

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Pengaruh Product Positioning terhadap Brand Image di Surabaya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *product positioning* terhadap *brand image* minuman Mountea di Surabaya dan manfaat yang dapat diambil diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna sebagai bahan evaluasi bagi PT.Sinar Niaga Sejahtera tentang pengaruh *product positioning* terhadap *brand image* minuman Mountea di Surabaya.

Skripsi ini menggunakan pendekatan *Product Positioning* menurut **Loudon and Bitta (1993:73-74)** "*Position on product features, position on benefit, position on usage, position on user, position against competitor*". Pendekatan yang digunakan dalam analisis *Product Positioning* minuman Mountea adalah *position on product features*, sedangkan pendekatan *position on benefit, position on user, position on usage* dan *position against competitor* tidak dibahas dalam penelitian ini karena keempat pendekatan tersebut memang kurang sesuai dengan karakteristik minuman Mountea. Untuk *Brand Image* pendekatan yang dipakai menurut **Keller (1998:103-109)** "*Favorability of brand associations, Strength of brand associations, dan Uniqueness of brand associations*".

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *convenience*. Skala pengukuran yang digunakan adalah *Semantic Differential Monopolar Adjective Scale*. Metode pengolahan data adalah uji validitas dan reliabilitas, regresi linier sederhana, dan pengujian hipotesis.

Hasil pengolahan data diperoleh persamaan  $\hat{BI} = 1.466 + 0.655.PP$ . Persamaan tersebut menunjukkan adanya pengaruh *product positioning* (PP) terhadap *brand image* (BI). Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien

regresi (b) sebesar 0.655. Nilai ini menunjukkan pengaruh yang positif atau searah antara *product positioning* terhadap *brand image*. Nilai tersebut juga memiliki pengertian apabila terjadi perubahan kenaikan atau penurunan persepsi konsumen terhadap *product positioning* minuman Mountea setiap satu satuan skor persepsi, maka skor persepsi *brand image* minuman Mountea di Surabaya akan mengalami perubahan yang searah sebesar 0.655 satuan.

