

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
POCARI SWEAT**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

FELIX NALDO

11084628

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2012

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
POCARI SWEAT**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

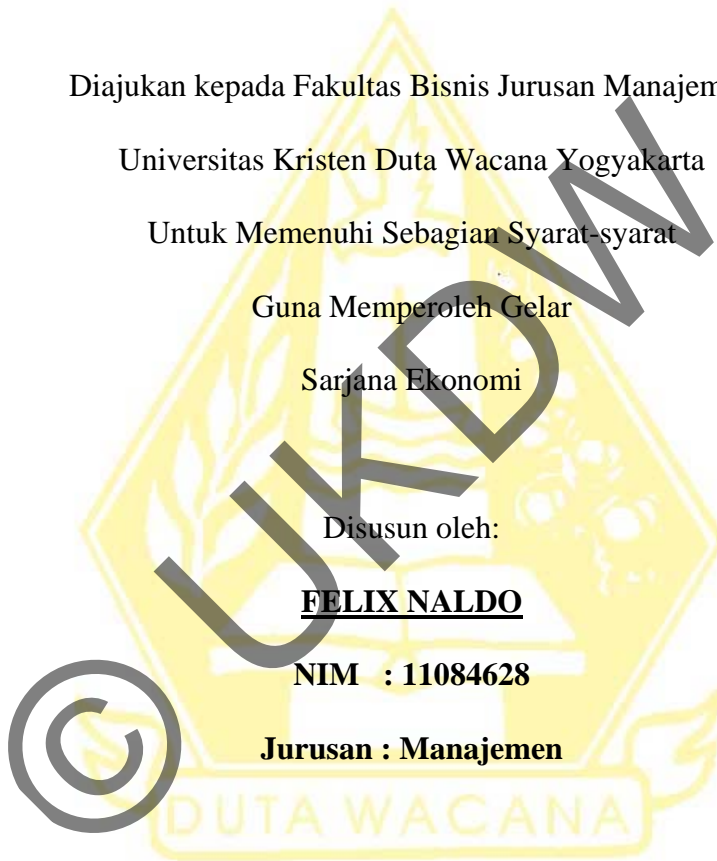
Sarjana Ekonomi

Disusun oleh:

FELIX NALDO

NIM : 11084628

Jurusan : Manajemen



FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PERSETUJUAN



Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ety Istriani', is written over a faint rectangular box.

(Dra. Ety Istriani, MM)

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan Di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

22 Januari 2013

Mengesahkan

Dekan,



(Dr. Singgih Santoso, M.M.,)

Dewan Penguji:

1. Dra. Ety Istriani, M.M.,
2. Petra Surya Mega Wijaya, S.E.,M.Si.,
3. Dra. Agustini Dyah Respati, MBA.,

MOTTO

“Bertekunlah dalam iman dan kasih dan pengudusan dengan segala kesederhanaan”

“Mengucap syukurlah dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah di dalam Kristus Yesus bagi kamu”

~1 Tesalonika 5 : 18~

“Dimana ada kemauan, disitu pasti ada jalan”

“Demikianlah hendaknya terangmu bercahaya di depan orang, supaya mereka melihat perbuatanmu yang baik dan memuliakan Bapamu yang di sorga”

~Matius 5 : 16~

“Diberkatilah orang yang mengandalkan TUHAN, yang menaruh harapannya pada TUHAN!”

~Yeremia 17 : 7~

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada,

- ❖ Tuhan Yesus Kristus, juru selamat serta penolongku
- ❖ Orang tuaku dan adik-adikku
- ❖ Sahabatku di Magelang dan Yogyakarta, serta teman-teman
Manajemen`08
- ❖ Kawan-kawanku seperjuangan dan sepermainan
- ❖ Teman satu kelompokku di kuliah terakhirku
- ❖ Dosen pembimbingku
- ❖ Almamaterku, Duta Wacana

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya yang senantiasa berlimpah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pocari Sweat”.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Selain itu diharapkan dapat membantu Pocari Sweat dalam mengembangkan produk.

