

**Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk  
Membeli Produk Minuman Pocari Sweat "(Studi Kasus Konsumen  
Pocari Sweat di Kota Palembang )**



**Skripsi Oleh :**

**Faizal**

**01061001064**

**Untuk memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS NEGERI SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA  
TAHUN 2010**

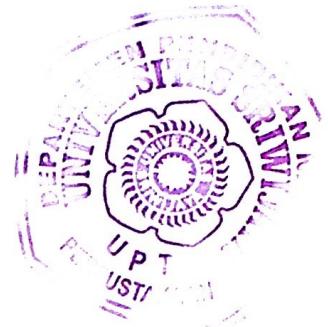
1  
658.834 207

Fai  
P

Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk

2010 Membeli Produk Minuman Pocari Sweat "(Studi Kasus Konsumen

Pocari Sweat di Kota Palembang )



Skripsi Oleh :

Faizal

01061001064

Untuk memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat

Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS NEGERI SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDERALAYA

TAHUN 2010

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**NAMA** : FAIZAL  
**NIM** : 01061001064  
**JURUSAN** : MANAJEMEN  
**MATA KULIAH** : MANAJEMEN PEMASARAN  
**JUDUL SKRIPSI** : PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK MINUMAN POCARI SWEAT (STUDI KASUS KONSUMEN POCARI SWEAT DI KOTA PALEMBANG).

**PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI**

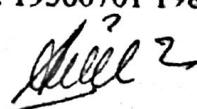
**TANGGAL PERSETUJUAN**

Tanggal 29 September 2010

**DOSEN PEMBIMBING**

  
Drs. Yuliansyah M. Diah, MM  
NIP. 19560701 198503 1 003

Ketua :

  
Aslamia Rosa, SE, M.Si  
NIP. 19720529 200604 2 001

Tanggal 29 September 2010

Anggota :

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA

**TANDA PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

NAMA : FAIZAL  
NIM : 01061001064  
JURUSAN : MANAJEMEN  
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK MINUMAN POCARI SWEAT (STUDI KASUS KONSUMEN POCARI SWEAT DI KOTA PALEMBANG).

Telah dilaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 20 Oktober 2010 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif  
Inderalaya, 20 Oktober 2010

Ketua, Anggota,

Anggota,

Drs. Yuliansyah M. Diah, MM Aslamia Rosa, SE, M.Si Drs.H Machmud Syahidin  
NIP. 195607011985031003 NIP. 197205292006042001 NIP.194604151974041001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Yuliansyah M. Diah, MM  
NIP. 195607011985031003

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto :**

“ Untuk mencapai kesuksesan, kita tidak hanya harus bertindak, tapi juga bermimpi, jangan hanya berencana, tapi juga percaya.  
” (Anatole France)

“ Jadi juara memang penting, tapi yang lebih penting lagi adalah bagaimana menjadi juara. “ (Jenson Button)

### **Kupersembahkan untuk :**

- Allah swt
- Kedua orang tua tercinta
- Saudara-saudariku tersayang
- Almamaterku

## KATA PENGANTAR



Assalammu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur saya panjatkan atas kehadirat Allah SWT, karena atas izin-Nya karya tulis ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

Skripsi ini berjudul “ Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk Minuman Pocari Sweat ( Studi Kasus Konsumen Pocari Sweat di Kota Palembang )“. Penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Gambaran Umum Perusahaan, Bab V Analisis dan Pembahasan dan Bab VI Kesimpulan dan Saran. Data utama yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada konsumen yang membeli minuman Pocari Sweat dan data sekunder yang diperoleh dari internet dan surat kabar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini, hanya *consumer image* dan *product image* yang berpengaruh secara signifikan dalam keputusan pembelian konsumen.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak sekali kekurangannya, oleh karena itu saya mengharapkan kritik, saran atau masukan demi meningkatkan kualitas penelitian selanjutnya. Dan saya juga berharap para pembaca dapat memperoleh manfaat dari penelitian ini.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Inderalaya, September 2010

