

**PENGARUH STRATEGI *POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN
BOTOL MEREK AQUA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

**Disusun untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

VONGKI FAKUMAN

061230600548

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

PALEMBANG

2015

**PENGARUH *POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN BOTOL MEREK AQUA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA POLITEKNIK
NEGERI SRIWIJAYA PALEMBANG**



**Disusun untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:
VONGKI FAKUMAN
0612 3060 0548**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Lisnini, S.E., M.Si.
NIP 195904211989102001**

Pembimbing II,

**Elisa, S.E., M.Si.
NIP 196010141989032003**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.
NIP 197208182003121002**

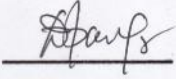
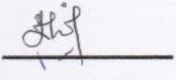
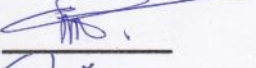
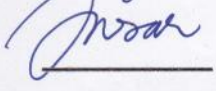
LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Vongki Fakuman
NIM : 061230600548
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Strategi *Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari : Senin
Tanggal : 29 Juli 2015

TIM PENGUJI

NO.	NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
1.	<u>Drs. Dibvantoro, M.M.</u> Ketua		_____
2.	<u>Elisa, S.E., M.Si.</u> Anggota		<u>6 Agustus 2015</u>
3.	<u>Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.</u> Anggota		_____
4.	<u>M. Nizar Al Rasvid, S.E.</u> Anggota		_____

No. Dok. : F-PBM-17

Tgl. Berlaku : 13 Desember 2010

No. Rev. : 00

	KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139 Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918 Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id	
SURAT PERNYATAAN		

Yang betanda tangan di bawah ini:

Nama : Vongki Fakuman
NIM : 061230600548
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Strategi *Positioning* Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek
Aqua (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri
Sriwijaya Palembang)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan laporan akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin laporan akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan laporan akhir beserta konsekuensinya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang,
Yang membuat pernyataan



Vongki Fakuman
NIM 061230600548

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh *Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang)”**.

Laporan ini merupakan hasil penulis melakukan penelitian pada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang dibidang Pemasaran yaitu *Positioning* dan keputusan Pembelian.

Dalam penulisan laporan ini penulis telah berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan dan memperoleh hasil terbaik. Penulis menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan dalam penyelesaian laporan ini, dengan adanya kekurangan tersebut penulis meminta masukan berupa kritik dan saran yang membangun untuk dapat menjadi acuan bagi penulis untuk melakukan hal yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Penulis juga berharap laporan yang dibuat ini dapat membantu menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Palembang, Juni 2015

Penulis

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu,
maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke Syurga.
(H.R Muslim)**

**Janganlah membanggakan dan meyombongkan diri apa-apa yang kita
peroleh, turut dan ikutilah ilmu padi makin berisi makin tunduk dan
makin bersyukur kepada yang menciptakan kita Allah SWT.**

Penulis Persembahkan Laporan ini Untuk:

- ❖ Kedua Orang tua tercinta dan tersayang**
- ❖ Saudara-saudaraku**
- ❖ Kedua Pembimbing Saya**
- ❖ Para Sahabat dan Teman-temanku 6 ND**
- ❖ Almamater Saya Politeknik Negeri Sriwijaya**

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis dengan kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, yaitu:

1. Bapak RD Kusumanto, S.T., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB. selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Lisnini, S.E., M.Si. dan Ibu Elisa, S.E, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan nasihatnya sehingga mampu membimbing penulis dengan baik selama menyelesaikan laporan akhir ini.
5. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan baik secara moril dan meteril serta doa dan nasihat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Akhir ini dengan baik.
6. Teman-teman kelas 6 ND yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, terima kasih atas dukungan, semangat, dan keceriaan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Dan semua pihak yang terlibat dalam membantu penulis menyelesaikan laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan, semoga semua bantuan yang diberikan secara moril dan material serta jerih payah yang telah diberikan dapat berguna dan memberi manfaat kepada penulis serta menjadi bantuan yang berkah dan akan mendapatkan pahala dan balasan dari Allah SWT.