Mengingat waktu dan tenaga yang terbatas dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menemui kesulitan, sehingga penulis sangat menyadari bahwa pembuatan skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, apabila terdapat kesalahan-kesalahan yang tidak disengaja, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan bermanfaat dari berbagai pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya antara lain kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus juru selamatku, penolongku, yang sudah memberikan berkat dan anugerah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar tanpa hambatan.

2. Keluarga dan orang yang saya sayangi, Orang tua saya Lo Kim Gie dan Viviana, Adik-adik saya Hendy Alfredo, Dicky Rulando, dan Shierly Kumala Dewi, serta Leviana Rosemary Hawkinz, yang sudah mendukung serta memberikan semangat dan dorongan yang sangat berharga dalam menyelesaikan studi saya di Fakultas Bisnis jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Ety Istriani, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada saya dalam menyusun skripsi ini.
4. Untuk teman 1 kos di Wisma Paramitha, Hendri, William, dan Ian, sukses selalu ya.
5. Untuk teman-teman seperjuanganku dan sepermainan, Kurniawan Wijayanto, Rionaldo Samuel, Albert Agung, Anthony Sudarsono, Bram Kamasatya, Hendra Likyanto, Thomas Adrian, Denny Chandra, Rudy Gunawan, Rudi cebol, Nico Agung, dan Danny, terima kasih atas dukungan kalian, bantuan kalian, dan kebersamaan kalian selama mengerjakan skripsi telah membuat hidup jadi penuh warna. Tetap semangat dan sukses selalu untuk kalian semua.
6. Untuk teman satu kelompokku yang kompak di kuliah terakhirku (Strategi Pemasaran dan Praktika Campaign Planning), Fen di, Yonas, Nike, Bandi, dan Daniel, terima kasih atas kerjasama kalian semua selama perkuliahan berlangsung. Tetap semangat dan sukses selalu buat kalian.

7. Untuk saudara-saudara gereja dan persekutuan, terima kasih telah membantu dan mendukung saya dalam suka dan duka selama awal kuliah hingga akhir kuliah. Sukses selalu untuk kalian semua.
8. Untuk semua teman-teman Manajemen'08 terima kasih atas kebersamaan kalian dalam suka dan duka selama kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana ini.

Semoga segala yang telah mereka berikan kepada Penulis, mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membaca dan memerlukan.

Yogyakarta,
Penulis,

Felix Naldo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Batasan Masalah.....	3

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran	6
2.2. Konsep Pemasaran.....	7
2.3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	8
2.4. Perilaku Konsumen	12
2.5. Keputusan Pembelian.....	18
2.6. Model Penelitian.....	20
2.7. Penelitian Terdahulu	20
2.8. Hipotesis.....	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	22
3.2. Data.....	22
3.3. Metode Penelitian.....	23
3.4. Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.5. Definisi Variabel dan Pengukuran	25
3.6. Pengujian Instrumen	26
3.7. Metode Analisis Data.....	28

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Statistik Deskriptif.....	36
4.2. Hasil Pengolahan Data	36

4.3. Analisis Prosentase	39
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.5. Uji Signifikansi	46
4.6. Pembahasan.....	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	54
5.2. Keterbatasan.....	55
5.3. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas (Produk)	37
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas (Harga)	37
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas (Lokasi)	37
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas (Promosi).....	38
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas (Keputusan Pembelian).....	38
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.7. Profil Prosentase Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.8. Profil Prosentase Konsumen Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.9. Profil Prosentase Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.10. Profil Prosentase Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..	43
Tabel 4.11. Profil Prosentase Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan ..	44
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian.....	20
Gambar 3.1. Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Uji T.....	33
Gambar 3.2. Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Uji F.....	35

© UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Data Hasil Kuesioner
Lampiran 4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Hasil Analisis <i>Prosentase</i>
Lampiran 6	Regresi Linier Berganda
Lampiran 7	Uji Determinasi
Lampiran 8	Uji T dan Uji F
Lampiran 9	Tabel Distribusi F
Lampiran 10	Tabel Distribusi T
Lampiran 11	Tabel R



PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan di dunia usaha semakin ketat, banyak sekali industri-industri sejenis yang bermunculan, terutama dalam industri *beverage*/industri minuman. Industri minuman ini dapat dikategorikan menjadi beberapa kategori seperti, minuman berkarbonasi, berenergi, minuman dalam kemasan, hingga minuman isotonik. Minuman isotonik tergolong baru dalam industri minuman kesehatan, akan tetapi pertumbuhan pasarnya termasuk cukup cepat. Minuman isotonik merupakan minuman yang dapat diserap tubuh dalam waktu sekejap karena memiliki tekanan osmotik yang sama dengan tekanan darah manusia. Saat ini banyak minuman isotonik dengan berbagai merek antara lain Pocari Sweat, Mizone, Vitazone, Powerade isotonik, You C1000, Gatorade, dan Fatigon hydro. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat ini maka dibutuhkan manajemen yang handal dan mampu mengantisipasi setiap persaingan secara efektif dan efisien. Perusahaan harus menyadari bahwa konsumen saat ini menemukan banyak sekali produk dalam berbagai kombinasi barang pada tingkat tertentu. Pada saat terjadinya keputusan pembelian pada suatu produk suatu keputusan untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk pastinya selalu melewati tahap dan proses yang berbeda. Banyak faktor yang mempengaruhi setiap konsumen sebelum melakukan pembelian. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian dengan mengambil judul “PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*) secara stimultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat.

Untuk membuktikan hipotesis, maka digunakan alat analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda berguna untuk mengukur pengaruh variabel x (*product*, *price*, *place*, dan *promotion*) dan y (keputusan pembelian). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel x (*product*, *price*, *place*, dan *promotion*) terhadap variabel y (keputusan pembelian).

Kata kunci: *keputusan pembelian, produk (product), harga (price), lokasi (place), promosi (promotion), regresi linear berganda.*

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan di dunia usaha semakin ketat, banyak sekali industri-industri sejenis yang bermunculan, terutama dalam industri *beverage*/industri minuman. Industri minuman ini dapat dikategorikan menjadi beberapa kategori seperti, minuman berkarbonasi, berenergi, minuman dalam kemasan, hingga minuman isotonik. Minuman isotonik tergolong baru dalam industri minuman kesehatan, akan tetapi pertumbuhan pasarnya termasuk cukup cepat. Minuman isotonik merupakan minuman yang dapat diserap tubuh dalam waktu sekejap karena memiliki tekanan osmotik yang sama dengan tekanan darah manusia. Saat ini banyak minuman isotonik dengan berbagai merek antara lain Pocari Sweat, Mizone, Vitazone, Powerade isotonik, You C1000, Gatorade, dan Fatigon hydro. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat ini maka dibutuhkan manajemen yang handal dan mampu mengantisipasi setiap persaingan secara efektif dan efisien. Perusahaan harus menyadari bahwa konsumen saat ini menemukan banyak sekali produk dalam berbagai kombinasi barang pada tingkat tertentu. Pada saat terjadinya keputusan pembelian pada suatu produk suatu keputusan untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk pastinya selalu melewati tahap dan proses yang berbeda. Banyak faktor yang mempengaruhi setiap konsumen sebelum melakukan pembelian. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian dengan mengambil judul “PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*) secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat.

Untuk membuktikan hipotesis, maka digunakan alat analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda berguna untuk mengukur pengaruh variabel x (*product*, *price*, *place*, dan *promotion*) dan y (keputusan pembelian). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel x (*product*, *price*, *place*, dan *promotion*) terhadap variabel y (keputusan pembelian).

Kata kunci: *keputusan pembelian, produk (product), harga (price), lokasi (place), promosi (promotion), regresi linear berganda.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini persaingan di dunia usaha semakin ketat, banyak sekali industri-industri sejenis yang bermunculan, terutama dalam industri *beverage*/industri minuman. Industri minuman ini dapat dikategorikan menjadi beberapa kategori seperti, minuman berkarbonasi, berenergi, minuman dalam kemasan, hingga minuman isotonik. Minuman isotonik tergolong baru dalam industri minuman kesehatan, akan tetapi pertumbuhan pasarnya termasuk cukup cepat. Minuman isotonik merupakan minuman yang dapat diserap tubuh dalam waktu sekejap karena memiliki tekanan osmotik yang sama dengan tekanan darah manusia.