FAIZAL

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji dan Syukur saya panjatkan kehadirat Allah Swt karena atas rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk Minuman Pocari Sweat ( Studi Kasus Konsumen Pocari Sweat di Kota Palembang ) ” sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik dukungan moril maupun material dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Prof. Dr.Hj. Badia Perizade, MBA, Rektor Universitas Sriwijaya
2. Dr. H. Syamsurijal AK, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Drs. Yuliansyah M. Diah MM, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini disela-sela waktunya yang sangat padat.
4. Aslamia Rosa SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Semua bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama saya mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Kedua orang tua tercinta Husni Romedan dan Elvi Zuraidah. Terima kasih tak terhingga buat kalian berdua yang telah membesarkan anakmu dengan penuh kesabaran, perhatian dan kasih sayang sampai seperti sekarang dan semoga hal ini dapat membahagiakan dan membanggakan kalian.
7. Saudara-saudariku yang selalu mendoakan dan banyak memberikan dorongan dan bantuannya selama ini (kak Pen, yuk Ui, yuk Isa ,kak Ari, yuk Dina dan kak Yoga) baik secara moril maupun materil yang sangat berarti.
8. Seluruh staf Tata Usaha serta pegawai yang telah banyak membantu selama saya mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, khususnya mba Ninil, kak Adi, dan kak Hendri.

9. Pak Andi, Supervisor PT Amerta Indah Otsuka yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan data-data yang diperlukan dalam pembuatan skripsi ini. Mokasih banyak y pak, sorry gedor rumahnya malem-malem hehe ...
10. Teman-teman Dugem'Z : Aby, Saleem, Adit, Fattur (Super Karas), Hadi (Karas Emperor), Dilla, Sai, Wak, Bowo (Gembos), Syahriel n Duo Karas Living Legend : Kak Mario n Kak Dyt yang telah menjadi teman semasa duduk di bangku kuliah baik dalam keadaan susah maupun senang, semoga kita sukses selalu.
11. Thx buat Khalid, Jupe, Hana n Lia yg sudah meluangkan waktunya untuk memberikan pendalaman program SPSS, thx a lot deh n semoga amal kebaikannya dibalas oleh Allah swt.
12. Teman-teman seperjuangan di IC '06 : Wanto, Acep, Mirja', Deni, Fitra Om Bandit, Ayu, Mayi, Marina, Honey, Tiurma, Meilin, Vera, Angling, Empeb, Tiara, Ela, Silvia, Dea, Selvi, Indah, Andri, Ima, Didi, Dwi, Alvin, Robby, Lukman, Ndez, Opeq, Angga. N juga senior IC '05 : kak Dayat, mba Rani, mba Indah, mba Savira, kak Wawan, kak Budi dll yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Teman-teman Mgt '06 : Anggi, Astrina, Opan, Ebit, Desi, Nopi, Katrin, Bastian, De'an, Alin, Dina, Heny, Febby, Puji, Eka Janiati, Yuyun, Jamilla, Suhe, Sari, Jefri, Frans, Ijal, Freddy, Eka Efriyeni, Elin, Yulis, Ade Huswandy, Muiz, Yezi, Adit Panda, Agung, Safran, Udin, Pahmi dll yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu semoga kita sukses selalu n special thx buat Ade Hidayat, Yudi, Riri, Cindy n Endah yg sudah bersedia derek mobil kami yang mogok pas hari ujian kompre, maaf sudah merepotkan n semoga amal kebaikannya dibalas oleh Allah swt.
14. Adik-adik Mgt'07 : Iqbal, Dimas, Reja', Ayu, Momon, Miftah, Dani, David, Rafiga, Rizki, Boy, Abi,Gatra, Trendy, dll serta adik-adik Mgt '08 : Rossi, Astriana, Herlina, Roy, Septy, Willy, Ryan, dll yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu.
15. Teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2003, 2004, 2005 serta teman dari Jurusan Akutansi (Redho', Gumul, Hilman, Febri, Aji, Indah Parmalia, Pepeb, Cheppy, Chacha, Ruth, Ciska, Winda) dan jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

