

**PENGARUH CITRA MEREK, KETERLIBATAN PRODUK, DAN  
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT KONSUMEN  
MEMBELI MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian  
Program pendidikan Strata Satu  
Jurusan Manajemen**



Oleh :

**BINTANG PRADIPTA**

**2010210407**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2014**

**PENGARUH CITRA MEREK, KETERLIBATAN PRODUK, DAN  
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT KONSUMEN  
MEMBELI MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT  
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**BINTANG PRADIPTA**

2010210407

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 1-02-2014



**(BAGUS SUMINAR, S.E., S.Psi., MM.)**

# SKRIPSI

## PENGARUH CITRA MEREK, KETERLIBATAN PRODUK, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT KONSUMEN MEMBELI MINUMAN ISOTONIK POCARI SWEAT DI SURABAYA

Disusun oleh

**BINTANG PRADIPTA**

2010210407

Dipertahankan di depan tim penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal *14.02.2014*

Tim Penguji

**Ketua** : (Drs. Ec. Harry Widyantoro, M.Si)

**Sekretaris** : (Bagus Suminar, S.E.,S.Psi.,MM.)

**Anggota** : (Dr. Ronny S.Kom. M. Kom. M.H)



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bintang Pradipta  
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 4 Agustus 1992  
N.I.M. : 2010210407  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Merek, Keterlibatan Produk, Dan Pengetahuan  
Produk Terhadap Niat Konsumen Membeli Minuman Isotonik  
Pocari Sweat Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi SI Manajemen,

Tanggal : 2 - 09 - 2014



(Mellyza Silvy, S.E., M.Si.)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 2 - 09 - 2014



(Bagus Suminar, SE., S.Psi., MM.)

## MOTTO

*Harapan kosong itu lebih menyakitkan daripada kenyataan yang pahit sekalipun*

*Menyerah dan tak berusaha sama saja dengan menanti kegagalan*

*Janganlah terlalu larut dengan kesedihan masih ada hari esok dengan kebahagiaan*

*Setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah bila dikerjakan dengan senang.*

*Jangan pernah menunda pekerjaan yang nantinya menjadi kesuksesanmu*

*Sederhana bukan berarti tidak punya segalanya.*

## PERSEMBAHAN

Segala Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT, karena atas karunianya sehingga saya diberi kelancaran dalam pengerjaan skripsi dan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan ini saya mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan anugrah dan kekuatan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Kepada seluruh keluargaku yang tercinta papaku terima kasih telah mendoakan dan mendukung selama ini mengajari segala arti perjuangan. Untuk mama yang tersayang selalu mendampingi aku sampai rela menyuapi saya pada saat pengerjaan skripsi. Untuk kakak-kakaku yang gokil mas wahyu, mbak ulik, dan mbak tia terima kasih atas dukungannya selama ini untuk adekmu yang paling bungsu :'). Serta mas dany yang telah mendukung dan mendoakan saya selama ini , najwa, naila, dan khandia aku ikut senang lihat kalian dukung om mu ini makasih banget ya :\*.
3. Terima kasih pak bagus , selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan mendampingi saya memberikan berbagai pengetahuan.
4. Kepada Savantina Dwi Yana terima kasih telah mendukung masmu ini sudah ngasih semangat, ngingetin dan selalu ngasih perhatian. Semangat untuk kuliahnya adek ndang cepet lulus :D.
5. Buat keluarga kedua Entrepreneur Club STIE Perbanas Surabaya rika, luqman, faruq, ajeng, ayu, prita, lia, rosita, arini, martha, rani, baha, poppy, pricil, agil, vinda, joko, chandra, denny aka bento, andre, febi, zella, nanda, merry, dewi, ria, monica, revira,

Diana,ayu permata, dessy serta teman-teman angkatan 2012 yang tak bisa saya sebutkan satu-satu karena terlalu banyak anak eclubnya :D. Terima kasih atas seluruh canda tawa yang kalian berikan selama saya mengikuti ukm e-club kenangan kalian gak akan aku lupakan :) bakalan kangen kumpul kalian lagi tetap kompak ya.

6. Teman satu bimbingan saya hakim alhamdulillah sob perjuangan kita menuaikan hasil
7. Teman-teman pemasaran khususnya untuk team marketing festival, kalian memang kalau masalah bercanda nomer satu guyonanmu rek seng tak kangen :D hahahhah
8. Buat teman-teman yang tak bisa saya sebutkan nama semuanya terima kasih atas dukunganya dan doa bakalan kangen kumpul dikampus dengan kalian rek, jangan saling melupakan pertemanan kita tetap bisa kumpul suwon seng akeh :').

