

**PENGARUH BRAND POSITIONING DAN PROMOTION
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROVIDER BY.U DI
MALANG**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi



**Disusun oleh:
Rizky Nur Intan Pambudi**

Nomor pokok : K.2018.1.34670
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARA
MALANG
2022**

**PENGARUH BRAND POSITIONING DAN PROMOTION
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROVIDER BY.U DI
MALANG**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi



**Disusun oleh:
Rizky Nur Intan Pambudi
K.2018.1.34670**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARA
MALANG
2022**

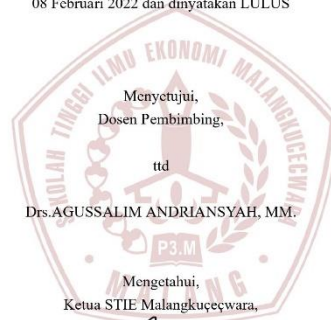
LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

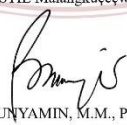
PENGARUH BRAND POSITIONING DAN PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROVIDER
BY.U DI MALANG

Oleh:
RIZKY NUR INTAN PAMBUDI
K.2018.1.34670

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:
08 Februari 2022 dan dinyatakan LULUS



Mengetahui,
Ketua STIE Malangkuççwara,



Drs.BUNYAMIN, M.M., Ph.D

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 26 Januari 2022
Mahasiswa
ttd
Rizky Nur Litan Pambudi
NPK: K.2018.1.34670

SURAT KETERANGAN RISET

Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
Malangkuçeçwara Malang menerangkan bahwa:

Nama	:	Rizky Nur Intan Pambudi
NPK	:	K.2018.1.34670
Program Studi	:	Manajemen
Alamat	:	
No HP	:	
E-mail	:	

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçeçwara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari : Customer Provider By.U di Kota Malang

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH BRAND POSITIONING DAN PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROVIDER BY.U DI MALANG”

Dosen pembimbing Drs.Agussalim andriansyah, MM.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 26 Januari 2022

Responden



(Sonia Beatrice Laurenza)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moral maupun

material. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti, terutama Bapak dan Ibu peneliti yang telah mensupport dan menyemangati peneliti.
2. Saudara-saudara peneliti, kakak dan adik peneliti yang selalu memberikan dukungan, semangat, berbagi pengalaman dan sebagainya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
3. Bapak dosen pembimbing, Bapak Drs. Agussalim andriansyah, MM. yang dengan sangat sabar, dan teliti memberikan pengarahan, kritik, saran, pembetulan, pengajaran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat untuk peneliti sehingga dapat menunjang penelitian ini.
4. Kepada Ibu Dra. Lindananty, MM, selaku ketua jurusan Manajemen, segenap dosen dan seluruh staff akademik yang selalu membantu dan memberikan fasilitas, ilmu dan pendidikan yang sangat baik kepada peneliti, sehingga peneliti sampai pada saat ini.
5. Dosen wali Ibu Muniroh, SE, Ak., MM., CA telah memberikan informasi, berbagi pengalaman, dan memberikan semangat dan dukungan

kepada peneliti sehingga peneliti dapat dengan sangat baik menyelesaikan skripsi ini.

6. Mas Mohammad Agus Susanto sebagai By.U Account Executive Malang yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi sehingga penelitian ini dapat diolah dengan baik selama pengerjaan skripsi ini.

6. Teman-teman TAP Telkomsel dan teman lainnya yang telah membantu peneliti dalam pengerjaan skripsi ini sehingga peneliti dapat mengolah data dengan baik selama pengerjaan skripsi ini.

7. Teman-teman kuliah peneliti diantaranya Firliany Ahlia, Andi Irawan, Ardhia Setya , Fitri Amalia, Yuli Irawati, Dian Cahya, Sonia Beatrice, Merlin Herdian, Sila Maya, Aditya Bernard, Hesty Fuji. Dan teman-teman seperbimbingan diantaranya Windy Angelina, Andre Anjasmara, Ronald Alexander dan masih banyak teman-teman kuliah yang sangat membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti.

