus LP3I Cabang Kramat

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Saleh

NIM : 55109120190

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 17 September 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 17 September 2012



Saleh

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABSTRAK..... | ii |
| ABSTRACT..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 7 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.4 Maksud dan Tujuan Karya Akhir | 8 |
| 1.6 Manfaat Karya Akhir | 9 |
| BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN..... | 10 |
| 2.1 Sejarah Singkat Lembaga..... | 10 |
| 2.2 VISI dan MISI LP3I | 11 |
| 2.3 Bidang Usaha..... | 12 |
| 2.4 Struktur Organisasi | 15 |
| 2.5 Deskripsi Kerja..... | 16 |

| | | | |
|-----|-------|---|----|
| BAB | III | KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS..... | 19 |
| | 3.1 | Positioning..... | 19 |
| | 3.2 | Citra Merk..... | 23 |
| | 3.3 | Keputusan Pembelian | 29 |
| | 3.4 | Kerangka Pemikiran..... | 33 |
| BAB | IV | METODE RISET..... | 35 |
| | 4.1 | Objek Penelitian..... | 35 |
| | 4.2 | Metode Penelitian | 35 |
| | 4.2.1 | Desain Penelitian..... | 35 |
| | 4.2.2 | Metode Pengumpulan Data..... | 36 |
| | 4.2.3 | Populasi dan Ukuran Sampel..... | 38 |
| | 4.2.3 | Definisi Operasional Variabel..... | 40 |
| | 4.2.3 | Metode Analisis Data..... | 47 |
| BAB | V | HASIL DAN ANALISIS..... | 53 |
| | 5.1 | Uji Validitas dan Realibilitas Data | 53 |
| | 5.1.1 | Uji Validitas | 53 |
| | 5.1.2 | Uji Reabilitas..... | 57 |
| | 5.2 | Uji Validitas dan Realibilitas Data Penelitian..... | 57 |
| | 5.3 | Uji Asumsi Klasik | 61 |
| | 5.3.1 | Uji Normalitas..... | 62 |
| | 5.3.2 | Uji Multikolinieritas..... | 64 |
| | 5.3.3 | Uji Heteroskedastisitas | 66 |
| | 5.4 | Analisis Regresi Linier Sederhana | 67 |

| | | |
|--------|--|----|
| 5.4.1 | Analisa Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian..... | 67 |
| 5.4.2 | Analisa Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..... | 70 |
| 5.5 | Analisa Regresi Berganda..... | 72 |
| 5.6 | Analisa Hubungan Antar Dimensi Pada Variabel Penelitian..... | 75 |
| BAB VI | KESIMPULAN DAN SARAN..... | 79 |
| 6.1 | Kesimpulan..... | 79 |
| 6.2 | Rekomendasi..... | 82 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 85 |
| | LAMPIRAN..... | 87 |

DAFTAR TABEL

| Table | Hal |
|------------|---|
| Tabel 1.1 | Penerimaan mahasiswa baru tahun akademik 2010/ 2011..... 5 |
| Tabel 3.1 | Penelitian Terdahulu..... 33 |
| Tabel 4.1 | Definisi Operasional Variabel..... 40 |
| Tabel 4.2 | Uji Validitas data Pengukuran terhadap Variabel Positioning..... 53 |
| Tabel 5.1 | Uji Validitas Data Pengukuran Terhadap Variabel <i>Positioning</i> 54 |
| Tabel 5.2 | Uji Validitas Instrumen Pengukuran Terhadap Variabel Citra Merek 55 |
| Tabel 5.3 | Uji Validitas Instrumen Pengukuran Terhadap Variabel Keputusan Membeli..... 56 |
| Tabel 5.4 | Uji Realibilitas Instrumen Pengukuran..... 57 |
| Tabel 5.5 | Uji Validitas Data Penelitian Pada Variabel <i>Positioning</i> 58 |
| Tabel 5.6 | Uji Validitas Data Penelitian Pada Variabel Citra Merek..... 59 |
| Tabel 5.7 | Uji Validitas Data Penelitian Pada Variabel Keputusan Membeli..... 60 |
| Tabel 5.8 | Uji Realibilitas Data Variabel Penelitian..... 61 |
| Tabel 5.9 | Uji Normalitas dengan Menggunakan Metode Kolmogorov – Smirnov..... 62 |
| Tabel 5.10 | Hasil Uji Multikolinieritas..... 65 |
| Tabel 5.11 | Perhitungan Koefisien Regresi Sederhana <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... 67 |

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 5.12 | Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi..... | 69 |
| Tabel 5.13 | Perhitungan Koefisien Regresi Sederhana Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..... | 70 |
| Tabel 5.14 | Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi..... | 72 |
| Tabel 5.15 | Perhitungan Koefisien Regresi Berganda <i>Positioning</i> dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..... | 73 |
| Tabel 5.16 | Hasil Uji F..... | 74 |
| Tabel 5.17 | Koefisien Determinasi..... | 75 |
| Tabel 5.18 | Matriks Korelasi..... | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | | Hal |
|------------|--|-----|
| Gambar 1.1 | Data Perkembangan Mahasiswa LP3I Kramat Periode 2008 s/d 2011..... | 3 |
| Gambar 2.1 | Struktur Organisasi LP3I Business College..... | 15 |
| Gambar 3.1 | Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 34 |
| Gambar 5.1 | Diagram Histogram Data Penelitian..... | 63 |
| Gambar 5.2 | Diagram Normal P-P Plot Data Penelitian..... | 64 |
| Gambar 5.3 | Scatter Plot Data Penelitian..... | 66 |