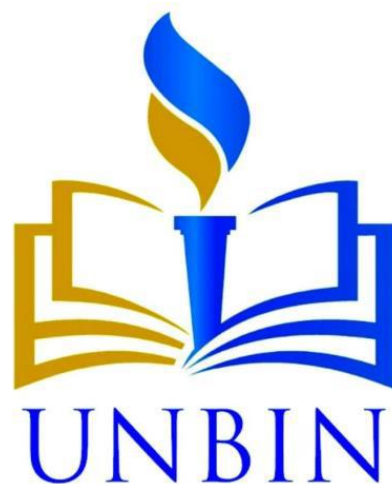


ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS
DAN MEMENUHI SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA MANAJEMEN**



MUHAMMAD ALDI IRFAN

NPM : S1-0219113

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

2023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Aldi Irfan
NPM : S1-0219113
**Judul : Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen
Terhadap Keputusan Pembelian Minuman
Isotonik**

Tim Penguji

Dosen Pembimbing

(Mohammad Wartaka, S.Kom., M.M.)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Syarief Gerald P, SE., MM., M.Si., M.Ak.)

Ketua Prodi

Dekan

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas Skripsi dengan judul “**ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KOSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK**”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Srata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.

Saya sangat menyadari bahwa penulisan ini masih memiliki banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan saya sebagai peneliti. Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu saya sebagai peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia Bogor.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor Universitas Binaniaga Indonesia Bogor dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si, M.Kom., selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S. Hut., M.M., selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Bapak M. Wartaka, S.Kom, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing saya pada skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang sudah berkenan memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan
6. Kedua orang tua saya bapak Darmansyah (Alm) dan ibu Tatty Nuryatimah dan keluarga lainnya yang selalu menyemangati dalam penyusunan skripsi ini.
7. Para sahabat seperjuangan di Universitas Binaniaga Indonesia, yang selalu kompak atas kerjasamanya.
8. Bella Noer Chaesar yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
9. Seluruh staff dan karyawan Universitas Binaniaga Indonesia yang berkenan memberikan bantuan kepada peneliti.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi almamater tercinta dan pembaca pada umumnya.

Bogor, November 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	19
C. Batasan Masalah	19
D. Rumusan Masalah.....	20
E. Tujuan Penelitian	20
F. Manfaat Penelitian	21
G. Sistematika Penelitian	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
A. Pemasaran, Manajemen Pemasaran dan Strategi Pemasaran.....	24
B. Bauran Pemasaran.....	26
C. Strategi Pemasaran Dalam Persaingan.....	39
D. Minuman Isotonik.....	50
E. Keputusan Pembelian.....	56
F. Preferensi Konsumen	61
G. Sikap Konsumen	64
H. Perilaku Konsumen.....	72
I. Multiatribut Fishbein	77
J. Penelitian Terdahulu	81
K. Kerangka Pemikiran Teoritis	86
BAB III METODE PENELITIAN	90

A. Metode Penelitian	90
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	91
C. Populasi dan Sampel	91
D. Metode Pengumpulan Data	93
E. Instrumen Penelitian	94
F. Atribut Penelitian Sikap dan Perilaku Konsumen.....	96
G. Metode Analisis Data.....	103
H. Jadwal Penelitian	117
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	119
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	119
B. Karakteristik Responden	121
C. Analisa Data.....	127
D. Implikasi Strategi Pemasaran.....	143
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	150
A. Kesimpulan	150
B. Saran	151
DAFTAR PUSTAKA.....	154
LAMPIRAN.....	161

