



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Diajukan oleh :

NUR ALIYATUL NIKMAH
NIM. 2012-11-163

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT**
**(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Pengudi Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Tanggal , 2016

Mengetahui

Ketua ProgDi



NOOR AZIS, SE, MM.
NIDN. 06109107501

Pembimbing I



Dr. KERTATI SUMEKAR, SE, MM.
NIDN. 0616077304

Mengetahui

Dekan,



Pembimbing II



DR. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM.
NIDN. 0618066201



DIAN WISMAR'EIN, SE, MM.
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Allahlah kamu berharap”

(QS. Alam Nasyirah : 6-8)

“Barang siapa menghendaki kebahagian hidup dunia, maka wajiblah baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki kebahagian hidup akhirat, maka wajib pulalah baginya memiliki ilmu”.

(Al-Hadist)

Kupersembahkan kepada :

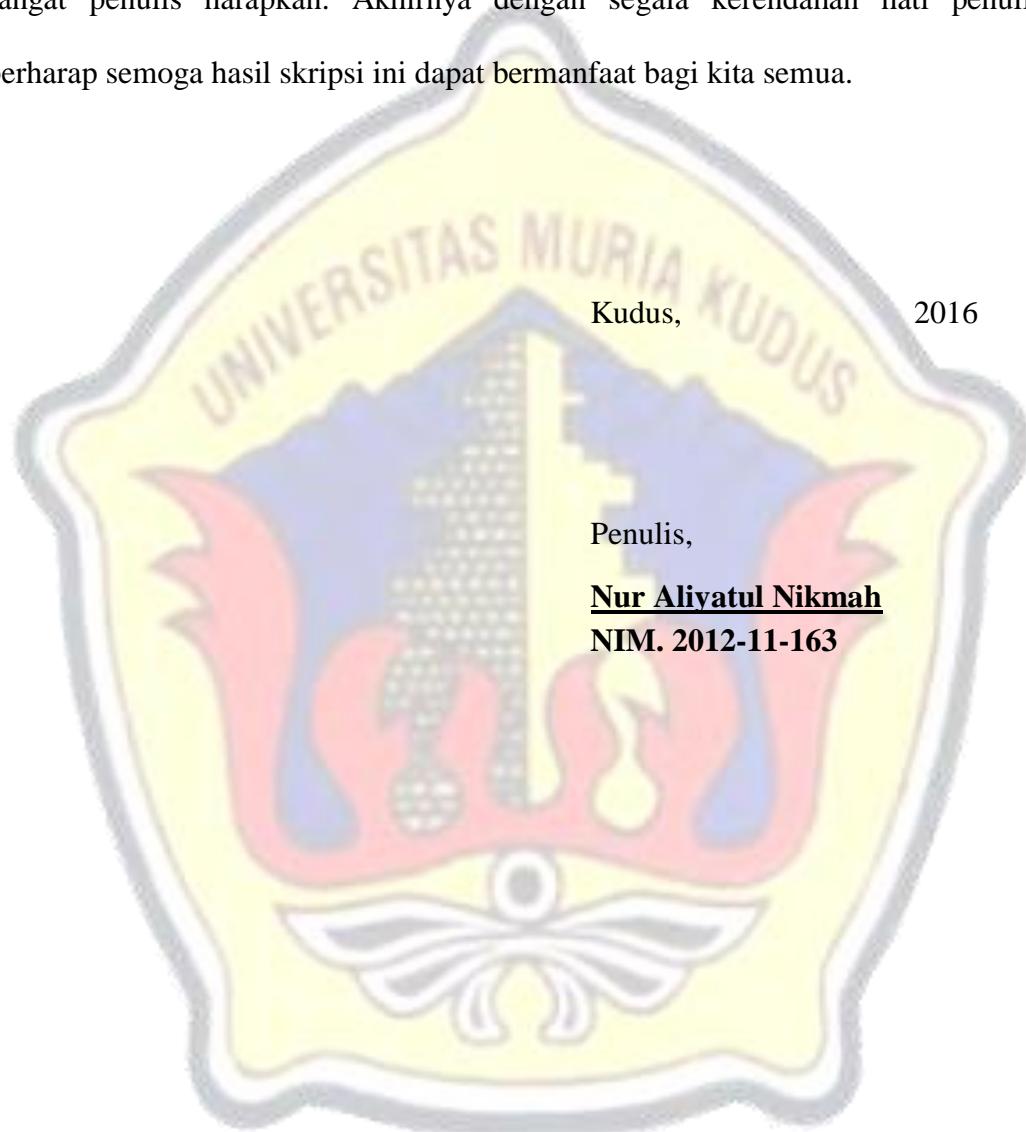
1. *Kedua orang tuaku tersayang.*
2. *Keluargaku tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan.*
3. *Sahabat-sahabatku semuanya.*
4. *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dian Wismar'ein, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi.
5. Keluargaku tercinta yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kepada teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis untuk melakukan penelitian.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAKSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