Saat ini banyak minuman isotonik dengan berbagai merek antara lain Pocari Sweat, Mizone, Vitazone, Powerade isotonik, You C1000, Gatorade, dan Fatigon hydro. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat ini maka dibutuhkan manajemen yang handal dan mampu mengantisipasi setiap persaingan secara efektif dan efisien. Efisiensi yang dimaksud adalah melakukan segala sesuatu dengan penuh perhitungan dan pertimbangan yang tepat sehingga tidak menimbulkan pemborosan biaya. Sedangkan efektif disini ialah pemilihan strategi yang tepat sasaran dan sesuai dengan pangsa pasar.

Perusahaan harus menyadari bahwa konsumen saat ini menemukan banyak sekali produk dalam berbagai kombinasi barang pada tingkat

tertentu. Pada saat terjadinya keputusan pembelian pada suatu produk suatu keputusan untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk pastinya selalu melewati tahap dan proses yang berbeda. Banyak faktor yang mempengaruhi setiap konsumen sebelum melakukan pembelian. Dalam memilih minuman isotonik, konsumen memiliki kriteria evaluasi diantaranya adalah faktor lokasi, kualitas produk, harga, dan promosi. Hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan produsen karena akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk memilih minuman isotonik mana yang akan dibeli oleh konsumen.

Penulis tertarik untuk mengamati dan menganalisis keputusan pembelian konsumen dalam membeli Pocari Sweat. Terutama hal-hal yang berkaitan dengan Marketing Mix seperti, produk, harga, lokasi, dan promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang dapat dirumuskan adalah :

1. Apakah produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli Pocari Sweat?
2. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli Pocari Sweat?
3. Apakah lokasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli Pocari Sweat?
4. Apakah promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli Pocari Sweat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli Pocari Sweat.
2. Untuk mengetahui apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli Pocari Sweat.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli Pocari Sweat.
4. Untuk mengetahui apakah promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli Pocari Sweat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengimplentasikan teori-teori pemasaran dalam perkuliahan ke dalam pasar sesungguhnya.

2. Bagi Para Pembaca

Penelitian ini dapat diharapkan bisa berguna bagi para pembaca dan dapat menjadi sebuah bahan refrensi dan informasi bagi para peneliti yang meneliti hal yang sama.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis ingin membatasi pemasalahan agar masalah yang ingin diteliti tidak terlalu luas. Adapun batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Tempat penelitian dilakukan di Yogyakarta.
- b. Profil konsumen yang diteliti adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis kelamin
 - 2) Usia Responden
 - 3) Pekerjaan
 - 4) Pendidikan Terakhir
 - 5) Pendapatan
- c. Responden yang diteliti adalah konsumen yang sudah pernah membeli dan mengonsumsi Pocari Sweat di Yogyakarta.
- d. Variabel dependen dalam penelitian adalah keputusan pembelian.
- e. Variabel independen dalam penelitian ini adalah marketing mix

Ada 4 variabel independen yaitu :

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan dan kebutuhan.

2. Harga

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dari suatu perusahaan dari penjualan produknya maupun jasa.

3. Distribusi

Suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai.

4. Promosi

suatu kegiatan dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

© UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan berhubungan dengan pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Yogyakarta, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dari hasil data profil responden yang sudah diolah maka dapat diketahui bahwa responden Pocari Sweat di Yogyakarta yang paling dominan adalah konsumen berjenis kelamin pria sebanyak 55 orang (55%), usia 15-20 tahun sebanyak 27 orang (27%), memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar sebanyak 49 orang (49%), dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat sebanyak 41 orang (41%).
- b. Variabel produk (*Product*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Yogyakarta.
- c. Variabel Harga (*Price*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Yogyakarta.
- d. Variabel Lokasi (*Place*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Yogyakarta.
- e. Variabel Promosi (*Promotion*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Yogyakarta.

