

ABSTRAK

Riyanto Bau, Nim 931411021. S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tahun 2015. Pengaruh Positioning, Ekuitas Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Handphone Merek Samsung". Pembimbing I Bapak Raflin Hinele, S.Pd., M.Si dan Pembimbing II Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris; (1) apakah Positioning berpengaruh terhadap keunggulan bersaing handphone merek Samsung. (2) apakah ekuitas merek berpengaruh terhadap keunggulan bersaing handphone merek Samsung. (3) apakah positioning dan ekuitas merek berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing handphone Samsung. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (1) Berdasarkan hasil analisis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,000$ dengan tingkat $P_{value} = 0,004$, dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ didapat $t_{tabel (95\% ; 68-2)}$ sebesar 1,668. Dari hasil tersebut maka kriteria pengujian yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $P_{value} < \alpha$ yang artinya diterima artinya Positioning berpengaruh positif secara parsial terhadap keunggulan bersaing handphone Samsung. (2) Berdasarkan hasil analisis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,587$ dengan tingkat $P_{value} = 0,001$, dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ didapat $t_{tabel (95\% ; 68-2)}$ sebesar 1,668. Dari hasil tersebut maka kriteria pengujian yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $P_{value} < \alpha$ yang artinya ekuitas merek berpengaruh terhadap keunggulan bersaing handphone Samsung. (3) Berdasarkan hasil analisis secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} = 30,753$ dengan tingkat $P_{value} = 0,000$, dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ didapat F_{tabel} sebesar 3,13 dari df dan dilihat di buku statistik. Dari hasil tersebut maka kriteria pengujian yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $P_{value} < \alpha$ yang artinya antara positioning dan ekuitas merek berpengaruh terhadap keunggulan bersaing handphone Samsung.

Kata Kunci : Positioning, Ekuitas Merek, Keunggulan bersaing