NUR ALIYATUL NIKMAH

NIM. 2012-11-163

**Dosen Pembimbing : 1. Dr. KERTATI SUMEKAR, SE, MM.
2. DIAN WISMAR'EIN, SE, MM.**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman Isotonik Pocari Sweat pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu citra merek, kualitas produk, dan promosi berperan sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian berperan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap konsumen minuman Isotonik Pocari Sweat pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi variabel citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Isotonik Pocari Sweat pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, perusahaan agar lebih meningkatkan kembali promosi-promosi melalui media cetak, mengadakan event-event tertentu dan memberikan hadiah atau souvenir pada pembelian minuman Isotonik Pocari Sweat.

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian

ABSTRACT

**EFFECT OF BRAND IMAGE QUALITY PRODUCTS AND PROMOTION
OF THE DECISION TO PURCHASE ISOTONIC DRINKS POCARI SWEAT
(STUDY IN THE STUDENTS ECONOMICS FACULTY OF
MURIA KUDUS UNIVERSITY)**

**NUR ALIYATUL NIKMAH
NIM. 2012-11-163**

**SUPERVISOR : 1. Dr. KERTATI SUMEKAR, SE, MM.
2. DIAN WISMAR'EIN, SE, MM.**

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
ECONOMICS FACULTY OF MANAGEMENT STUDIES PROGRAM**

This study aims to determine the effect of brand image, product quality, and promotion of purchasing decisions Isotonic drinks Pocari Sweat in the students economics faculty of Muria Kudus University. Where the proposed three independent variable dan one dependent variable are brand image, product quality, and promotion as the independent variable and purchasing decisions act as the dependent variable.

This research was conducted using a survey method towards the consumer of Isotonic drinks Pocari Sweat in the students economics faculty of Muria Kudus University and analyzed with regression. The first stage is testing the validity and reliability of the question for each variable. The second stage is regressing the variables of brand image, product quality, and promotion toward purchasing decisions.

The result showed the the variables of brand image, product quality, and promotion positively effect toward purchasing decisions on significant level. To improve purchasing decisions, companies increasingly need to back promotions through the print media, held a special event and give a gift or souvenir purchases Isotonic drinks Pocari Sweat.

Keywords: brand image, product quality, promotion and purchasing decisions

D A F T A R I S I

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Citra Merek.....	7
2.2. Kualitas Produk	8
2.3. Promosi.....	10
2.4. Keputusan Pembelian.....	12
2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.6. Hubungan Antar Variabel	26

2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	28
2.8. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Rancangan Penelitian	31
3.2. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	32
3.3. Jenis dan Sumber Data	35
3.4. Populasi dan Sampel.....	35
3.5. Metode Pengumpulan Data	39
3.6. Pengolahan Data.....	39
3.7. Uji Instrumen	41
3.8. Metode Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Gambaran Umum Produk.....	47
4.2. Pengujian Instrumen.....	49
4.3. Penyajian Data	52
4.4. Analisis Data	57
4.5. Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran-saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Hasil Top Brand Index Minuman Isotonik 2012-2016.....	2
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
3.1. Rekapitulasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2013-2015	38
3.2. Perhitungan Proporsional Sampel.....	38
4.1. Hasil Pengujian Validitas.....	50
4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	51
4.3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.4. Identitas Responden Berdasarkan Program Studi.....	53
4.5. Identitas Responden Berdasarkan Angkatan	54
4.6. Frekuensi Variabel Citra Merek.....	55
4.7. Frekuensi Variabel Kualitas Produk	55
4.8. Frekuensi Variabel Promosi.....	56
4.9. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	57
4.10. Hasil Analisis Regresi.....	58
4.11. Hasil Analisis Parsial (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$ uji satu sisi) ..	60
4.12. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$).....	64
4.13. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	29
---	----