Palembang, Juni 2015

Penulis

ABSTRACT

The purpose of this final report writing is to know how the positioning toward product purchase bottled drinking water Aqua brand on State Polytechnic Sriwijaya Palembang students. The independent variables consisted of attributes, benefits, users, competitors, product category, price and the dependent variable i.e. purchasing decisions. Method of determination of samples of this final report writing is proportionate random sampling using the formula Slovin. Data were collected by means of questionnaires given to 97 respondents who was a student in State Polytechnic Sriwijaya Palembang. The data are processed with Statistical Product and Service Solution (SPSS) 22 for Windows. Based on analysts who conducted the test, the result of F test or simultaneously showed that the variable positioning of influential and significant 25,302 of 0.000 against purchasing decisions. The result of the test t showed that the attributes have an influence on the purchasing decision of 42,4% with significant 0.006. The Benefits have an influence on purchasing decisions of -3.9% with significant 0,796. The user has an influence on purchasing decisions of 3.6% with significant 0,841. The competitor has an influence on purchasing decisions of 53.5% with significant 0.000. The Product categories have an influence on the buying decision of -35,0% with significant 0,102. The Price have an influence on the purchasing decision of 57,1% with significant 0.000. There are three indicators that influence purchase decisions significantly was attributes, competitors, and the price as shown by the significant level of < 0.005 . Positioning indicator the most dominant influence on purchase decisions is the price indikator research is with the influence of 57,1% and a significant level of 0.000. Therefore the author suggests PT Aqua Golden Mississippi Tbk should maintain and further improve the indicators of price, because the dimensions of the guarantee had considerable influence against the purchasing decision.

Keyword: Positioning, Purchase Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penulisan	4
1.4.2 Manfaat Penulisan	4
1.5 Metodologi Penelitian	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	5
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	5
1.5.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling.....	6
1.5.5 Analisa Data	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pemasaran	12
2.2 Strategi Pemasaran.....	12
2.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	12
2.2.2. Tiga Langkah Pokok Inti Pemasaran Strategis	12
2.3 <i>Positioning</i>	15
2.3.1. Pengertian <i>Positioning</i>	15
2.3.2. Strategi Penentuan Posisi	16
2.4 Perilaku Konsumen.....	17
2.4.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	18

2.4.2.	Keputusan Pembelian.....	18
2.4.3.	Tipe Pengambilan Keputusan	20
2.4.4.	Model Teori Perilaku Pembelian	20
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	28
3.1.	Sejarah Perusahaan	22
3.2.	Visi dan Misi Perusahaan	25
3.2.1.	Visi.....	25
3.2.2.	Misi	
3.3.	Nilai-Nilai Group Aqua	25
3.4.	Struktur Organisasi, Tugas, Wewenang, dan Tanggung Jawab perusahaan	26
3.4.1.	RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham)	28
3.4.2.	Dewan Komisaris.....	28
3.4.3.	Direksi.....	28
3.4.4.	Kepala Bagian Administrasi dan Keuangan	28
3.4.5.	Kepala Seksi Akuntansi	29
3.4.6.	Kepala Bagian Operasional.....	29
3.4.7.	Kepala Seksi Personalia dan Umum	30
3.4.8.	Kepala Seksi Pemasaran	30
3.4.9.	Kepala Bagian Produksi.....	31
3.4.10.	Supervisor	31
3.4.11.	Pemeliharaan (<i>Maintance</i>).....	32
3.5.	Aspek Kegiatan Perusahaan PT Aqua Golden Mississippi Tbk.....	32
3.6.	Profil Responden.....	34
BAB VI	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	39
4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	39
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
4.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	46
4.2.1	Variabel Atribut	48
4.2.2	Variabel Manfaat	49
4.2.3	Variabel Pemakai	51
4.2.4	Variabel Pesaing	52
4.2.5	Variabel Kategori Produk	54
4.2.6	Variabel Harga	55
4.2.7	Variabel Keputusan Pembelian.....	57
4.3	Analisis Data.....	59
4.3.1	Koefisien Determinasi	59
4.3.2	Uji Secara Simultan (UJI F).....	61
4.3.3	Uji Secara Parsial (UJI T).....	63
4.3.4	Analisis Regresi Liner Berganda	68

4.4	Variabel yang paling dominan yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang	71
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	18
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Aqua Golden Mississippi Tbk.	27

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Komposisi Sampel Penelitian	8
Tabel 1.2 Skala <i>Likert</i>	10
Tabel 3.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 3.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan.....	35
Tabel 3.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Kelas	36
Tabel 3.4 Rekapitulasi Jawaban Variabel <i>Positioning</i> (X)	36
Tabel 3.5 Rekapitulasi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	38
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut.....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat.....	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Pemakai	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pesaing.....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kategori Produk.....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Positioning</i> dan Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.9 Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian.....	47
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Atribut	48
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Manfaat	50
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Pemakai.....	51
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Pesaing.....	53
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Kategori Produk.....	54
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Harga.....	56
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Keputusan Pembelian ..	57
Tabel 4.17 Koefisien Deteminasi.....	59
Tabel 4.18 Interpretasi Koefisien Korelasi	60
Tabel 4.19 Hasil Uji-F (Uji Simultan)	61
Tabel 4.20 Hasil Uji-T (Uji PParsial)	63