9. Semua orang yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini terima kasih banyak Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat atas amalan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Malang, 26 Januari 2022

Penulis,



Rizky Nur Intan Pambudi

ABSTRAK

Provider By.u merupakan provider digital pertama di Indonesia dan meluncur pada akhir tahun 2019 sehingga generasi Z menjadi target pasarnya, karena By.U merupakan produk digital yang sangat mudah, praktis dan dikembangkan khusus untuk pada gen Z. Dengan layanan serba digital untuk memenuhi kebutuhan para gen Z By.U mendatangkan sebuah pengalaman end to end bagi pelanggan. Dengan kuota custom By.U memperkenalkan tagline “Semuanya Semaunya” sehingga gen Z menggambarkan dengan jelas tentang kebebasan yang telah diberikan secara sempurna kebutuhan dan yang diinginkan dapat dikontrol oleh pengguna.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Brand Positioning dan Promotion terhadap Keputusan Pembelian provider By.U di Kota Malang. Populasi penelitian ini adalah pelanggan pengguna provider By.U di Kota Malang, teknik sampling yang digunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel 103 orang. Metode penelitian asosiatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan brand positioning dan promotion berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Brand positioning dan promotion berpengaruh positif dan signifikan, Manajemen perusahaan sebaiknya meningkatkan brand positioning khususnya bagaimana caranya perusahaan dan produk dapat dikenal luas oleh masyarakat agar terjadinya keputusan pembelian.

***Kata kunci : Brand positioning, promotion, keputusan pembelian,
Provider By.U.***

ABSTRACT

Provider By.u is the first digital provider in Indonesia and launched at the end of 2019 so that Generation Z is the target market, because By.U is a digital product that is very easy, practical and developed specifically for Gen Z. With all-digital services to meet the needs By.U gen Z bring an end to end experience for customers. With a custom quota, By.U introduces the tagline "Everything is as much as possible" so that Gen Z clearly describes the freedom that has been given perfectly, the needs and wants can be controlled by the user.

The purpose of this study was to determine the effect of Brand Positioning and Promotion on the Purchase Decision of the By.U provider in Malang City. The population of this study is the customer using the By.U provider in Malang City, the sampling technique used is accidental sampling with a total sample of 103 people. Associative research method using multiple linear regression analysis method. The results showed that simultaneously brand positioning and promotion had a significant effect on purchasing decisions. Brand positioning and promotion have a positive and significant effect, company management should improve brand positioning, especially how the company and its products can be widely known by the public so that purchasing decisions can occur.

Keywords: Brand positioning, promotion, purchasing decisions, Provider By.U.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa , atas limpahan dan Hidayah-mu saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis dapat menyajikan tulisan yang berjudul Pengaruh Brand Positioning Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Provider By.U di Malang. Di dalam penulisan ini, disajikan pokok bahasan yang meliputi bab 1 pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat peneliti. Bab 2 tinjauan Pustaka yang berisikan teori , peneliti terdahulu, hubungan antar variable, kerangka konseptual dan pengembangan hipotesis. Bab 3 yang berisikan jenis penelitian ,populasi dan sampel, identifikasi variable penelitian, jenis data, Teknik pengumpulan data, metode analisis data dan analisis jalur. Bab 4 yang berisikan gambaran umum penelitian, deskripsi data responden, analisis data, pengujian model, hipotesis penelitian, dan pembahasan. Bab 5 yang berisikan kesimpulan, keterbatasan peneliti, dan saran. Sangat disadari bahwa kekurangan dan keterbatasan yang di miliki penulis, walaupun dengan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasa banyak kekurangan tepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 26 Januari 2022

Penulis,



Rizky Nur Intan Pambudi

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	3
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
SURAT KETERANGAN RISET	ii
LEMBAR RIWAYAT HIDUP	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 LATAR BELAKANG.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 RUMUSAN MASALAH	Error! Bookmark not defined.
1.3 TUJUAN MASALAH.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 MANFAAT.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 TINJAUAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
2.2 Tinjauan Penelitian terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Model Konseptual Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Variabel, Operasional Variabel, dan Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
3.3 Metode Pengumpulan.....	Error! Bookmark not defined.

3.4 Metode Analisis data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Diskripsi Peubah.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Pengujian Model dan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2. Kontribusi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.3. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

2.1	TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU	26
4.1	DESKRIPSI RESPONDEN USIA PELANGGAN	42
4.2	RESPONDEN JENIS KELAMIN	43
4.3	RESPONDEN TAHUN DAFTAR PROVIDER BY.U	44
4.4	DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN DALAM Brand Positioning (X1)	45
4.5	DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN DALAM PEUBAH PROMOTION (X2)	46
4.6	DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN DALAM PEUBAH KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	48
4.7	HASIL UJI VALIDITAS	50
4.8	HASIL UJI RELIABILITAS	52
4.9	NILAI HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS	54
4.10	HASIL PENGUJIAN REGRESI ANTARA PEUBAH BEBAS DAN PEUBAH TERIKAT	56
4.11	HASIL UJI F	58
4.12	HASIL UJI SIGNIFIKANSI T	59

DAFTAR GAMBAR

4.1	GRAFIK NORMAL P-PLOT	53
4.2	DIAGRAM HETEROSKEDASTISITAS	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	KUESIONER	68
Lampiran 2	DATA RESPONDEN KUESIONER	71
Lampiran 3	HASIL ANALISIS DATA	73