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan kemasan minuman isotonik.....	9
Tabel 2 Perbandingan rasa minuman isotonik	10
Tabel 3 Harga jual & Variasi Ukuran minuman isotonik	12
Tabel 4 Bentuk Promosi Minuman Isotonik Tahun 2023.....	14
Tabel 5 Ketersediaan minuman isotonik.....	15
Tabel 6 Manfaat setelah minum isotonik	16
Tabel 7 Penelitian Terdahulu	81
Tabel 8 Skala Pengukuran Evaluation (ei) dan Belief (bi)	95
Tabel 9 Skala Pengukuran Sikap Normatif (NBi) dan Motivasi (NCi)	96
Tabel 10 Kisi Kuesioner Atribut Sikap.....	101
Tabel 11 Kisi Kuesioner Sikap Normatif.....	102
Tabel 12 Tingkat Interpretasi.....	108
Tabel 13 Jadwal Penelitian	117
Tabel 14 Sejarah Singkat Perusahaan Minuman Isotonik.....	120
Tabel 15 Minuman Isotonik yang Dikonsumsi Menurut Usia di Kota Bogor	124
Tabel 16 Minuman Isotonik yang Dikonsumsi Menurut Jenis Kelamin	124
Tabel 17 Minuman isotonik yang dikonsumsi menurut jenis pekerjaan.....	125
Tabel 18 Minuman Isotonik yang dikonsumsi menurut penghasilan	126
Tabel 19 Perbandingan Skor Sikap Pembelian Minuman Isotonik	127
Tabel 20 Tingkat Interpretasi Reliabilitas.....	129
Tabel 21 Rentang Skala Penelitian	130
Tabel 22 Evaluasi Kepentingan Atribut pembelian Minuman Isotonik.....	131
Tabel 23 Sikap Responen Terhadap Atribut Minuman Isotonik	132
Tabel 24 Rank Atribut Minuman Isotonik di Kota Bogor	133

Tabel 25 Rank Atribut Tanggal Kadaluarsa	133
Tabel 26 Rank Atribut Manfaat Setelah Minum.....	134
Tabel 27 Rank Atribut Kemudahan Mendapatkan.....	135
Tabel 28 Rank Atribut Variasi Ukuran	136
Tabel 29 Norma Subjektif Responden Terhadap Pembelian Minuman Isotonik.....	139
Tabel 30 Perhitungan Bobot Sikap Internal dan Eksternal	141
Tabel 31 Perhitungan Perilaku Pembelian Minuman Isotonik	142
Tabel 32 Kriteria Atribut Penelitian.....	144
Tabel 33 Rank dan Atribut pada Strategi Produk	146
Tabel 34 Rank dan Atribut pada Strategi Harga	147
Tabel 35 Rank dan Atribut pada Strategi Promosi	148
Tabel 36 Rank dan Atribut pada Strategi Tempat.....	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persaingan Pasar Minuman Isotonik Indonesia 2019-2022	3
Gambar 2 Peraih Top Brand Minuman Isotonik Periode Tahun 2020-2023	5
Gambar 3 Perkembangan Penjualan Mizone di Kota Bogor Tahun 2020-*2023	7
Gambar 4 Model Perilaku Konsumen.....	73
Gambar 5 Theory of Reasoned Action Model	80
Gambar 6 Kerangka Pemikiran Teoritis	89
Gambar 7 Tahap-tahap penelitian	115
Gambar 8 Persentase Karakteristik Responden	121
Gambar 9 Uji Reliabilitas Cronbach Alpa	129
Gambar 10 Semantic Differential Analysis Merek Minuman Isotonik	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	162
Lampiran 2 Data Penjualan Mizone (Box)	172
Lampiran 3 Market Share Minuman Isotonik Indonesia Tahun 2022	173
Lampiran 4 Data Validitas dan Reliabilitas	174
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	176
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	177
Lampiran 7 Data Tabulasi Kuesioner 385 Responden	179
Lampiran 8 Data Evaluasi Atribut Kuesioner 385 Responden	189
Lampiran 9 Data Kepercayaan Mizone Atribut Kuesioner 385 Responden	200
Lampiran 10 Data Kepercayaan Hydro Coco Atribut Kuesioner 385 Responden.....	211
Lampiran 11 Data Kepercayaan Pocari Sweat Atribut Kuesioner 385 Responden ...	221
Lampiran 12 Data Norma Subjective Kuesioner 385 Responden	232
Lampiran 13 Hasil Karakteristik Responden	244