

HALAMAN MOTTO

“Ketangguhan tidak hadir dari motivasi,
Tapi dari proses mencicipi rasa gagal tanpa kehilangan harapan”
(Arasti Ayuningtyas Utami)

“Perang telah usai, aku bisa pulang
Kubaringkan panah dan berteriak, MENANG!”
(Nadin Amizah)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orang tua, ibu dan bapak tercinta. Terima kasih selalu mendoakan dan berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, kedua orang tua penulis yang memang tidak berkesempatan merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan karena suatu hal, namun mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Kepada kedua kakak tersayang Mba Raras dan Mas Adil, terima kasih telah membantu dan selalu memberikan semangat kepada penulis.
3. Kepada sahabat tercinta, Meva Nabila Putri, Devi Mardiana Ningsih, Hani Nur Asfa, Fina Putranti, Lutfi Dian Nur Baeti, Nurul Arifin, Yusuf Zul Khajar. Terima kasih selalu menjadi garda terdepan di masa-masa sulit penulis. Terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat terbaik seperti kalian. *See you on top, guys!*
4. Yang terakhir saya ucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dan berusaha keras dari awal hingga akhir. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, hal ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh *brand image*, *brand trust*, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada konsumen produk Pocari Sweat di Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner pada 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis yaitu analisis deskriptif dan statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis regresi berganda dengan bantuan program *SPSS Versi 25 for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *brand image*, *brand trust*, dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Brand Trust*, *Brand Awareness*, dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to examine and determine the influence of brand image, brand trust, and brand awareness on purchase decision. The research was conducted on consumers of Pocari Sweat products in Kebumen Regency. Data were collected by distributing questionnaires to 100 respondents. This study uses descriptive and statistical analysis techniques, including validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis testing, and multiple regression analysis with the help of SPSS Version 25 for Windows. The results of this study indicate that partially, each independent variable has a significant effect on purchase decision. Simultaneously, brand image, brand trust, and brand awareness have a positive and significant influence on purchase decision.

Keywords: *Brand Image, Brand Trust, Brand Awareness, and Purchase Decision*



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pocari Sweat di Kabupaten Kebumen” dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata-1 pada Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

Kata Pengantar ini memuat uraian antara lain:

1. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan motivasi dan doa sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Segenap dosen dan staff Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu melalui kegiatan belajar mengajar.
4. Semua rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.
5. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna.

Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1. Tinjauan Teori.....	12
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	12

2.1.2. <i>Brand Image</i>	14
2.1.3. <i>Brand Trust</i>	16
2.1.4. <i>Brand Awareness</i>	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Hubungan Antar Variabel	19
2.4. Model Empiris.....	21
2.5. Hipotesis.....	22
BAB III	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	23
3.1.1. Objek Penelitian	23
3.1.2. Subjek Penelitian.....	23
3.2. Variabel Penelitian.....	23
3.2.1. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	23
3.2.2. Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	24
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	24
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	27
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data.....	28
3.5.1. Jenis Data	28
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6. Populasi dan Sampel	29
3.6.1. Populasi.....	29
3.6.2. Sampel.....	29
3.7. Teknik Analisis	31
3.7.1. Analisis Deskriptif	31

3.7.2. Analisis Statistik	31
3.8. Alat Analisis.....	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Analisis Deskriptif	39
4.1.1 Gambaran Umum Pocari Sweat	39
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2. Analisis Statistik	45
4.2.1 Uji Validitas	45
4.2.2 Asumsi Klasik	49
4.2.3 Regresi Linier Berganda	52
4.2.4 Uji Hipotesis	54
4.3. Pembahasan.....	57
BAB V SIMPULAN	61
5.1. Simpulan	61
5.2. Keterbatasan.....	62
5.3. Implikasi.....	62
5.3.1 Implikasi Praktis	62
5.3.2 Implikasi Teoritis	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data TOP Brand Minuman Isotonik di Indonesia 2025	3
Tabel I- 2 Data Penjualan Minuman Isotonik di Kebumen Februari-April 2025 ...	3
Tabel I-3 Data Hasil Observasi Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Produk Pocari Sweat Di Kabupaten Kebumen.....	4
Tabel I-4 Tabel Sampel Jawaban Responden	6
Tabel III-1 Indikator Keputusan Pembelian (Y) Pada Kuesioner	25
Tabel III-2 Indikator Brand Image (X1) Pada Kuesioner	25
Tabel III-3 Indikator Brand Trust (X2) Pada Kuesioner.....	26
Tabel III-4 Indikator Brand Awareness (X3) Pada Kuesioner.....	27
Tabel IV-1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Alamat	40
Tabel IV-2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel IV-3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel IV-4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel IV-5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	44
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Brand Image	46
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Brand Trust.....	46
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Brand Awareness.....	47
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	47
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	48
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel IV-12 Uji Normalitas	52
Tabel IV-13 Hasil Regresi Uji t	53

Tabel IV-14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	54
Tabel IV-15 Hasil Regresi Uji F	56
Tabel IV-16 Hasil Regresi Uji Koefisien Determinasi	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Kerangka Penelitian	21
Gambar IV-1 Uji Heteroskedastisitas.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner	70
Lampiran II. Data Responden	75
Lampiran III. Tabulasi Data Responden	81
Lampiran IV. Uji Validitas	85
Lampiran V. Uji Reliabilitas:.....	87
Lampiran VI. Uji Asumsi Klasik	88
Lampiran VII. Uji Regresi Linear Berganda.....	89
Lampiran VIII. Uji Hipotesis	90
Lampiran IX. T Tabel	91
Lampiran X. R tabel.....	93
Lampiran XI. F tabel	96
Lampiran XII. Kartu Seminar	98
Lampiran XIII. Kartu Bimbingan	99

