

**PENGARUH *POSITIONING*, DIFERENSIASI DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKU  
MIMPI SEJUTA DOLAR DENGAN PROMOSI  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus pada Toko Buku Gramedia Regional 1 Jakarta)**

SKRIPSI



Nama : Ester Ratih Dwihapsari

NIM : 43113310108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Ester Ratih Dwihapsari

NIM : 43113310108

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : MANAJEMEN – STRATA 1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 23 Februari 2016



Ester Ratih Dwihapsari  
43113310108

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ester Ratih Dwihapsari  
NIM : 43113310108  
Program Studi : Manajemen – Starata 1  
Judul Skripsi : Pengaruh *Positioning*, Diferensiasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Buku Mimpi Sejuta Dolar dengan Promosi sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Toko Buku Gramedia Regional 1 Jakarta)  
Tanggal Lulus Ujian : 23 Februari 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



Dra Yanti Murni, M.M.  
Tanggal: 27 Februari 2016

Dr. Bambang Mulyana, M.Si.  
Tanggal : 27 Februari 2016

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, MS, CA  
Tanggal: 27 Februari 2016

Dr. Rina Astini, SE, M.M  
Tanggal: 27 Februari 2016

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Positioning*, Diferensiasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Buku Mimpi Sejuta Dolar dengan Promosi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Gramedia Regional 1 Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan penuh senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS.,CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE.,MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Dra. Yanti Murni, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan perhatian, bimbingan, doa dan kepercayaan yang sangat berarti bagi penulis selama penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Hirdinis M., SE., MM. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana kampus D Cibubur.

6. Bapak Dr. Bambang Mulyana, M, Si selaku Dosen Metodologi Penelitian yang telah membekali penulis dengan ilmu selama mengikuti perkuliahan dan membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Bapak Agus Arijanto, SE, MM, selaku Dosen Penelaah yang telah banyak memberikan waktu untuk berdiskusi dan memotivasi penulis dalam kelancaran penulisan skripsi.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D Cibubur yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.
9. Bapak Y. Priyo Utomo selaku CEO Group of Retail & Publishing dan pimpinan dari penulis yang memberikan dukungan dan waktu selama penulis menyelesaikan skripsi.
10. Kedua orang tua tercinta (Ibu Rosalia Susilowati dan Almarhum Bapak Tarcisius Arif Surojo), kakak (Agustina Tetty Pratiwi) dan kedua adik (Joseph dan Novena) yang telah memberikan semangat dan dukungan bagi kelancaran penulisan skripsi.
11. Motivator dan Suami tercinta (Gun Sukirman Andriantoro, SSos, M.I. Kom) dan kedua cahaya penyemangat hidupku (Johana Iva Endraswari dan Yustinus Deva Baswara), yang dengan penuh kasih sayang serta penuh perhatian memberikan semangat, dorongan dan doa sehingga selesainya skripsi ini.
12. Teman-teman yang turut membantu dan menyemangati dalam kelancaran penulis dalam penulisan skripsi ini yaitu Sekretariat PT Gramedia Pustaka Utama, MDHO Group of Retail & Publishing, dan Sales Superintendent Gramedia Regional 1.
13. Teman-teman seperjuangan kelompok pemasaran (Imam, Ida Yulani, Pradita, Nimas Dian) dan teman-teman pejuang skripsi lainnya yang tidak bisa

disebutkan satu persatu yang sudah mendoakan dan menyemangati kelancaran skripsi ini.

Semoga Tuhan YME memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita sekalian.

