



**ANALISIS PENGARUH PENEMPATAN POSISI  
(*POSITIONING*) DAN *SOCIAL MEDIA PROMOTION*  
TERHADAP CITRA MEREK NUTRISARI  
(Studi Kasus: NutriSari Varian RTD Orange 200 ml)**

**KARYA AKHIR**

**OLEH :**

**ADI PRABOWO**

**55110110131**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2012**



**ANALISIS PENGARUH PENEMPATAN POSISI  
(*POSITIONING*) DAN *SOCIAL MEDIA PROMOTION*  
TERHADAP CITRA MEREK NUTRISARI  
(Studi Kasus: NutriSari Varian RTD Orange 200 ml)**

**KARYA AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Magister Manajemen**

**OLEH :**

**ADI PRABOWO**

**55110110131**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2012**

## PENGESAHAN

Judul : **Analisis Pengaruh Penempatan Posisi (*Positioning*) dan *Social Media Promotion* terhadap Citra Merek NutriSari (Studi Kasus: NutriSari RTD Orange 200 ml)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Adi Prabowo

NIM : 55110110131

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Mengesahkan:

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**

**Direktur Program Pascasarjana**

  
**Dr. Rina Astini, SE, MM**

  
**Prof. Dr. Didik J. Rachbini**

**Pembimbing Utama**



**Dr. Rina Astini, SE, MM**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini :

Judul : **Analisis Pengaruh Penempatan Posisi (*Positioning*) dan *Social Media Promotion* terhadap Citra Merek (Studi Kasus: NutriSari RTD Orange 200 ml)**

Bentuk Karya Akhir : Riset

Nama : Adi Prabowo

NIM : 55110110131

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2012

Merupakan hasil studi pustaka penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan 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 ini di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2012



Adi Prabowo

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena anugerah serta bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Penelitian dengan judul “Analisis pengaruh Penempatan Posisi (*Positioning*) dan *Social Media Promotion* terhadap Citra Merek NutriSari” ini dibuat sebagai syarat bagi kelulusan dari program Pascasarjana Universitas Mercubuana. Dalam penyusunan karya ilmiah ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Rina Astini, SE, ME, ketua program studi magister manajemen sekaligus dosen pembimbing yang telah membantu mengarahkan dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini.
2. Bapak Muchsin Saggaf Shibab, MBA, Ph.D, dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan agar karya ilmiah ini semakin baik
3. Mama, papa, kakak atas doa serta dukungannya dalam menyelesaikan program studi pascasarjana ini.
4. Antes E. Prasetyo, Charles Albert Samuel, Nissa Mustafa Umar dan seluruh teman – teman angkatan MM Mercubuana atas perjuangan dan semangatnya hingga kita bisa menyelesaikan semuanya dengan baik.
5. Norma S. Dewi dan PT Nutrifood Indonesia atas dukungannya dalam menyelesaikan program studi ini.

Penulis menyadari bahwa makalah ini jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar penulis dapat melakukan perbaikan terhadap makalah yang disusun ini. Semoga makalah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Agustus 2012

Penulis



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## Daftar Isi

COVER.....	i
DAFTAR ISI .....	ii
DAFTAR GAMBAR .....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	17
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....	30
BAB IV. METODE PENELITIAN .....	70
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL.....	94
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	110



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## Daftar Gambar

Gambar 1.1. Perkembangan Pengguna Facebook di Indonesia.....	3
Gambar 1.2. <i>Digital Media Landscape</i> di Indonesia .....	4
Gambar 1.3. Gambaran Usai Pengguna Facebook di Indonesia .....	5
Gambar 1.4. Perkembangan Twitter di Dunia .....	6
Gambar 1.5. Perkembangan Kicauan Twitter di Indonesia .....	7
Gambar 1.6. Penggunaan Fanpage Facebook di Indonesia .....	8
Gambar 1.7. Running Media Habit Ariana NutriSari .....	10
Gambar 1.8. Mapping Produk Berdasarkan Image oleh Konsumen.....	11
Gambar 2.1. Produk NutriSari Serbuk .....	23
Gambar 2.2.a. Produk NutriSari Siap Minum Fruit and Vegetables Mix Tetrapack .....	24
Gambar 2.2.b. Produk NutriSari Siap Minum Fruit and Vegetables Mix PET .....	25
Gambar 2.2.c. Produk NutriSari Siap Minum Orange .....	26
Gambar 2.2.c. Produk NutriSari Siap Minum Orange .....	27
Gambar 2.4. Business Flow PT. Nutrifood Indonesia .....	28
Gambar 3.1. Kerangka Konseptual .....	63
Gambar 4.1. Facebook Insight NutriSari.....	71
Gambar 5.1. Kuesioner Online NutriSari .....	94
Gambar 5.2. Uji Normal.....	97
Gambar 5.3. Uji Linearitas .....	98
Gambar 5.4. Uji Linearitas .....	100



## Daftar Tabel

Tabel 1.1. Penjualan NutriSari di Carefour Secara Nasional .....	12
Tabel 1.2 Hasil Blind Test NutriSari Orange dengan Kompetitor .....	13
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu .....	62
Tabel 4.1. Variabel dan Pengukuran .....	77
Tabel 4.1. Uji Validitas Positioning .....	88
Tabel 4.2. Uji Validitas Social Media Promotion .....	89
Tabel 4.3. Uji Validitas Citra Merek .....	90
Tabel 4.4a Uji Reabilitas Positioning .....	90
Tabel 4.4b Uji Reabilitas Positioning .....	91
Tabel 4.5a Uji Reabilitas Social Media Promotion .....	91
Tabel 4.5b Uji Reabilitas Social Media Promotion .....	92
Tabel 4.6a Uji Reabilitas Citra Merek .....	92
Tabel 4.6b Uji Reabilitas Citra Merek .....	93
Tabel 5.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	95
Tabel 5.2. Karakteristik Berdasarkan Usia .....	95
Tabel 5.3. Uji Multikolinearitas .....	99
Tabel 5.4. Uji Autokorelasi .....	102
Tabel 5.5. Uji T Positioning vs Citra Merek .....	103
Tabel 5.6. Uji T Social media Promotion vs Citra Merek .....	104
Tabel 5.8. Model Summary .....	106
Table 5.9. Tabel Korelasi Dimensi .....	107

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Adi Prabowo  
Tempat, Tanggal Lahir : Karawang, 15 Juli 1986  
Umur : 26 tahun  
Alamat : Cipinang Elok II Blok AG no. 3 Jakarta Timur 13420  
Telepon : +6281932366600  
E-mail : addie.prabowo@gmail.com  
Jenis Kelamin : Pria  
Status : Belum Menikah  
IPK (S1) : 3,64

### Pendidikan Formal

<i>Tahun</i>	<i>Nama Sekolah</i>
2004 – 2008	Fakultas Teknik Jurusan Industri Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
2001 – 2004	SMU Fons Vitae 1 Jakarta

### Pengalaman Kerja

<i>Tahun</i>	<i>Jenis Pekerjaan</i>
2011 – Sekarang	Associate Brand & E – Marketing PT. Nutrifood Indonesia
2008 - 2011	Head, Management System & Corp. Planning Section PT. Astra Daihatsu Motor