

**PENGARUH BRAND POSITIONING DAN BRAND EQUITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN APARTEMEN
GREEN PRAMUKA CITY DI JAKARTA PUSAT**

NOVIKA ANGGRAINI

8236167051



**Tesis ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

PERNYATAAN ORSINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tesis ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum dipublikasikan, kecuali secara lisan dan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta , Februari 2019
Yang membuat pernyataan

Novika Anggraini

8236167051

ABSTRAK

Secara garis besar tujuan penelitian ini adalah : 1) Menganalisis Brand positioning terhadap Keputusan pembelian ,2) menganalisis Brand Equity Terhadap keputusan Pembelian kepuasan pelanggan serta implikasinya bagi Apartemen green pramuka city, 3)menguji hipotesis pengaruh brand positioning terhadap kepuasan pelanggan, 4) menganalisis kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian , 5) menganalisis pengaruh Brand Equity terhadap kepuasan pelanggan. 6) menganalisis pengaruh Brand positioning terhadap kepuasan pelanggan apartemen yang dimediasi keputusan pembelian, 7) Pengaruh Brand equity terhadap kepuasan pelanggan apartemen yang dimediasi keputusan pembelian Apartemen green pramuka city jakarta. Unit analisis adalah Apartemen green pramuka city jakarta pusat. Unit observasi 230 responden yang merupakan pemilik apartemen. Rancangan penelitian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. Data dikumpulkan dianalisa dengan menggunakan software statistic AMOS versi 2.2 . setelah menganalisis data, penelitian ini menyimpulkan bahwa brand positioning dan brand equity berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dalam meningkatkan kepuasan pelanggan apartemen.Data tersebut juga mengungkapkan bahwa peranan brand positioning dan brand equity memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan bila dimediasi melalui keputusan pembelian.

Kata Kunci : Brand Positioning, Brand equity, Keputusan Pembelian dan Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Generally, the purpose of the research are : 1) to test the influence of brand positioning on purchase decision 2) to test the influence of brand equity on purchase decision 3) to test the influence customer satisfaction on Brand positioning 4) to test influence of Customer Satisfaction on Purchase decision in central Jakarta Apartment. 5) to test influence Brand equity on customer satisfaction. 6) to test the influence of brand positioning on customer satisfaction mediated purchasing decisions, 7) to test the influence of brand equity on customer satisfaction mediated purchasing decisions. The unit of analysis is the green pramuka city apartment in central Jakarta. Observation unit 230 respondents who are apartment owners. The research design method used in this study is a quantitative method using a questionnaire. Data collected was analyzed using AMOS statistical software version 2.2. after analyzing the data, this study concluded that brand positioning and brand equity had a significant and positive effect on purchasing decisions in increasing apartment customer satisfaction. The data also revealed that the role of brand positioning and brand equity has a high influence on customer satisfaction if mediated through purchasing decisions .

Keyword : Brand positioning , Brand equity, Customer satisfaction and Purchase Decision of Central Jakarta Apartment

KATA PENGANTAR

Dengan Memanjatkan Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat yang telah diberikan penulis dapat menyelesaikan kewajiban syarat dalam memenuhi dan melengkapi Program Studi Magister Manajemen di Fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam Penulisan Tesis ini , Penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung , moril maupun materiil yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan Tesis ini. Untuk itu, maka izinkanlah penulis untuk menghanturkan rasa terima kasih terhadap segala pihak-pihak yang membantu dan membimbing penulis selama penyusunan Thesis ini. Terima kasih ditunjukkan kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan,SE,MM selaku Dosen pembimbing 1 peneliti yang telah membimbing materi yang telah memberikan saran dan arahnya.
2. Dr. Saparuddin, SE,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan sabar, sehingga tesis ini dapat selesai dengan baik.
3. Bapak Usep suhud, Ph.D (penguji 1) dan Bapak Dr. Ari Warroka SE, M.Sc, MCEUE,MDEM,DEA, Ph.D (Penguji 2) selaku Dosen penguji tesis penelitian
4. Staf bagian akademik dan program studi Magister manajemen Universitas Negeri Jakarta terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya

5. Untuk kedua orang tuaku , serta kedua mertuaku, suamiku “Ayah Aris irawan”, adikku ririn, anak-anakku: Kenzie, Razqa kesayanganku , Sabrina .mereka adalah motivasi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Keluarga besar program studi magister manajemen Universitas Negeri Jakarta , khususnya angkatan 12 b executive yang telah berbagi pengalaman dan cerita dengan penulis selama kuliah di Magister Manajemen Universitas Negeri Jakarta , semoga keakraban dan tali silaturahmi tetap terjalin baik.
7. Para responden yang menjadi targer pengisian kuesioner dalam penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam tesis ini.

Akhir kata , penulis menyadari dalam penulisan tesis ini masih terdapat berbagai kekurangan dan jauh dari sempurna . oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Jakarta, Januari 2019

Penulis