

**PENGARUH PENGGUNAAN *ENDORSER*
TERHADAP *POSITIONING BRAND* DIAN PELANGI
(Studi Pada *Brand* Dian Pelangi)**

SKRIPSI



Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Laila Dwiarsih

1310111026

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ

STIMIK ESQ

Jakarta

2017

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “**PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER TERHADAP POSITIONING BRAND DIAN PELANGI (Studi Pada Brand Dian Pelangi)**” sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko / sanksi yang dijatuhkan kepada Saya, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Jakarta, 21 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan



Laila Dwarsih

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ
STIMIK ESQ

PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul
**“PENGARUH PENGGUNAAN *ENDORSER* TERHADAP *POSITIONING*
BRAND DIAN PELANGI (Studi Pada *Brand* Dian Pelangi)”**

Disusun oleh:

Laila Dwiarsih 1310111026

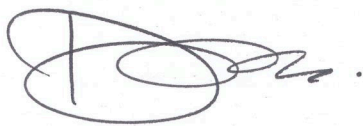
Telah disetujui dan diterima sebagai salah satu karya ilmiah pada Program Studi
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ STIMIK
ESQ

Jakarta, 21 Agustus 2017

Mengetahui

Kepala Program Studi

Dosen Pembimbing



Leli Deswindi S.T., M.T.



Lukmanul Hakim S. Sos., MA.

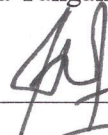
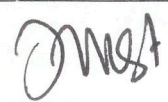


Pernyataan Hasil Sidang Tugas Akhir / Skripsi
Tanggal Ujian : 7 Agustus 2017

Kami yang bertanda-tangan dibawah ini, menyatakan bahwa mahasiswa

Nama : LAILA DWIARSIH
NIM : 1310111026
Fakultas : -
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN *ENDORSER* TERHADAP
POSITIONING BRAND DIAN PELANGI (Studi Pada
Brand Dian Pelangi)

Telah dinyatakan **LULUS** Sidang Pendadaran.

	Nama	Tanda Tangan
Ketua Panitia Penguji	DR Ir. Maya Syafriana Effendi, M.M.	
Pembimbing Skripsi	Lukmanul Hakim S. Sos., MA.	
Anggota Panitia Ujian-I	Sujoko Winanto S.T., MBA.	
Anggota Panitia Ujian-II	Ibu Muji Astuti, S.E., M.M., SAS.	

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : LAILA DWIARSIH

NIM : 1310111026

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH PENGGUNAAN *ENDORSER* TERHADAP *POSITIONING*
BRAND DIAN PELANGI
(Studi pada *Brand* Dian Pelangi)”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ berhak menyimpan, mengalih media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 21, Agustus 2017
Yang menyatakan,



(Laila Dwiarsih)

ABSTRAK

Perkembangan bisnis *fashion muslim* kian pesat dan memberi dampak besar bagi perekonomian nasional. Dian Pelangi menerapkan strategi internal *endorser* yang menjadikan dirinya sebagai *brand endorser* dari *brand* Dian Pelangi guna memenangkan persaingan yang ketat,. Tujuan dari penelitian ini adalah membuktikan apakah terdapat pengaruh antara penggunaan Dian Pelangi sebagai *endorser* terhadap *positioning brand* Dian Pelangi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara elektronik. Teknik *purposive sampling* berdasarkan metode Krejcie digunakan dalam menentukan sampel penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini pun berjumlah 443 responden.

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana dan serangkaian uji yang dilakukan maka diperoleh temuan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan atas variabel *endorser* terhadap *positioning*. Dian Pelangi sebagai *endorser* memberikan kontribusi sebesar 62,4% dalam mempengaruhi *positioning brand* Dian Pelangi. Faktor lain selain penggunaan Dian Pelangi sebagai *endorser* menyumbang sebanyak 37,6% yang mempengaruhi *positioning brand* Dian Pelangi.

Dian Pelangi selaku *internal endorser* dari *brandnya* pun dinilai mampu dalam menyampaikan pesan atas posisi yang positif dalam benak khalayak. Penggunaan strategi internal *endorser* yang dilakukan *brand* Dian Pelangi pun dinilai efektif dalam menanamkan posisi yang positif dalam benak khalayak. Penggunaan *internal endorser* dalam membangun *positioning brand* pun dapat menjadi pilihan strategi dalam industri fesyen muslim.

