

**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN *POSITIONING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK TOKO *MY SNACKS* BANGKA DI  
PANGKALPINANG**

**SKRIPSI**



**Diajukan oleh:**

**NAMA : WIDIYANTI  
NIM : 302 12 11 117**

**Diajukan Untuk Memenuhi Prasyarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2016**

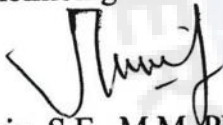


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JURUSAN MANAJEMEN**

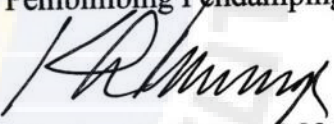
**LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : WIDIYANTI  
NIM : 302 12 11 117  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Penelitian : Pengaruh *Brand Equity*, dan *Positioning* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Toko *My Snacks* Bangka di Pangkalpinang

Pembimbing Utama

  
Erwin, S.E., M.M., Ph.D  
NP. 506507013

Pembimbing Pendamping

  
Khariyansyah, S.E., M.M.  
NIP. 197903152012121005

Balun Ijuk, 28 Juni 2016  
Ketua Jurusan Manajemen

  
Maya Yusnita, S.E., M.Si.  
NIP. 198605082014042001

# PENGESAHAN SKRIPSI

## SKRIPSI BERJUDUL

### PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN *POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK TOKO *MY SNACKS BANGKA* DI PANGKALPINANG

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh: **WIDIYANTI**

Nomor Induk Mahasiswa: **302 12 11 117**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 5 Agustus 2016 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk Diterima.

#### Tim Penguji:

Ketua

Erwin, S.E., M.M, Ph.D  
NP. 506507013

Anggota

Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M  
NIP. 19820722014042002

Anggota

H. Samar, S.E., M.M  
NP. 506808015

Balunijuk, 15 Agustus 2016  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Dekan

Dr. Reniati, S.E, M.Si  
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

Maya Yusnita, S.E., M.si  
NIP. 198605082014042001

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “**Pengaruh Brand Equity dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Toko My Snacks Bangka di Pangkalpinang**”, ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Pangkalpinang, 28 Juni 2016



Penulis

Widiyanti

## MOTTO

### INDAH PADA WAKTUNYA

“ Ada waktu untuk berduka cita

Dan ada waktu untuk tertawa

Untuk segala sesuatunya ada waktunya.

Ada waktu untuk merombak

Dan ada waktu tuk membangun

Kau jadikan semua indah pada waktunya.

Walau kini ku menabur benih

Sambil mencucurkan air mata ku percaya

Suatu saat ku kan menuai berkatnya

Sambil bersorak-sorai”

### PERSEMBAHAN

*Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :*

1. Ayah dan Ibu tercinta atas semua dukungan, pengorbanan baik moral ataupun materi dan doa tulus dan tanpa pamrih untuk keberhasilanku. Terutama di saat saya merasa jenuh dan putus asa merekalah yang mengulurkan tangannya untuk memberikan semangat agar dapat bangkit kembali. Harapan dan impianmu adalah pendorong langkah ku.
2. Buat kakak dan adikku yang selalu memberi semangat dan motivasi serta masukan positif kepadaku.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu memberikan motivasi, semangat dan doa kepadaku.
4. Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.

## ABSTRAK

### **Widiyanti. 302 12 11 117. Pengaruh *Brand Equity* dan *Positioning* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Toko *My Snacks* Bangka di Pangkalpinang.**

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa *brand equity* dan *positioning* dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *brand equity* dan *positioning* terhadap keputusan pembelian pada produk toko *My Snacks* Baangka di Pangkalpinang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 215 responden, sedangkan tehnik pengambilan sampel menggunakan tehnik *accidental sampling*. pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *brand equity* dan *positioning*, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji t, uji f dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian variabel *independen*  $X_1$  diperoleh  $t_{hitung} (10.991) > T_{tabel} (1.970)$ , variabel  $X_2$   $t_{hitung} (2.892) > T_{tabel} (1.970)$ . Maka variabel  $X_1$  berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, variabel  $X_2$  berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Hasil uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (78.866) > F_{tabel} 3.038$ , sedangkan signifikansi adalah  $0,000 < \alpha$  pada taraf signifikansi 0.05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima yang berarti variabel *independen* secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* secara signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *independen* mempengaruhi variabel *dependen* sebesar 42.1%, dan sisanya 57.9% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