Bekasi, Februari 2016

Ester Ratih Dwihapsari



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian .....	7
2. Kontribusi Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	10
1. Kajian Terhadap Teori.....	10
a. Pengertian <i>Positioning</i> .....	10
1. Strategi Penentuan Posisi Pasar.....	11
b. Pengertian Diferensiasi.....	13

1. Strategi Diferensiasi.....	14
c. Pengertian Citra Merek.....	15
1. Faktor Pembentuk Citra Merek .....	17
2. Dimensi dan Pengukuran Citra Merek .....	19
d. Pengertian Promosi.....	21
1. Strategi Promosi.....	22
e. Pengertian Keputusan Pembelian .....	23
2. Kajian Riset Terdahulu.....	26
B. Kerangka Pemikiran.....	28
C. Hipotesis Penelitian.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	31
B. Desain Penelitian.....	31
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	31
1. Definisi Variabel .....	31
2. Variabel Operasional.....	32
D. Pengukuran Variabel.....	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
1. Populasi Penelitian.....	35
2. Sampel Penelitian .....	36
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Metode Analisis.....	38
1. Statistik Deskriptif.....	38



a. Mean.....	39
b. Standard Deviasi.....	39
c. Korelasi Parsial ( <i>Partial Correlation</i> ).....	40
d. Korelasi Berganda .....	41
e. Analisis Koefisien Determinasi.....	42
2. Uji Kualitas Data.....	43
a. Uji Validitas.....	43
b. Uji Reliabilitas.....	44
3. Uji Asumsi Klasik .....	44
a. Uji Normalitas .....	44
b. Uji Multikolinieritas.....	45
c. Uji Heterokedastisitas.....	46
4. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	47
5. Uji Hipotesis.....	49
a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	50
b. Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik F).....	50
c. Uji Partial (t-test).....	51

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	54
2. Karakteristik Profil Responden.....	55
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	56

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	56
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	58
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	59
1. Hasil Uji Validitas .....	59
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	61
3. Hasil Uji Korelasi.....	62
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Hasil Uji Normalitas.....	64
2. Hasil Uji Multikolonieritas .....	65
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	66
4. Hasil Analisis Jalur Path ( <i>Path Analysis</i> ).....	67
E. Hasil Uji Hipotesis.....	77
1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	79
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	81
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	88
B. Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel Data Penjualan.....	5
2.2	Tabel Penelitian Terdahulu.....	27
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel.....	33
3.2	Tabel Skala Likert.....	35
4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
4.4	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.5	Tabel Statistik Deskriptif.....	58
4.6	Tabel Hasil Uji Validitas.....	60
4.7	Tabel Hasil Uji Realibilitas.....	61
4.8.	Tabel Korelasi.....	62
4.9	Tabel Uji Normalitas.....	65
4.10	Tabel Uji Multikolineritas.....	66
4.11	Tabel Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t) Model Intervening A.....	68
4.12	Tabel Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t) Model Intervening B.....	69
4.13	Tabel Ringkasan Hasil Estimasi Parameter Model.....	73
4.14	Tabel Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung....	75

4.15	Tabel Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dengan Variabel Intervening Promosi .....	77
4.16	Tabel Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dengan Variabel Terikat Keputusan Pembelian.....	78
4.17	Tabel Uji Statistik F dengan Variabel Intervening Promosi.....	79
4.18	Tabel Uji Statistik F dengan Variabel Terikat Keputusan Pembelian.....	80
4.19	Tabel Uji Statistik t .....	82



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Tahap Proses Keputusan Pembelian Kotler.....	24
2.2	Kerangka Pemikiran .....	29
3.1	Model Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	49
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
4.2	Diagram Jalur model A.....	69
4.3	Diagram Jalur model B.....	71
4.4	Diagram Jalur keseluruhan.....	72



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2: Hasil Kuesioner Penelitian .....	99
Lampiran 3: Hasil Kuesioner Data Pembeli .....	105
Lampiran 4: Hasil Statistik Deskriptif.....	107
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas.....	108
Lampiran 6: Hasil Uji Reliabilitas.....	109
Lampiran 7: Hasil Uji Asumsi Klasik .....	112
Lampiran 8: Hasil Uji Regresi I.....	116
Lampiran 9: Hasil Uji Regresi II.....	119
Lampiran 10: Analisis Jalur .....	122