Kata Kunci: *Endorser, brand endorser, positioning.*

ABSTRACT

The development of Muslim fashion business increas rapidly and give a big impact for the national economy, to win the fierce competition, Dian Pelangi embraced the internal strategy of endorser which made herself as brand endorser of Dian Pelangi brand. The purpose of this study is to analyze whether there is influence between the use of Dian Pelangi as an endorser of brand positioning Dian Pelangi.

This study uses a quantitative approach by spreading the questionnaire electronically. The purposive sampling technique based on the Krejcie method is used in determining the sample of this study. The sample in this study also amounted to 443 respondents.

Based on the results of simple regression analysis and a series of tests conducted then obtained the finding that there is a significant influence on the variable endorser on positioning. Dian Pelangi as endorser contributed 62,4% in influencing positiong brand Dian Pelangi. Another factor besides the use of Dian Pelangi as endorser accounted for as much as 37.6% affecting the brand positioning Dian Pelangi.

Dian Pelangi as the internal endorser of the brand was considered capable in conveying the message of a positive position in the minds of the audience. The use of internal endorser strategy done by brand Dian Pelangi was considered effective in instilling positive position in the minds of the audience. The use of internal endorsers in building brand positioning can also be an option strategy in the Muslim fashion industry.

Key Words: Endorser, brand endorser, positioning.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Endorser* terhadap *Positioning* dalam Muslim *Fashion Industry* (Studi pada *brand* Dian Pelangi)” yang merupakan salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana starata satu Manajemen, Prodi Bisnis Manajemen, STIMIK ESQ. Sholawat dan salam pun tercurah untuk Rasulullah Muhammad SAW. Rangkaian penelitian skripsi merupakan aktivitas yang tidak mudah bagi penulis apabila tidak dimotivasi oleh bantuan dan dukungan berbagai pihak termasuk dalam tahap penulisan skripsi ini, untuk itu penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Papa, Mama, Mbak Eka, dan Eni atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang selalu diberikan kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
2. Bapak DR H.C. Ary Ginanjar Agustian dan alm. Prof. Ir. H. Surna Tjahja Djajadiningrat, M.Sc., Ph.D. selaku pendiri ESQ Business School.
3. Bapak Lukmanul Hakim S. Sos., MA. selaku dosen pembimbing serta mentor bisnis penulis, terimakasih atas segala ilmu, inspirasi, dan motivasi yang diberikan selama proses perkuliahan hingga selesainya skripsi.
4. Ibu Leli Deswindi S.E., M.T. selaku dosen yang selalu memberikan motivasi dan inspirasi dalam penulisan skripsi ini serta mentor bisnis penulis.

5. Ibu Dwitya Agustina S.T., MBA. selaku dosen wali dan mentor bisnis penulis yang selalu berusaha untuk meluangkan waktunya untuk berbagai ilmu dan pengalaman yang tak ternilai kepada penulis.
6. DR Ir. Maya Syafriana Effendi, M.M. selaku dosen statistika yang sangat berjasa dalam memberikan ilmu dan motivasinya sejak di kelas hingga skripsi ini selesai.
7. Bapak Sujoko Winanto S.T., MBA. selaku dosen yang telah memberikan ilmu yang mendukung selesainya penelitian ini.
8. Bunda Venny selaku dosen karakter yang senantiasa selalu memberikan semangat dan motivasi yang tak ternilai kepada penulis sejak awal perkuliahan.
9. Teh Rosie Rahmadi selaku mentor bisnis penulis yang selalu menginspirasi dan membagikan ilmu-ilmunya dalam bisnis juga penulisan skripsi ini.
10. Bunda Desniarti selaku mentor bisnis penulis yang sangat menginspirasi juga selalu bersedia berbagi ilmu dan pengalamannya yang tak ternilai kepada penulis.
11. Ibu Muji Astuti, S.E., M.M., SAS. selaku dosen keuangan dan mentor bisnis penulis yang sangat menginspirasi.