16. Teman-Teman SDN 134 n SMPN 50 : Taufik, Koko, Dimas, Sabiq, Rosaj, Acha, Dzoel, Yudi, Ricky, Kiki nyenyes, Usni', Adit junkies, Iir, Anton, Amri. Thx atas doa dan dukungannya dan pengalaman hidup yang berarti or gawe-gawe ngelolo bareng kalian hahaha....
17. Teman-teman SMAN 18 (Dallaz) : Dito (tukang ngelawak), Rendy MP, Pani, Dimas, Micus (bokep), Mija', Indra, Sonny, Abdur, Sandy, Angga, Nipolin , Chandra Satang, Pratama, Reno, Rendy KS, Ira, Disya, Eka Yu, Fitri, Dini, Retno, Rejeki', Bama, Fiqha, Rendy Ramdon, Andika, Rahmat, Handi, Marea, Sulaiman, Wita', Bram, Ivan dll yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu.
18. Teman-teman Genseiki : Kiki, Anez (biang kerok), Adin (Peach!), Kanda (Boy), Erkan (rajo narsis), Rendy Juned, n Indra (hikokomori).
19. Dan terima kasih juga untuk band-band Dashboard Confessional, Switchfoot, The Used, The Script, The Maine, All Time Low n my favorite singer Taylor Swift yang sudah menemani saya selama proses pembuatan skripsi ini.

Semoga Allah swt membalas budi baiknya dan memberikan berkah bagi kita semua, Amin.

Penulis

FAIZAL

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAKSI .....	xv
ABSTRACT .....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1      Latar Belakang .....	1
1.2      Perumusan Masalah .....	7
1.3      Tujuan Penelitian .....	8
1.4      Manfaat Penelitian .....	8

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1      Landasan Teori .....	9
2.1.1.    Pengertian Merek .....	9
2.1.2.    Ekuitas Merek .....	9
2.1.3.    Kesadaran Merek .....	10
2.1.4.    Citra Merek .....	12
2.1.5.    Cara Membangun Merek .....	15
2.1.6.    Keputusan Strategi Merek .....	15
2.2      Keputusan Pembelian .....	16
2.2.1.    Proses Pengambilan Keputusan .....	16
2.2.2.    Jenis - Jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....	17
2.2.3.    Tipe Pengambilan Keputusan .....	17



2.2.4.	Pandangan Pengambilan Keputusan Pembelian .....	18
2.2.5.	Tahapan - Tahapan Dalam Pembelian .....	19
2.2.6.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	20
2.3	Kerangka Konseptual .....	24
2.4	Penelitian Terdahulu .....	25
2.5	Hipotesa .....	27

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Ruang Lingkup Penelitian .....	28
3.2	Rancangan Penelitian .....	28
3.3	Objek Penelitian .....	28
3.4	Populasi, Sampel, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .	29
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.5.1	Jenis Data .....	30
3.5.2	Metode Pengumpulan Data .....	30
3.6	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	31
3.6.1	Identifikasi Variabel .....	31
3.6.2	Batasan Operasional Variabel .....	31
3.6.3	Instrumen Penelitian .....	32
3.7	Teknik Analisis .....	33
3.7.1	Analisis Regresi Berganda .....	34

### BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1	Sejarah Perusahaan Otsuka Pharmaceutical Co,Ltd .....	35
4.1.1	Sejarah Perusahaan PT Amerta Indah Otsuka .....	36
4.2	Visi dan Misi Perusahaan PT Amerta Indah Otsuka .....	37
4.3	Struktur Organisasi Perusahaan .....	38
4.4	Produk PT Amerta Indah Otsuka .....	40
4.5	Strategi Perusahaan PT Amerta Indah Otsuka .....	41
4.5.1	Strategi Promosi .....	41
4.5.2	Strategi Distribusi .....	43
4.5.3	Strategi Pemasaran .....	43
4.6	Penghargaan Yang Diterima PT Amerta Indah Otsuka .....	44

## BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1	Akurasi Data .....	45
5.1.1	Uji Validitas .....	46
5.1.2	Uji Reliabilitas .....	48
5.1.3	Uji Normalitas .....	49
5.2	Gambaran Umum Responden .....	49
5.3	Analisis Frekuensi .....	51
5.3.1	Lama Mengenal Pocari Sweat Pilihan Responden .....	51
5.3.2	Sumber Informasi Mengenai Pocari Sweat .....	51
5.3.3	Lokasi Membeli Pocari Sweat Pilihan Responden .....	53
5.3.4	Alasan Responden Memilih Pocari Sweat .....	54
5.3.5	Peranan Pocari Sweat Pilihan Responden .....	55
5.3.6	Mempromosikan Pocari Sweat Kepada Orang Lain .....	56
5.3.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Produsen .....	57
5.3.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Konsumen .....	59
5.3.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Produk .....	61
5.3.10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Konsumen .....	63
5.4	Analisis Tabulasi Silang .....	65
5.4.1	Analisis Tabulasi Silang Jenis Kelamin Responden Terhadap Alasan Memilih .....	65
5.4.2	Analisis Tabulasi Silang Usia Responden Terhadap Promosi ....	65
5.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	66
5.6	Implikasi Kebijakan .....	72
5.6.1	Citra Produsen .....	73
5.6.2	Citra Konsumen .....	74
5.6.3	Citra Produk .....	74

## BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan .....	75
6.2	Saran-Saran .....	76

DAFTAR PUSTAKA .....	xvii
----------------------	------

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand</i> Minuman Isotonik.....	4
Tabel 1.2	<i>Top Brand Index</i> .....	5
Tabel 1.3	Total Penjualan Pocari Sweat 2007-2010 .....	6
Tabel 4.1	Produk PT Amerta Indah Otsuka .....	40
Tabel 4.2	Penghargaan Yang Diterima PT Amerta Indah Otsuka .....	44
Tabel 5.1.1	Hasil Uji Validitas Variabel Utama .....	47
Tabel 5.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 5.2.1	Gambaran Umum Responden .....	50
Tabel 5.3.1	Lama Mengenal Minuman Pocari Sweat.....	51
Tabel 5.3.2	Sumber Informasi Mengenai Pocari Sweat.....	52
Tabel 5.3.3	Lokasi Membeli Pocari Sweat Pilihan Responden .....	53
Tabel 5.3.4	Alasan Responden Memilih Pocari Sweat.....	54
Tabel 5.3.5	Peranan Pocari Sweat Pilihan Responden.....	55
Tabel 5.3.6	Mempromosikan Pocari Sweat Kepada Orang Lain.....	56
Tabel 5.3.7	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Produsen .....	57
Tabel 5.3.8	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Konsumen .....	59
Tabel 5.3.9	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Produk.....	61
Tabel 5.3.10	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Konsumen.....	64
Tabel 5.5.1	Korelasi .....	67
Tabel 5.5.2	<i>Model Summary</i> .....	68
Tabel 5.5.3	Statistik Deskriptif .....	68
Tabel 5.5.4	Uji Anova.....	69
Tabel 5.5.5	Koefisien .....	70

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek .....	11
Gambar 2.2 Model Perilaku Pembelian .....	23
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Amerta Indah Otsuka .....	38
Gambar 4.2 Produk-produk PT Amerta Indah Otsuka.....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Jadwal Konsultasi Pembimbing Skripsi I & II
- Lampiran 3 Data Kuesioner Penelitian SPSS
- Lampiran 4 *Output* SPSS

## **ABSTRAKSI**

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen minuman Pocari Sweat dan (2) untuk mengetahui variabel manakah dari citra merek yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen minuman Pocari Sweat.

Metode yang digunakan dalam riset ini adalah *purposive sampling*. Dari total seluruh populasi, diambil 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam riset ini adalah analisis kuantitaif dan analisis kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 30,8% citra merek mempengaruhi keputusan konsumen. Variabel citra merek yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel citra produk. Citra produk dan citra konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hanya citra perusahaan yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, PT Amerta Indah Otsuka sebagai produsen minuman Pocari Sweat harus meningkatkan citra produknya.

Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Konsumen



## **ABSTRACT**

The objectives of this research are (1) to analyze the effect of brand image toward consumers decision of Pocari Sweat and (2) to find the most effective variable of brand image toward consumers decision.

