

**PENGARUH *POSITIONING* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP  
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIVERSITAS KATOLIK  
WIDYA MANDALA MADIUN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Oleh  
Nama : **Reza Ayusta Pratama**  
NIM : **51414038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN  
2019**

Skripsi berjudul

**PENGARUH *POSITIONING & BRAND AWARENESS* TERHADAP  
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIKA WIDYA MANDALA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Reza Ayusta Pratama (51414038)**

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian  
tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

**HALAMAN PENGESAHAN**

Madiun, 11 Januari 2019

Disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing



**Dra. Dyah Kurniawati, M. Si**

**NIDN.0713126601**

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Unika Widya Mandala Madiun



**Muhammad, S.E., M.Sc.**  
**NIDN. 0702067703**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Unika Widya Mandala Madiun



**Fitriyanti, S.E., M.Sc.**  
**NIDN. 0717128001**

Skripsi berjudul

**PENGARUH *POSITIONING & BRAND AWARENESS* TERHADAP  
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIKA WIDYA MANDALA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh




**Reza Ayusta Pratama (51414038)**

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna mencapai sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen

**Halaman Persetujuan**

Madiun, 19 Januari 2019

Tim Penguji Skripsi

1. Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si (  )  
Ketua
2. Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc. (  )  
Anggota
3. Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. (  )  
Anggota

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat dengan judul: **Pengaruh *Positioning* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Katolik Widya Mandala**, tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jikalau ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal dan saya bersedia gelar keserjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 14 Januari 2019



Reza Ayusta Pratama

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.” -Yeremia 29:11-

“Don't lose the faith, keep praying, keep trying!” -Unknown

Kupersembahkan karya ini untuk:

- ♥ Papa dan Mama tercinta
- ♥ Astro
- ♥ Nara
- ♥ Sahabat dan teman-temanku
- ♥ Almamaterku

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *positioning* dan *brand awareness* terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Katolik Widya Mandala. Responden dalam penelitian ini sebesar 159 orang. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda dengan program SPSS 22,0 *for windows*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial *positioning* dan *brand awareness* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Universitas Katolik Widya Mandala sebaiknya lebih menanamkan keunikannya sebagai kampus yang memiliki sarana dan prasarana yang lengkap serta biaya kuliah yang meringankan, dengan begitu strategi *positioning* bisa dipertajam lagi agar kesadaran merek calon mahasiswa baru lebih tinggi sehingga, dapat mempengaruhi keputusan pemilihan Universitas Katolik Widya Mandala.

Kata Kunci: ***positioning, brand awareness, keputusan pembelian konsumen***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas segala kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh *Positioning* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Unika Widya Mandala Madiun**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi gelar Sarjana Manajemen Progam Studi Manajemen Univeristas Katolik Widya Mandala Madiun.

Penulisan skripsi ini pastinya tidak lepas dari doa, dukungan, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu:

1. Bapak Mujilan, S.E., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc., selaku Ketua Progam Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M. Si., selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, saran, dan nasehat yang sangat berguna selama penulisan skripsi.
4. Ibu Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si selaku wali studi dan Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, khususnya progam studi Manajemen yang telah memberikan ilmudan motivasi sehingga menjadi bekal bagi penulis dalam menyusun skripsi.

5. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.
6. Papa, Mama, Astro dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan selama kuliah dan penyusunan skripsi.
7. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 11 Januari 2019

Penulis,

Reza Ayusta Pratama



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	i□
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	9
A. Kajian Teori .....	9
1. Pemasaran.....	9
2. Manajemen Pemasaran.....	10
3. Pemasaran Jasa .....	10
4. Bauran Pemasaran Jasa.....	11
5. Pemasaran Massal .....	12
6. Segementasi Pasar .....	13
7. Targeting.....	15
8. Pemosisian Produk (Positioning) .....	15
9. Merek.....	20
10. Ekuitas Merek.....	21
11. Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	24
12. Keputusan Pembelian .....	25
B. Pengembangan Hipotesis .....	27
1. Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pemilihan .....	27
2. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pemilihan .....	29
C. Kerangka Konseptual .....	30

BAB III METODA PENELITIAN .....	32
A. Desain Penelitian.....	32
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	35
1. Variabel Yang Diteliti .....	35
2. Definisi Operasional Variabel.....	35
3. Instrumen Penelitian.....	37
a. Uji Validitas Data.....	37
b. Uji Reliabilitas.....	38
D. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	38
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	38
1. Sumber Data .....	38
2. Prosedur Pengumpulan Data .....	39
a. Uji Asumsi Klasik .....	39
1) Uji Normalitas.....	39
2) Uji Multikolinieritas.....	39
3) Uji Heteroskedastisitas.....	40
b. Analisis Regresi Linier Berganda .....	40
c. Uji Hipotesis.....	41
1) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	41
2) Uji Persamaan Regresi (Uji t) .....	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Data Penelitian .....	43
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
a. Sejarah Singkat UNIKA Widya Mandala .....	43
b. Struktur Organisasi .....	44
c. Job Description.....	45
2. Data Responden.....	57
3. Karakteristik Responden. ....	58
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....	59
4. Deskripsi Variabel Penelitian .....	60
B. Hasil Penelitian .....	65
1. Uji Kualitas Data .....	65
a. Uji Validitas.....	65
b. Uji Reliabilitas.....	66
2. Uji Asumsi Klasik .....	67
a. Uji Normalitas .....	67
b. Uji Multikolonieritas.....	68
c. Uji Heterokedastisitas.....	69
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4. Uji Hipotesis.....	71
a. Uji Signifikan Paramater Individual (Uji statistik t).....	71
b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	73
C. Pembahasan.....	74

1. Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Katolik Widya Mandala.....	74
2. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Katolik Widya Mandala.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Kesimpulan .....	77
B. Implikasi Manajerial .....	78
C. Keterbatasan Penelitian.....	79
D. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Semester I.....	33
Tabel 3. 2 Menentukan Ukuran Sampel Masing-Masing Prodi.....	34
Tabel 4. 1 Respon Rate dan Data Kuesioner yang Diolah.....	58
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4. 3 Program Studi Responden.....	59
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Positioning.....	61
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Brand Awareness.....	62
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pemilihan.....	64
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Validitas.....	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel 4. 10 Hasil Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kurva Uji T.....	42
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi UNIKA Widya Mandala.....	44
Gambar 4. 3 Grafik P Plot.....	68
Gambar 4. 4 Grafik Scatterplot.....	69
Gambar 4. 5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis X1.....	72
Gambar 4. 6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis X2.....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	<i>Post Test</i>
Lampiran 2	Lembar Kuesioner
Lampiran 3	Karakteristik Responden
Lampiran 4	Jawaban Pernyataan Responden
Lampiran 5	Statistik Deskriptif
Lampiran 6	Uji Kualitas Data (Uji Reliabilitas & Validitas)
Lampiran 7	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8	Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 9	Tabel r & tabel t