12. Bapak Aidil Akbar Madjid, MBA, CFE, CFP, RIFA, RFC selaku dosen dan mentor bisnis penulis yang sangat menginspirasi dan memotivasi penulis.
13. Seluruh dosen, karyawan, dan mahasiswa ESQ Business School yang selalu bersedia membantu penulis dalam proses penelitian hingga selesainya skripsi.
14. Keluarga besar *Youth Islamic Study Club* Al-Azhar khususnya kelas Bashirah yang sangat membantu penulis dalam penyebaran kuesioner serta selalu memberi semangat dan doa kepada penulis.
15. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian penulis.

Akhir kata, penulis sangat berharap Allah SWT memberikan rahmat dan berkah-Nya kepada seluruh pihak yang telah membantu. Penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pengguna yang membutuhkan pengetahuan dalam kajian yang sama.

Jakarta, 10 Juli 2017

Penulis

Lima Nilai STIMIK ESQ

1. *Integrity*
2. *Passion*
3. *Creativity*
4. *Profesionalism*
5. *Humality*

DAFTAR ISI

Pernyataan Originalitas.....	i
Persetujuan Skripsi.....	ii
Pernyataan Hasil Sidang.....	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA.....	vii
Lima Nilai STIMIK ESQ.....	x
Daftar ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Diagram Ishikawa.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Identifikasi Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Batasan Masalah.....	7
BAB 2 TELAAH KEPUSTAKAAN.....	8
2.1 <i>Brand</i>	8
2.2 <i>Branding</i>	12
2.3 <i>Brand Image</i>	14
2.4 <i>Brand Endorser</i>	16
2.5 <i>Positioning</i>	27

2.6	Perbedaan <i>Brand Image</i> dengan <i>Positioning</i>	33
2.7	Hubungan Antara <i>Endorser</i> dengan <i>Positioning</i>	35
2.8	Penelitian Terdahulu	36
2.9	Teori Pengolahan Data.....	37
2.9.1	Analisis Deskriptif Statistik	37
2.9.2	Uji Kualitas Instrumen	38
2.9.3	Uji Normalitas Data	41
2.9.4	Koefisien korelasi sederhana	42
2.9.5	Koefisien Regresi Sederhana	43
2.9.6	Uji Hipotesis	45
BAB 3	METODE PENELITIAN	46
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
3.1.1	Dian Pelangi	46
3.1.2	Dian Pelangi Boutique	47
3.2	Metode Penelitian	47
3.2.1	Pendekatan Penelitian	47
3.2.2	Tipe dan Jenis Penelitian	48
3.2.3	Sifat Penelitian.....	49
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.2.5	Populasi dan Sampel	51
3.2.6	Operasional Variabel.....	53
3.2.7	Model Analisis.....	57
3.2.8	Hipotesis Penelitian.....	57
3.2.9	Rancangan Analisis.....	58
3.3	Diagram Alur Metodologi Penelitian.....	59
3.4	Sistematika Penulisan	60
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN BAHASAN TEMUAN	62
4.1	Deskriptif Hasil Penelitian	62
4.1.1	Uji Kualitas Instrumen	62
4.1.1.1	Uji Validitas.....	63
4.1.1.2	Uji Realibilitas.....	64
4.2	Data Tabel Tunggal	65

4.2.1	Karakteristik Responden	65
4.2.2	Penggunaan Dian Pelangi sebagai <i>Endorser</i>	71
4.2.3	<i>Positioning</i> Dian Pelangi	85
4.3	Ringkasan Hasil Tanggapan Responden	98
4.3.1	Tanggapan Responden atas Penggunaan Dian Pelangi sebagai <i>Endorser</i>	98
4.3.2	Tanggapan Responden atas <i>Positioning brand</i> Dian Pelangi	99
4.4	Uji Deskriptif Statistik	100
4.5	Uji Normalitas Data	101
4.5.1	Uji <i>Skewnewss</i>	101
4.5.2	Uji Grafik	102
4.6	Uji Koefisien Korelasi Sederhana	104
4.7	Uji Koefisien Regresi Sederhana	104
4.8	Uji Hipotesis	105
4.8.1	Uji Signifikansi Korelasi Sederhana	105
4.8.2	Uji Signifikansi Regresi Sederhana	106
4.8.3	Uji Koefisien Determinasi	107
4.9	Pembahasan Hipotesis Penelitian	108
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Saran	113
5.2.1	Saran Akademis	113
5.2.2	Saran Praktis	113
	DAFTAR PUSTAKA	114
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	120
	LAMPIRAN	122
	Kuesioner	122
	Tabulasi Data	128
	Tabel Krejcie	173
	Tabel r	174
	Tabel t	177

