

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN BRAND IMAGE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN  
ISOTONIK POCARISWEAT DI  
HOLLA SWALAYAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh:

**RISKA ARDIYANTI**

**NPM: 161061201195**

Pembimbing utama

**ZEFRI EFDISON, S. Kom., MM**  
**NIDN. 1026047301**

Pembimbing Pendamping

**MEDI, S.E., M.M**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
SUNGAI PENH**

**2021**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK POCARISWEAT DI  
HOLLA SWALAYAN**

**RISKA ARDIYANTI**

Pembimbing Utama ZEFRI EFDISON.S.KOM.,M.M.  
Pembimbing Pendamping MEDI.S.E.,M.M.

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat Di Holla Swalayan baik secara parsial dan simultan serta besar pengaruhnya. Sampel penelitian ini adalah konsumen Minuman Isotonik Pocarisweat. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner atau angket. Alat analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi serta uji hipotesis yang digunakan adalah Uji t dan Uji F. Hasil penelitian ini adalah : Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan, ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,317 > 1,99167$ ) serta dengan nilai signifikansi =  $0,000 < 0,050$  dan Besar pengaruh adalah 25,8%. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan, ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,859 > 1,99167$ ) serta dengan nilai signifikansi =  $0,000 < 0,050$  dan Besar pengaruh adalah 14,7%. Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan, ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,948 > 1,99167$ ) serta dengan nilai signifikansi =  $0,000 < 0,050$  dan Besar pengaruh adalah 14,8%. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocarisweat di Holla Swalayan dapat dibuktikan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $31,306 > 2,72$ ) serta dengan nilai signifikansi =  $0,000 < 0,05$ ) Besarnya pengaruh adalah sebesar 55,3%, Sedangkan sisanya 44,7% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Brand Image, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND BRAND IMAGE ON  
THE PURCHASE DECISION OF POCARISWEAT ISOTONIC  
BEVERAGES AT HOLLA SWALAYAN**

RISKA ARDIYANTI

Main Supervisor ZEFRI EFDISON.S.KOM.,M.M.

Vice Supervisor MEDI.S.E.,M.M.

Study Program Manajement

Sakti Alam Kerinci School of Economics, Sungai Penuh

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of price, promotion and brand image on purchasing decisions of Pocarisweat Isotonic Drinks at Holla Swalayan both partially and simultaneously and the effect is large. The sample of this research is the consumer of Pocarisweat Isotonic Drink. Collecting data using a questionnaire or questionnaire method. The data analysis tool used is Descriptive Analysis, Multiple Linear Regression, Coefficient of Determination and the hypothesis test used is t test and F test. The results of this study are: Price has a significant effect on purchasing decisions for Pocarisweat Isotonic Drinks at Holla Swalayan, this is evidenced by  $t \text{ count} > t \text{ table}$  ( $6.317 > 1.99167$ ) and with a significance value =  $0.000 < 0.050$  and the magnitude of the effect is 25.8%. Promotion has a significant effect on the Purchase Decision of Pocarisweat Isotonic Drinks at Holla Swalayan, this is evidenced by  $t \text{ count} > t \text{ table}$  ( $3.859 > 1.99167$ ) and with a significance value =  $0.000 < 0.050$  and the magnitude of the effect is 14.7%. Brand Image has a significant effect on the Purchase Decision of Pocarisweat Isotonic Drinks at Holla Swalayan, this is evidenced by  $t \text{ count} > t \text{ table}$  ( $3.948 > 1.99167$ ) and with a significance value =  $0.000 < 0.050$  and the magnitude of the effect is 14.8%. Simultaneously there is a significant influence between Price, Promotion and Brand Image on the Purchase Decision of Pocarisweat Isotonic Drinks at Holla Swalayan, it can be proven by  $F \text{ count} > F \text{ table}$  ( $F \text{ count} > F \text{ table}$  ( $31.306 > 2.72$ ) and with a significance value =  $0.000 < 0.05$ ) The magnitude of the effect is 55.3%, while the remaining 44.7% is explained by other causal factors not examined in this study.*

*Keywords: Price, Promotion, Brand Image, Purchase Decision*