**Kata Kunci : *Brand Equity*, *Positioning* dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

**Widiyanti. 302 12 11 117**

### ***The Effects of Brand Equity and Positioning on Buying Decision of the Products My Snacks Bangka Store in Pangkalpinang***

*The fact that brand equity and positioning can affect buying decision is the background of this study. The purpose of this study is to determine and study the influence of brand equity and positioning on buying decision of the product at My Snacks Bangka Store in Pangkalpinang.*

*This is a descriptive quantitative with a sample of 215 respondents obtained using accidental sampling technique. The independent variables in this study are brand equity and positioning, while the dependent variable is buying decision. The instrument testing used validity test and reliability test. The data analysis method used is multiple linear regression analysis with t test, f test, and coefficient of determination.*

*The result shows that  $X_1 = t_{value} (10.991) > T_{table} (1.970)$  ;  $X_2 = t_{value} (2.892) > T_{table} (1.970)$ . Therefore,  $X_1$  partially affects Y,  $X_2$  partially affects Y. The result of F test shows that  $F_{value} (78.866) > F_{table} 3.038$ , with significance  $0,000 < \alpha$  at level 0.05. Therefore,  $H_0$  is rejected and  $H_4$  is accepted, which means that the independent variables simultaneously affect dependent variable significantly. The result of coefficient of determination analysis shows that the independent variables affect the dependent variable as much as 42.1%, and the rest 57.9% is affected by variables outside the study.*

***Keywords: Brand Equity, Positioning, and Buying Decision***

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha ESA yang tiada hentinya memberikan rahmat, anugerah, berkat, serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Equity* dan *Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Toko *My Snacks* Bangka Di Pangkalpinang” untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Bangka Belitung.

Dalam penyelesaian penelitian ini, tidak bisa lepas dari bantuan-bantuan dari orang-orang di sekitar penulis yang terus memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Ir. Muh Yusuf, M.Si., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
3. Ibu Dr. Reniati, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Erwin, S.E., M.M, Ph.D, yang terus membantu penulis dalam menyelesaikan penelitiannya dan tidak letih-letihnya memberikan pengarahan kepada penulis dalam melakukan penelitian ini. Meskipun beliau sangat sibuk tetapi selalu ada waktu yang diluangkan untuk penulis dalam memberikan bimbingan
5. Khairiyansyah, S.E., M.M, selaku yang selalu mau membantu penulis dan membimbing penulis dengan sabar dalam menyelesaikan penelitiannya



6. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.
7. Seluruh Dosen dan staf pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, khususnya pada jurusan manajemen yang telah membuka pikiran dan wawasan keilmuan.
8. Staf BAAK, staf perpustakaan, mahasiswa manajemen dan semua teman yang telah membantu sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
9. Pihak dari *My Snacks* Bangka di Pangkalpinang.
10. Keluarga tercinta, terutama ayah, ibu, kakak yang telah memberikan motivasi dan doanya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
11. Serta semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Penulis sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna karena banyaknya keterbatasan yang dimiliki oleh penulis sebagai manusia. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari teman-teman pembaca untuk membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik lagi. Penulis juga mohon maaf apabila ada kata-kata dalam penelitian ini yang kurang berkenan di hati pembaca. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh penulis.