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T atas segala rahmat dan karunia-Nya dalam pembuatan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Keterlibatan Produk, dan Pengetahuan Produk terhadap Niat Konsumen Membeli Minuman Isotonik Pocari Sweat Di Surabaya. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada beberapa pihak :

1. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. selaku ketua STIE PERBANAS Surabaya
2. Ibu Mellyza Silvy, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Ibu Emma Julianti SE. MM., selaku Dosen Wali yang telah memberikan banyak dukungan, saran, doa, dan bimbingan yang sangat berarti terutama pada masa-masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran.
5. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
6. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.



7. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini dan semoga dapat bermanfaat.

Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, Februari 2014

Penyusun

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Penulisan Proposal.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Peneliti Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori .....	21
2.3 Kerangka Pemikiran .....	29
2.4 Hipotesis .....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian .....	31
3.2 Batasan Penelitian .....	31
3.3 Identifikasi Variabel .....	32
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	32
3.5 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.6 Penyusunan Instrumen Penelitian .....	37
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	38
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	39
3.9 Teknik Analisis Data .....	41
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	45
4.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	45
4.2 Analisis Data .....	47
4.3 Pengujian Hipotesis .....	59

4.4	Pembahasan .....	63
BAB V	PENUTUP.....	67
5.1	Kesimpulan .....	68
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	69
5.3	Saran .....	69

DAFTAR RUJUKAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index 2008 – 2012( Kategori Minuman Isotonik)	5
Tabel 1.2	Top Brand AwardMinuman Isotonik	6
Tabel 2.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian	19
Tabel 3.1	Kisi – Kisi Peryataan	37
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4	Interval Kelas Variabel	49
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	49
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keterlibatan Produk	50
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengetahuan Produk	51
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Membeli	52
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Pada Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Pada Variabel Keterlibatan Produk	54
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada Variabel Keterlibatan Produk	54
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Pada Variabel Pengetahuan Produk	55
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada Variabel Pengetahuan Produk	55
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Pada Variabel Niat Membeli	55
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada Variabel Niat Membeli	56
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian Dengan Sampel Kecil	57
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian Dengan Sampel Besar	57
Tabel 4.19	Hasil Perhitungan Persamaan Regresi	58
Tabel 4.20	Koefisien Determinasi Simultan	59
Tabel 4.21	Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)Anova <sup>b</sup>	60
Tabel 4.22	Hasil Uji T Dan Koefisien Determinasi Parsial	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1	Kerangka pemikiran	16
Gambar 2.2.2	Kerangka Pemikiran	17
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3.9.1	Daerah Penolakan Dan Penerimaan Ho Uji F	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kueisoner
- Lampiran 2 : Data Sampel Kecil
- Lampiran 3 : Data Sampel Besar
- Lampiran 4 : Tabulasi Data Sampel Kecil
- Lampiran 5 : Tabulasi Data Sampel Besar
- Lampiran 6 : Karakteristik
- Lampiran 7 : Deskriptif Tanggapan Responden
- Lampiran 8 : Uji Validitas & Uji Reliailitas Sampel Kecil
- Lampiran 9 : Uji Validitas & Uji Reliailitas Sampel Besar
- Lampiran 10 : Uji Linier Berganda
- Lampiran 11 : Jadwal Penulisan Skripsi

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT INVOLVEMENT, AND  
PRODUCT KNOWLEDGE OF PURCHASE CONSUMER INTENTION ISOTONIC  
DRINK POCARI SWEAT  
IN SURABAYA**

*Bintang Pradipta*

*Student of Faculty Economic, Marketing Management*

*STIE Perbanas Surabaya*

**ABSTRACT**

*Brand is also a description of the types of products or services offered by the company. Brand reputation is very important to the image of the product because the main attraction in the eyes of the consumer to use the product. Sometimes the power of the brand can be deteriorated due to the decline in customer satisfaction, the company should seek to raise the image of its products in order to achieve success. The involvement of the customer to a product is a form of motivation, liveliness, charm and owned by the customer response to a product, where the product is regarded as essential in meeting the needs of the customers needed a product knowledge base the success of a product, usually through the use of / involvement in a product purchase intention is the stage prior to the purchase decision in the purchase decision process.*

*The purpose of this research was to determine the effect of brand image, product involvement, and knowledge of the intention to buy the product. making judgment sampling technique with a total of 100 respondents. This research is done by multiple linear analysis using SPSS 18. The results of this study are significantly positive brand image influences purchase intention, product involvement significantly positive purchase intentions and product knowledge significantly positive purchase intent and brand image, product involvement, and knowledge products simultaneously positive significant purchase intention*

**Keywords :** *Brand Image, Product Involvement, Product Knowledge and Purchase Intention.*