

ABSTRACT

Isotonic drinks is classified as a new product in the line of bottled drinks. PT. Amrita Indah Otsuka (AIO), is the first company to manage isotonic drinks. In this study, researchers tested the influence of brand image in consumer attitudes purchasing decisions of a product. This research was conducted at Maranatha Christian University Bandung by using the 100 respondents who consume isotonic drink Pocari Sweat. While profile of respondents who used the gender, age, monthly expenditure and ever or never consume isotonic drink Pocari Sweat. The method of data analysis used was multiple regression with the aid of SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 12.0. Based on calculations that there is influence between the brand image, the purchasing decision for 13.7%.

Key words: Brand Image Products, the purchase decision, Brand Image Influence on Purchase Decisions.

ABSTRAK

Minuman isotonik merupakan produk yang tergolong baru di jajaran minuman dalam kemasan. Perusahaan PT. Amerta Indah Otsuka (AIO), adalah perusahaan yang pertama kali mengelola minuman isotonik. Dalam penelitian ini, peneliti menguji pengaruh *brand image* terhadap sikap konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Penelitian ini dilakukan di Universitas Kristen Maranatha Bandung dengan menggunakan 100 responden yang mengonsumsi minuman isotonik Pocari Sweat. Sedangkan profile responden yang digunakan adalah jenis kelamin, usia, pengeluaran perbulan dan pernah atau tidak pernah mengonsumsi minuman isotonik Pocari Sweat. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 12.0. Berdasarkan hasil perhitungan menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *brand image* , terhadap *keputusan pembelian* sebesar 13.7%.

Kata-kata kunci: *Brand Image* Produk, Keputusan pembelian, Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

KATA PENGANTAR..... i

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR GAMBAR..... viii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Rumusan Masalah 6

1.3. Tujuan penelitian..... 6

1.4. Manfaat Penelitian 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Merek 8

2.1.1. Level Merek 9

2.1.2. Persyaratan Merek..... 10

2.1.3. Manfaat Merek 11

2.2. Citra Merek..... 15

2.2.1. Tolok Ukur Citra Merek 18

2.3 Perilaku Konsumen 21

2.3.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.... 21

2.3.2. Aspek-aspek Keputusan Pembelian 25

2.3.3. Peran Konsumen dalam Membeli 26

2.3.4. Jenis-jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian 27

2.3.5. Proses Keputusan Membeli..... 29

2.4 Kerangka Pemikiran 35

2.5 Hipotesis Penelitian 36

BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1. Objek Penelitian	39
	3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	40
	3.2. Jenis Penelitian	42
	3.3 Definisi Operasional Variabel	42
	3.4 Populasi dan Sampel.....	48
	3.4.1. Kriteria Pemilihan Sampel	48
	3.4.2. Metode Pengambilan Sampel.....	49
	3.4.3. Jumlah Sampel	49
	3.5. Teknik Pengumpulan Data	50
	3.6. Uji Validitas.....	51
	3.7 Uji Reliabilitas	53
	3.8 Metode Analisis	54
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Profil Responden	64
	4.2. Uji Validitas.....	67
	4.3. Uji Reliabilitas	70
	4.4. Pembahasan	72
	4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> POCARI SWEAT Berdasarkan Produk Atributs, Consumer benefit , Brand personality, <i>User imagery</i> , Brand Custumer dan Keputusan pembelian.....	72
	4.4.2. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian minuman isotonik “Pocari Sweat”	94
	4.4.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produk Minuman Isotonik Pocari Sweat	100
	4.4.3.1. Uji Hipotesis dengan Regresi Berganda.....	100
	4.4.3.2. Koefisien Determinasi.....	104
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1. Kesimpulan.....	106
	5.2. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Tahapan Antara Evaluasi dan Keputusan Pembeli	32
2.2.	Proses Keputusan Pembelian	34
2.3.	Bagan Kerangka Pemikiran	35

DAFTAR TABEL

1.1.	Data Minuman Isotonik.....	4
3.1	Operasional Variabel.....	44
3.5	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi.....	57
4.1.	Data Jenis Kelamin Responden.....	64
4.2.	Data Responden Berdasarkan Status.....	65
4.3.	Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	66
4.4.	Data Responden Berdasarkan Pernah atau Tidak Pernah mengkonsumsi Pocari Sweat.....	67
4.5.	Uji Validitas	68
4.6.	Uji Reliabilitas	71
4.7.	Tanggapan Responden 1	72
4.8.	Tanggapan Responden 2	73
4.9.	Tanggapan Responden 3	74
4.10.	Tanggapan Responden 4	75
4.11.	Tanggapan Responden 5	76
4.12.	Tanggapan Responden 6	78
4.13.	Tanggapan Responden 7	79
4.14.	Tanggapan Responden 8	80
4.15.	Tanggapan Responden 9	82
4.16.	Tanggapan Responden 10	83
4.17.	Tanggapan Responden 11	84

4.18.	Tanggapan Responden 12	85
4.19.	Tanggapan Responden 13	86
4.20.	Tanggapan Responden 1.4	87
4.21.	Tanggapan Responden 15	88
4.22.	Tanggapan Responden 16	90
4.23.	Tanggapan Responden 1 7	91
4.24.	Tanggapan Responden 18	92
4.25.	Tanggapan Responden 19	93
4.26.	Tanggapan Responden 20	95
4.27.	Tanggapan Responden 21	96
4.28.	Tanggapan Responden 22	97
4.29.	Tanggapan Responden 23	98
4.30.	Tanggapan Responden 24	99
4.31.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	101
4.32.	Anova (b)	103
4.33.	Model Summary (b)	105

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	HASIL RESPONDEN
LAMPIRAN 3	HASIL UJI PERNYATAAN VARIABEL DAN MINAT BELI
LAMPIRAN 4	HASIL UJI ANALISIS REGRESI DAN DETERMININASI