Balunijuk, 28 juni 2016

Penulis,

Widiyanti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah .....	15
1.4 Tujuan Penelitian .....	15
1.5 Manfaat Penelitian .....	16
1.6 Sistematika Penelitian.....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>19</b>
2.1 Landasan Teori .....	19

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	20
2.1.1.2 Konsep Produk.....	21
2.1.2 Merek.....	22
2.1.2.1 Pengertian Merek.....	22
2.1.2.2 <i>Brand Equity</i> .....	23
2.1.2.3 Dimensi <i>Brand Equity</i> .....	25
2.1.2.4 Tahapan Membangun <i>Brand Equity</i> .....	26
2.1.2.5 Manfaat <i>Brand Equity</i> .....	27
2.1.3 <i>Positioning</i> .....	28
2.1.3.1 Pengertian <i>Positioning</i> .....	28
2.1.3.2 Tujuan <i>Positioning</i> .....	30
2.1.3.3 Dimensi <i>Positioning</i> .....	30
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	31
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	31
2.1.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	33
2.1.4.3 Peranan Dalam Keputusan Pembelian .....	36
2.1.4.4 Faktor-Faktor Mempengaruhi Pilihan Konsumen .....	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Kerangka Berpikir .....	39
2.3.1 Gambaran <i>Brand Equity</i> , <i>Positioning</i> dan Keputusan Pembelian .....	43

2.3.2 Hubungan <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.3.2 Hubungan <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	44
2.3.3 Hubungan <i>Brand Equity</i> dan <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.4 Hipotesis .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	46
3.3 Variabel Penelitian.....	47
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47
3.4.1 Definisi Operasional .....	47
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	51
3.5 Populasi dan Sampel .....	51
3.5.1 Populasi.....	51
3.5.2 Sampel.....	52
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	53
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.8 Teknik Analisis Data .....	54
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	55
3.8.2 Uji Validitas.....	55
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	57

3.8.4 Uji Asumsi Klasik .....	57
3.8.5 Uji Regresi Berganda .....	59
3.8.6 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	61
3.8.7 Uji Signifikansi Serentak (Uji f).....	61
3.8.8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	64
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	64
4.1.2 Visi Dan Misi Toko <i>My Snacks</i> Bangka .....	65
4.1.3 Struktur Organisasi Toko <i>My Snacks</i> Bangka .....	66
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian .....	66
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden .....	66
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian .....	71
4.2.3 Hasil Deskriptif Variabel .....	71
4.3 Hasil Analisis Data .....	90
4.3.1 Uji Validitas .....	90
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	91
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	92
4.3.4 Uji Regresi Berganda .....	95
4.3.5 Uji Parsial (Uji t) .....	97
4.3.6 Uji Simultan (Uji F) .....	98
4.3.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	99
4.4 Pembahasan .....	100

4.4.1	Gambaran Deskriptif <i>Brand Equity</i> , <i>Positioning</i> , dan keputusan Pembelian Produk <i>My Snacks</i> Bangka pada toko <i>My Snacks</i> Bangka di Pangkalpinang .....	100
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	100
4.4.3	Pengaruh <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	101
4.4.4.	Pengaruh <i>Brand Equity</i> dan <i>Positioning</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	102
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>103</b>
5.1	Kesimpulan .....	103
5.2	Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>106</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar Harga Paket Produk <i>My Snacks</i> Bangka .....	9
Tabel I.2	Data Pelanggan dan Penjualan Produk Pada Toko <i>My Snacks</i> Bangka .....	10
Tabel 1.3	Perbandingan Data Konsumen dan Data Penjualan Produk Toko <i>Snacks</i> di Pangkalpinang Perbulan .....	11
Tabel I.4	Data Pra Survey Terhadap 15 Konsumen <i>My Snacks</i> Bangka di Pangkalpinang.....	13
Tabel II.1	Tahapan Pengambilan Keputusan Konsumen.....	36
Tabel II.2	Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel III.1	Definisi Operasional .....	48
Tabel III.2	Skor Skala Likert .....	51
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel IV. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67
Tabel IV.3	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir .....	68
Tabel IV. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
Tabel IV.5	Interval Hasil Jawaban Responden .....	71