The method used is purposive sampling, therefore, from the total homogeny population, 100 respondents are taken as the sample. The analysis model used in this research is quantitative analysis and qualitative analysis.

Research finding has shown that 30,8% brand image effects toward consumers decision. The most effective variable of brand image toward consumers decision is product image. Consumer image and product image have effected significantly toward the consumers decision, and only product image does not have effected significantly toward the consumers decision. Because of that, PT Amerta Indah Otsuka as producer of Pocari Sweat has to make product image stronger than before.

**Keywords :** Brand Image, Consumers Decision.



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman pola pikir konsumen semakin lama semakin berubah. Hal ini diindikasikan dengan pola konsumsi konsumen yang bervariasi. Secara umum konsumen lebih memilih produk yang bersifat cepat dan praktis untuk mendukung aktivitas mereka sehari-hari. Salah satunya yaitu minuman berkarbonasi (*soft drink*). Selain karena cita rasanya yang menyegarkan, menemukannya juga tidak sulit karena tersedia di berbagai tempat . Iklan yang gencar di berbagai media masa ditambah dengan kemasannya yang mewah, memberi kesan minuman itu mempunyai gengsi dan kelas tertentu. Maka tak heran jika kini berbagai merek *soft drink* membanjiri pasaran.

Namun, dewasa ini konsumen sudah mulai menyadari bahwa mengkonsumsi *soft drink* dalam jangka panjang tidak baik untuk kesehatan. Hal tersebut terjadi setelah konsumen mengetahui zat-zat yang terkandung dalam soft drink tersebut dan dampaknya bagi tubuh. Baru-baru ini diadakan penelitian bidang kesehatan di Amerika Serikat bahwa mengkonsumsi *soft drink* dapat memicu timbulnya kanker pankreas. Tingginya kadar gula dalam minuman berkarbonasi memungkinkan terjadinya peningkatan produksi insulin dalam tubuh, peningkatan ini berkontribusi pada tumbuhnya sel kanker pada pankreas. Kanker pankreas adalah salah satu jenis kanker yang mematikan, sebanyak 37.680 warga Amerika Serikat didiagnosa terkena jenis kanker ini dan 34.290 jiwa diantaranya meninggal dunia. (<http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/sehat/2010/02/11/459>).

Kebanyakan *soft drink* mengandung gula dalam jumlah yang besar. Rekomendasi Badan Kesehatan AS mengenai kadar gula diet 200 kalori adalah sebanyak 10 sendok teh setiap harinya, namun kenyataannya hampir semua *soft drink* mengandung lebih dari kadar tersebut. Ketika mengkonsumsi *soft drink* yang mengandung gula, pankreas akan bekerja dan memproduksi insulin yaitu hormon yang akan membersihkan kandungan gula dalam darah hingga ke serat dan sel-sel tubuh kita sehingga lebih bermanfaat. Mengkonsumsi gula terlalu banyak dapat meningkatkan jumlah insulin. Tingginya insulin dalam darah yang diatas normal dapat memicu depresi pada sistem kekebalan tubuh, sehingga justru dapat melemahkan kemampuan tubuh kita dalam melawan penyakit. Hal lain yang harus dipertimbangkan adalah bahwa sebagian besar sisa-sisa gula akan berakhir dan disimpan sebagai lemak di dalam tubuh, dimana hal ini berakibat naiknya berat badan dan meningkatkan resiko terserang penyakit jantung dan kanker (<http://hanyaorangiseng.wordpress.com/2010/02/10/akibat-soft-drink-pada-tubuh/>).

Oleh karena itu konsumen mulai beralih mengkonsumsi minuman isotonik. Isotonik terdiri dari 2 kata, yaitu iso = sama dan tonik = tekanan yang berarti minuman yang memiliki tekanan yang sama dengan cairan dalam sel tubuh, dengan kandungan ( $\text{Na}^+$ ,  $\text{K}^+$ ,  $\text{Ca}^{2+}$ ,  $\text{Mg}^{2+}$ ,  $\text{Cl}^-$ ) yang terkandung dalam bentuk garam, gula untuk membantu mempercepat penyerapan elektrolit, dan sudah tentu kandungan yang terbanyak adalah air. Jadi minuman isotonik itu adalah air minum yang mengandung beberapa jenis ion dalam bentuk garam (<http://www.irwantoshut.com/isotonik.html>).