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 2.2	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	44
Tabel 3.1	Operasional Variabel X.....	56
Tabel 3.2	Operasional Variabel Y.....	57
Tabel 4.1	Validitas Variabel X.....	64
Tabel 4.2	Validitas Variabel Y.....	64
Tabel 4.3	Hasil Reliabilitas Variabel X.....	64
Tabel 4.4	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel X.....	65
Tabel 4.5	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Y.....	65
Tabel 4.6	Akun Sosial Media.....	66
Tabel 4.7	Responden Mengetahui Dian Pelangi.....	66
Tabel 4.8	Melihat <i>Posting</i>	67
Tabel 4.9	Mengetahui Produk Dian Pelangi.....	68
Tabel 4.10	Usia.....	68
Tabel 4.11	Jenis Pekerjaan.....	69
Tabel 4.12	Pendapatan Per Bulan.....	70
Tabel 4.13	Domisili.....	71
Tabel 4.14	Pertanyaan Variabel X1.1.....	72
Tabel 4.15	Pertanyaan Variabel X1.2.....	73
Tabel 4.16	Pertanyaan Variabel X1.3.....	74
Tabel 4.17	Pertanyaan Variabel X1.4.....	75
Tabel 4.18	Pertanyaan Variabel X1.5.....	76
Tabel 4.19	Pertanyaan Variabel X1.6.....	77

Tabel 4.20	Pertanyaan Variabel X1.7.....	78
Tabel 4.21	Pertanyaan Variabel X1.8.....	79
Tabel 4.22	Pertanyaan Variabel X1.9.....	80
Tabel 4.23	Pertanyaan Variabel X1.10.....	81
Tabel 4.24	Pertanyaan Variabel X1.11.....	82
Tabel 4.25	Pertanyaan Variabel X1.12.....	83
Tabel 4.26	Pertanyaan Variabel X1.13.....	84
Tabel 4.27	Pertanyaan Variabel X1.14.....	85
Tabel 4.29	Pertanyaan Variabel Y1.1.....	86
Tabel 4.30	Pertanyaan Variabel Y1.2.....	87
Tabel 4.31	Pertanyaan Variabel Y1.3.....	88
Tabel 4.32	Pertanyaan Variabel Y1.4.....	90
Tabel 4.33	Pertanyaan Variabel Y1.5.....	91
Tabel 4.34	Pertanyaan Variabel Y1.6.....	92
Tabel 4.35	Pertanyaan Variabel Y1.7.....	92
Tabel 4.36	Pertanyaan Variabel Y1.8.....	92
Tabel 4.37	Pertanyaan Variabel Y1.9.....	93
Tabel 4.38	Pertanyaan Variabel Y1.10.....	94
Tabel 4.39	Pertanyaan Variabel Y1.11.....	96
Tabel 4.40	Pertanyaan Variabel Y1.12.....	97
Tabel 4.41	Pertanyaan Variabel Y1.13.....	98
Tabel 4.42	Pertanyaan Variabel Y1.14.....	99
Tabel 4.43	Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X.....	100
Tabel 4.44	Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y.....	101

Tabel 4.45	Deskriptif Statistik.....	101
Tabel 4.46	Koefisien Korelasi Variabel X terhadap Variabel Y.....	104
Tabel 4.47	Koefisien Regresi.....	104
Tabel 4.48	Uji Signifikansi Korelasi Sederhana.....	105
Tabel 4.49	Uji Signifikansi Regresi Sederhana.....	106
Tabel 4.50	Uji Koefisien Determinasi.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Ishikawa.....	4
Gambar 3.1	Model Analisis.....	57
Gambar 3.2	Diagram Alur Penelitian.....	59
Gambar 4.1	Grafik <i>Histogram</i>	103
Gambar 4.2	Grafik <i>Plot</i>	104