Tabel IV.6 Hasil Berdasarkan Produk Familiar .....	71
Tabel IV.7 Hasil Berdasarkan Pengetahuan Produk .....	72
Tabel IV.8 Hasil Berdasarkan Harga Sesuai Kualitas .....	72
Tabel IV.9 Hasil Berdasarkan Daya Tahan Produk .....	73
Tabel IV.10 Hasil Berdasarkan Harga Terjangkau .....	74
Tabel IV.11 Hasil Berdasarkan Penampilan Produk Menarik .....	74
Tabel IV.12 Hasil Berdasarkan Kesetiaan Merek .....	75
Tabel IV.13 Hasil Berdasarkan Alasan Memilih .....	76
Tabel IV.14 Rata-Rata Penilaian Responden Terhadap <i>Brand Equity</i> .....	76
Tabel IV.15 Hasil Berdasarkan Konsumen Merasakan Kenyamanan .....	77
Tabel IV.16 Hasil Berdasarkan Rasa Produk .....	78
Tabel IV.17 Hasil Berdasarkan Kualitas Terjamin .....	78
Tabel IV.18 Hasil Berdasarkan Tingkat Pembelian .....	79
Tabel IV.19 Hasil Berdasarkan Kualitas Lebih Baik .....	80
Tabel IV.20 Hasil Berdasarkan Kemasan Lebih Baik .....	80
Tabel IV.21 Hasil Berdasarkan Produk Cocok Dikonsumsi Oleh Semua Kalangan .....	81
Tabel IV.22 Hasil Berdasarkan Trend Masa Kini .....	82



Tabel IV.23 Rata-Rata Penilaian Responden Terhadap	
<i>Positioning</i> .....	82
Tabel IV.24 Hasil Berdasarkan Pemenuhan Kebutuhan Hidup .....	83
Tabel IV.25 Hasil Berdasarkan Mengetahui Kualitas dan Manfaat .....	83
Tabel IV.26 Hasil Berdasarkan Informasi Sulit Didapat .....	84
Tabel IV.27 Hasil Berdasarkan Mengetahui Produk Dari Teman .....	85
Tabel IV.28 Hasil Berdasarkan Standar Kualitas .....	85
Tabel IV.29 Hasil Berdasarkan Harga Beli Secara Umum .....	86
Tabel IV.30 Hasil Berdasarkan Pengaruh Dari Orang Lain .....	87
Tabel IV.31 Hasil Berdasarkan Keinginan Diri Sendiri .....	87
Tabel IV.32 Hasil Berdasarkan Merekomendasikan Produk .....	88
Tabel IV.33 Hasil Berdasarkan Membeli Produk	
Berdasarkan Penilaian .....	89
Tabel IV.34 Rata-Rata Penilaian Responden Terhadap	
Keputusan Pembelian .....	89
Tabel IV.35 Hasil Uji Validitas .....	90
Tabel IV.36 Hasil Uji Relibilitas .....	91
Tabel IV.37 Hasil Uji Multikolinealitas .....	94
Tabel IV.38 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	96
Tabel IV.39 Hasil Analisis Uji t .....	97

Tabel IV.40 Hasil Analisis Uji F ..... 98

Tabel IV.41 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... 99



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Elemen <i>Brand Equity</i> .....	26
Gambar II.2	Kerangka Kerja Membangun Merek .....	27
Gambar II.3	Kerangka Berpikir .....	42
Gambar IV.1	Struktur Organisasi Toko <i>My Snacks</i> Bangka Di Pangkalpinang .....	66
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	68
Gambar IV.4	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	69
Gambar IV.5	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
Gambar IV.6	Hasil Uji Normalitas (Histogram) .....	92
Gambar IV.7	Hasil Uji Normalitas (Plot) .....	93
Gambar IV.8	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	95

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Berganda, Uji T, Uji F dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 Daftar riwayat Hidup
- Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9 Surat Keterangan UPT Pusat Bahasa
- Lampiran 10 Surat Keterangan (Izin) Dari Tempat Penelitian
- Lampiran 11 Dokumentasi