Cairan tubuh berperan penting dalam metabolisme, di antaranya mengangkut dan menyerap zat-zat gizi di dalam darah, membantu proses pencernaan dan menjaga suhu tubuh. Mengingat fungsinya, jangan heran bila tubuh manusia membutuhkan cairan setiap hari untuk mengganti cairan yang keluar melalui pernapasan, keringat, dan urine. Jika cairan yang keluar tidak segera digantikan, lama-kelamaan tubuh dapat mengalami dehidrasi. Gejala yang muncul antara lain badan lemas, mata berkunang-kunang hingga konsentrasi menurun. Aktivitas fisik yang terlambat berat juga bisa menyebabkan tubuh kehilangan banyak cairan yang ditandai dengan gejala mual, lelah, nyeri kepala, muntah, bahkan kejang otot. Minuman isotonik dipercaya bukan hanya mampu menggantikan cairan tubuh. Minuman ini juga konon dapat menyembuhkan demam berdarah dan tifus Padahal sebenarnya minuman ini hanya membantu mempercepat proses pemulihan penderita. Bila si pasien rajin mengonsumsi minuman isotonik, maka cairan tubuhnya yang hilang akan tergantikan secara efektif. Minuman ini juga baik dikonsumsi saat mengalami dehidrasi atau diare. Selain itu, minuman isotonik juga dinilai mujarab dalam proses penyembuhan sariawan (<http://blog.its.ac.id/fadliwdt/2007/08/20/menelisik-minuman-isotonik/>).

Salah satu minuman isotonik yang paling banyak dikonsumsi adalah Pocari Sweat. Pada awal masuknya ke Indonesia, Pocari Sweat mengalami masa sulit, kerugian selama lebih dari 10 tahun hingga pada tahun 2002, perusahaan dapat memperoleh keuntungan. Hal ini disebabkan pada saat awal penetrasi di Indonesia, persepsi masyarakat tidak jelas terhadap produk tersebut, dimana saat itu Pocari Sweat merupakan pelopor dari produk minuman isotonik Indonesia. Saat ini di pasar minuman isotonik di Indonesia tidak hanya Pocari Sweat, banyak

produk yang juga telah masuk dan bersaing di pasar ini, seperti Mizone, Powerade, Vitazone, Fatigon Hydro, dll. Sejak awal terbentuknya di Indonesia hingga kini, pasar minuman isotonik telah mengalami perubahan seiring dengan ketatnya persaingan yang ada.

Saat ini terdapat beberapa produk minuman isotonik. Berdasarkan data dari Balai Pengawasan Obat dan Makanan/ BPOM, terdapat 83 produk minuman isotonik yang terdaftar di BPOM dengan sekitar 31 merek. Kemudian dari merek-merek tersebut dapat dipersempit kembali menjadi lima besar merek-merek *top* di pasar minuman isotonik Indonesia.

**Tabel 1.1**  
***Top Brand Minuman Isotonik***

Merek	Produsen	Harga	Ukuran	Rasa	Kemasan
Pocari Sweat	PT. Amerta Indah Outsuksa	Rp 5.300,-	330 ml	Citrus	Botol
Mizone	Danone Aqua	Rp 2.500,-	500 ml	Orange Lime, Lecce Lemo & Passion fruit	Botol
Vita Zone	Mayora Indah	Rp 3.000,-	500 ml	Citrus dengan cool ice	Botol
Powerade	Coca cola Indonesia	Rp 3.200,-	330 ml	Jeruk Bali	Kaleng
Optima Sweat	PT. Nara Vini Eka Beverages	Rp 3.375,-	330 ml	Guava	Kaleng

Sumber: <http://www.scribd.com/doc/8966339/A-Quasi-At>

Berdasarkan tabel 1.1 , dapat dirumuskan minuman isotonik merupakan produk yang tergolong baru di dalam industri minuman kesehatan. Pocari Sweat sendiri merupakan pelopor dari minuman isotonik di Indonesia dan hingga kini masih sebagai pemimpin pasar. Akan tetapi meski begitu, penting bagi Pocari Sweat untuk tetap mengawasi pergerakkan para pesaing. Oleh karena dalam industri ini peluang masih terbuka lebar, permintaan terus tumbuh. Pada kenyataannya, sampai sejauh ini dari sisi produk, para pemain minuman isotonik

tidak menawarkan manfaat yang bervariasi, secara umum manfaat sebatas pengganti cairan tubuh yang hilang akibat aktivitas.