- f. Dari hasil pengolahan data yang sudah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel independen (*Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion*) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Variabel independen (*Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*) juga secara parsial mempengaruhi variabel dependen (kepuasan konsumen).

5.2 Keterbatasan

Di dalam setiap penelitian terdapat keterbatasan. Dan di dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pocari Sweat” yang telah peneliti lakukan mempunyai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang perlu diperhatikan seperti waktu, tempat, dan biaya sehingga kajian terhadap objek penelitian terlalu sempit dan jumlah sampel yang terbatas, peneliti hanya melakukan penelitian tentang keputusan pembelian Pocari Sweat di Yogyakarta, serta teori yang digunakan sebagai landasan teori belum cukup untuk menjelaskan penelitian ini secara keseluruhan, sehingga untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya lebih mengetahui teori-teori yang bersangkutan dengan penelitian yang akan kita teliti.

5.3 Saran

Dari kesimpulan di atas maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

a. Untuk Pocari Sweat

Pocari Sweat sebaiknya perlu mempertahankan dan meningkatkan variabel produk, karena berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, ternyata variabel tersebut mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Yogyakarta.

1. Produk

Dari hasil olah data yang sudah dilakukan, Produk (*Product*) mempengaruhi keputusan pembelian dan paling dominan diantara variabel yang lain, oleh karena itu Pocari Sweat harus dapat mempertahankan kualitas produknya agar penjualannya tetap tinggi.

2. Harga

Dari hasil olah data yang sudah dilakukan, harga (*Price*) mempengaruhi tingkat keputusan pembelian, oleh karena itu Pocari Sweat harus dapat menjaga dan mempertahankan harga agar tetap terjangkau dari kompetitor lain dan sesuai dengan daya beli masyarakat.

3. Lokasi

Dari hasil olah data yang sudah dilakukan, lokasi (*Place*) mempengaruhi keputusan pembelian, oleh karena itu Pocari Sweat harus dapat menjaga kelancaran distribusinya

sehingga konsumen dapat dengan mudah memperoleh Pocari Sweat.

4. Promosi

Dari hasil olah data yang sudah dilakukan, Promosi (*Promotion*) mempengaruhi tingkat keputusan pembelian, oleh karena itu Pocari Sweat harus dapat mempertahankan promosinya. Promosi yang dilakukan melalui media TV sudah sangat baik dan menarik karena menggunakan bintang iklan yang saat ini sedang naik daun seperti JKT48.

b. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dihimbau untuk memperhatikan atau menambah variabel-variabel lain selain Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi (*Place*), dan Promosi (*Promotion*) yang mempengaruhi keputusan pembelian. Karena dalam penelitian tentang “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pocari Sweat” ternyata dari variabel-variabel tersebut hanya mampu menjelaskan sebesar 24.6% saja dan sisanya sebesar 75.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar. 1997. **Validitas dan Reliabilitas**. Yogyakarta : Pustaka Setia.
- Basu Swastha Dharmamesta dan T. Hani Handoko. 2000. **Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen**, Yogyakarta : BPEE
- D. Siagian. 2000. **Metode Statistika**. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hartono. 2004. **Statistik untuk Penelitian**. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Jogiyanto, HM. 2008. **Metodologi Penelitian**. Yogyakarta : Andi Offset.
- Kotler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran 1**. Edisi Milenium. Jakarta : PT Prenhallindo.
- Lamb, Charles W. 2001. **Pemasaran**. Jakarta : Salemba Empat.
- Murdan. 2003. **Statistik Pendidikan dan Aplikasinya**. Yogyakarta : Global Pustaka Utama.
- Priyatno. 2008. **Mandiri Belajar SPSS**. Yogyakarta : Mediakom.
- Sumarwan. 2003. **Perilaku Konsumen**. Jakarta : Ghalia.
- Tjiptono, Fandy. 2004. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta : Andi Offset.