Pengukuran terhadap kekuatan merek atau *Top Brand Index* (TBI) berdasarkan hasil survei dari *Frontier Consulting Group*. Pengukuran ini menggunakan tiga parameter, yaitu *mind share*, *market share*, dan *commitment share*. *Mind share* mengindikasikan kekuatan merek di dalam benak konsumen kategori produk bersangkutan. *Market share* menunjukkan kekuatan merek di dalam pasar tertentu dalam hal perilaku pembelian aktual dari konsumen. *Commitment share* menjelaskan kekuatan merek dalam mendorong konsumen untuk membeli merek terkait di masa mendatang.

**Tabel 1.2**  
***Top Brand Index***

Merek	TBI
Pocari Sweat	53,40%
Mizone	38,70%
Vita Zone	4,80%
Powerade	0,60%
Optima Sweat	0,50%

Sumber: Produk Komplemen BPOM, <http://www.pom.go.id/>

Berdasarkan tabel 1.2, maka dapat dilihat bahwa saat ini di pasar minuman isotonic masih dipimpin oleh Pocari Sweat (53.4%) dengan pertumbuhan penjualan selama dalam tiga tahun terakhir (2006 hingga 2008) berhasil melampaui rata-rata industrinya yaitu sekitar 30 – 40 %. Dengan kondisi tersebut, Pocari Sweat saat ini berada di posisi *market leader* dengan *market share* sekitar 50%.

Saat ini terdapat beberapa produk minuman isotonic yang beredar di Indonesia, tapi Pocari Sweat yang memegang pangsa pasar minuman isotonic di

Indonesia. Palembang juga merupakan salah satu pasar potensial bagi Pocari Sweat. Menurut PT. Amerta Indah Otsuka selaku produsen dan pemasar minuman Pocari Sweat di Indonesia, Palembang termasuk dalam kota yang melakukan penjualan terbanyak untuk produk minuman Pocari Sweat.

**Tabel 1.3**

**Jumlah Total Penjualan Pocari Sweat Tahun 2007-2010**

Kota	2007	2008	2009	Jan-Mar 2010
Palembang	4.203.483	4.602.065	6.036.601	1.225.876
Lubuk Linggau	592.790	639.426	381.736	100.594
Baturaja	283.402	325.743	397.082	778.89
Muara Enim	396.714	473.115	657.689	101.593
Total	5.476.389	6.040.350	7.473.108	1.535.952

Sumber: Diolah dari data primer (2010)

Berdasarkan tabel 1.3, jumlah total penjualan minuman Pocari Sweat setiap tahunnya meningkat. Dari seluruh wilayah di Sumatera Selatan, Palembang menempati urutan pertama dalam penjualan minuman Pocari Sweat. Total penjualan tersebut terdiri dari kemasan kaleng, botol maupun *sachet*. Jumlah penjualan terbesar di Palembang pada tahun 2009 yaitu 6.036.601, dan pada tahun 2010 ini diperkirakan akan lebih meningkat pesat. Hal ini dapat dilihat dari data tahun 2010 yang hanya tersedia bulan Januari sampai dengan Maret. Walaupun hanya data tiga bulan namun penjualannya sudah mencapai angka 1.225.876. Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa minat konsumen terhadap minuman Pocari Sweat di Palembang cukup tinggi dan mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Atas dasar latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk Minuman Pocari Sweat ”( Studi Kasus Konsumen Pocari Sweat di Kota Palembang ).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan data dan pembahasan singkat di atas maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk minuman Pocari Sweat di Kota Palembang?
2. Variabel apa yang dominan diantara variabel *brand image* yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk minuman Pocari Sweat di Kota Palembang?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk minuman Pocari Sweat di Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk minuman Pocari Sweat di Kota Palembang.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Dengan penelitian, dapat memberikan masukan kepada perusahaan dalam membuat keputusan di bidang pemasaran agar perusahaan dapat meningkatkan penjualan.
2. Dengan penelitian ini, masyarakat dapat mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat menambah wawasan mereka di bidang pemasaran khususnya kekuatan merek.
3. Penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sampai sejauh mana teori-teori yang didapat selama masa perkuliahan dapat diterapkan dalam dunia nyata.
4. Penelitian ini dapat dijadikan referensi penelitian sejenis ataupun untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Dewinata, Amalia, 2003, *Pengaruh Brand Image Produk Minuman Ringan Bersoda Coca-Cola Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Coca-Cola Bottling Indonesia.*, Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama, Jurnal Manajemen Pemasaran, Bandung.

<http://dspace.widyatama.ac.id/handle/10364/882>

Bethari, et al, *Pengaruh Brand Image Ponsel Nokia Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya*, Jurnal Riset Pemasaran, Sumatera Selatan, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Inderalaya.

Kurniasih, Sari, *Pengaruh Brand Image Laptop Acer Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya*, Sumatera Selatan, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Inderalaya.

Maharani, 2009, *Analisis Pengaruh Promosi Shampo Sunsilk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)*, Sumatera Selatan, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Inderalaya.

Putri, Yulia Hamdani, 2008, *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Mie Sedap di Kota Palembang)*, Sumatera Selatan, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Inderalaya.

Yansah, Nedi, 2008, *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Nasabah Bank Muamalat Indonesia Palembang)*, Sumatera Selatan, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Inderalaya.



- Chandra, Gregorius, *Strategi Dan Program Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit : Andi, 2002.
- Knapp, Duane.E, *The Brand Mindset*, Edisi Bahasa Indonesia, Yogyakarta, Penerbit : Andi, 2002.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, , *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*, Edisi Kesembilan, Jakarta, PT. Indeks Gramedia, 2003.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran jilid 1*, Edisi Milenium, Jakarta, Pearson Education asia Pte dan PT Prenhallindo, 2002.
- Natalisa, Diah, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi Dalam Penelitian*, Palembang, Universitas Sriwijaya, Palembang.
- Puspowarsito, *Metode Penelitian Organisasi (Dengan Aplikasi Program SPSS)*, Bandung, Humaniora, 2008.
- Rangkuti, Freddy, *Riset Pemasaran*, Jakarta, PT.Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Setiadi, Nugroho J, *Prilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta, Kencana, 2003.
- Simamora, Bilson., *Aura Merek*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Simamora, Bilson, *Riset Konsumen (Falsafah, Teori dan Aplikasi)*, Jakarta , PT.Gramedia Pustaka, 2004.
- Simamora, Bilson, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Simamora, Bilson, *7 Langkah Membangun Merek Yang Kuat*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2003.

Swastha, Basu, *Manajemen Penjualan, Edisi Ketiga*, Yogyakarta :BPFE, 2001.

<http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/sehat/2010/02/11/459>, diakses tanggal 10 Juni 2010

<http://blog.its.ac.id/fadliwdt/2007/08/20/menelisik-minuman-isotonik/>, diakses tanggal 10 Juni 2010.

<http://hanyaorangiseng.wordpress.com/2010/02/10/akibat-soft-drink-pada-tubuh/>, diakses tanggal 11 Juni 2010.

<http://www.irwantoshut.com/isotonik.html>, diakses tanggal 11 Juni 2010.

<http://www.sumeks.co.id/pocari-sweat-edukasi-minuman-isotonik-&Itemid=74>, diakses tanggal 13 Juni 2010.

<http://www.otsuka-global.com/about/history/index.html>, diakses tanggal 15 Juli 2010.

<http://www.aio.co.id/index.php/companyhistory>, diakses tanggal 15 Juli 2010.

<http://www.kompas.com/pocari-sweat-penjualan-perbulan/2009/03/24>, diakses tanggal 15 September 2010.