

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK HYDRO
COCO DI DESA BERLIAN MAKMUR**



SKRIPSI

Nama : Rindiani Antika

Nim : 212021135

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK HYDRO
COCO DI DESA BERLIAN MAKMUR**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Starta Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Rindiani Antika

NIM : 212021135

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Rindiani Antika
NIM : 212021135
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap
Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Hydro Coco Di
Desa Berlian Makmur Sungai Lilin

Dengan ini menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Mei 2025



Rindiani Antika

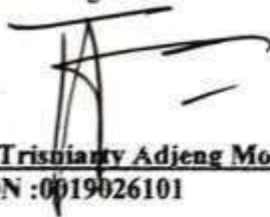
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian
Minuman Isotonik Hydro Coco Di Desa Berlian Makmur
Nama : Rindiani Antika
NIM : 212021135
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Mei 2025

Pembimbing I



Dr. Trisnianti Adjeng Moelyatie, S.E., M.M
NIDN : 0019026101

Pembimbing II



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si
NIDN : 0226107001

Mengetahui,
Dekan
u.b Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Triandayani, S.E., M.Si, CHRO.
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“keberhasilan bukan milik orang yang pintar, keberhasilan adalah milik mereka yang selalu berusaha”

(BJ Habibie)

Persembahan :

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. kedua orang tuaku dan nenek yang sangat saya sayangi, untuk kedua adikku serta keluarga besarku yang telah memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan cinta yang tiada habisnya kepada penulis dalam proses keberhasilan penulis selama ini
2. Dosen pembimbing Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing II. Terimakasih atas bimbingannya, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktu disela kesibukan dalam penyelesaian skripsi ini
3. Sahabat dan teman-teman pejuang skripsi yang selalu memberikan doa, semangat, keceriaan, dan dukungan
4. Almamater kebanggaanku

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wa barokatuh

Alhamdu lillahi Robbil 'Alamin, Puji dan syukur atas kehadiat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Hydro Coco Di Desa Berlian Makmur”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini akan menjadi salah satu syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Sholawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman. Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan dari banyak pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada ibunda ku tersayang Ibu Risna Hayati yang telah mendidik, membiayai, mendoakan dan selalu memberikan dorongan semangat kepada penulis dan Almh nenek Warsilah yang telah membersamai penulis walaupun tidak sampai akhir, dan kedua adik tersayang Wahyu Sulistyowati, Balqis Aulia Zahra, dan Tara Arihtha Rumi yang telah meberikan dukungan dan doa kepada penulis.

Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom Darmasaputra, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan Bapak Dr. Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Sekretaris Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Pembimbing Skripsi Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E.,M.M dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si.
5. Bapak Edy Liswani, S.E.,M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tulus memberikan ilmu dan pengajaran yang bermanfaat serta memberikan banyak nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammdiyah Palembang, serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi.
7. Responden yang telah berpartisipasi memberikan jawaban dalam proses pembuatan skripsi.
8. Semua keluarga besar nenek Warsilah yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
9. Sahabat dekat yang kusayangi, Putri Juliani, Elinda Amanah Briliani, Affifah Khairani, Kurnia Agustina. Serta teman seperjuanganku, Citra Purnama Sari, Anisa Permata Sari, Lika Agustin dan Fitri Refina Maulin yang telah memberikan sumbangsih pemikiran selama perkuliahan, memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan.
10. Dan terimakasih kepada diri sendiri yang sudah bertahan sejauh ini, atas segala usaha, kesabaran dan ketekunan dalam menyelsaikan skripsi ini.

Demikian skripsi ini saya tulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis-penulis selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wa barokatuh.

Palembang, Mei 2025

Rindiani Antika

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Sebelumnya	23
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis.....	32

BAB III. METODE PENELITIAN.....	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian	34
C. Operasionalisasi Variabel	35
D. Populasi Dan Sampling	36
E. Data Yang Diperlukan	38
F. Metode Pengumpulan Data	38
G. Analisis Data Dan Teknik Pengumpulan Data	40
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitian.....	49
B. Hasil dan Pembahasan	78
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Top Brand Award Minuman Isotonik	4
Tabel I.2 Pra-Riset Alasan Konsumen Tidak Menyukai Minuman isotonik Hydro Coco.....	6
Tabel III.1 Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel IV. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel IV. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Produk	59
Tabel IV. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga	62
Tabel IV. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Distribusi.	65
Tabel IV. 9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi	69
Tabel IV. 10 Hasil Uji Validitas	73
Tabel IV. 11 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel IV. 12 Analisis Regresi Linier Berganda	75
Tabel IV. 13 Uji F	77
Tabel IV. 14 Uji T	78
Tabel IV. 15 Koefisien Determinasi.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Prilaku Konsumen	12
Gambar II.2 Kerangka pemikiran	31
Gambar IV.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar IV.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar IV.3 Identitas Responden Berdasarkan pekerjaan	54
Gambar IV.4 Identitas Responden Berdasarkan berapa kali mengkonsumsi minuman isotonik Hydro Coco	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	: Jadwal Penelitian
Lampiran	: Kuesioner
Lampiran	: Tabulasi Jawaban Responde
Lampiran	: Uji Validitas
Lampiran	: Uji Reliabilitas
Lampiran	: Hasil Uji F, Uji T, Dan Koefisien Determinasi
Lampiran	: Tabel F
Lampiran	: Tabel t
Lampiran	: Tabel r
Lampiran	: Surat Keterangan Lunas BPP
Lampiran	: Surat Keterangan Selesai Riset Dan Tempat Penelitian
Lampiran	: Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran	: Cek Plagiat Turnitin
Lampiran	: Sertifikat AIK
Lampiran	: Sertifikat Aplikasi Komputer
Lampiran	: Sertifikat Aplikasi Komputer Dan Bisnis
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan Digital Marketing
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan Digital Marketing
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan Public Speaking
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan Social Media Management

ABSTRAK

Rindiani Antika/212021135/Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Hydro Coco Di Desa Berlian Makmur

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Hydro Coco Di Desa Berlian Makmur. Penelitian ini menggunakan 100 sampel, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Jenis penelitian ini asosiatif, data yang digunakan merupakan data primer, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan koefisien. Penelitian ini menunjukkan hasil ada pengaruh bauran pemasaran secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur dengan nilai artinya $F_{hitung} (104.761) > F_{tabel} (2,14)$. Sedangkan secara parsial : 1) produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,749 > nilai t_{tabel} (1,66. 2) harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,193 > nilai t_{tabel} sebesar 1,66. 3) distribusi (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,980 > nilai t_{tabel} sebesar 1,66. 4) promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,339 > nilai t_{tabel} sebesar 1,66. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 80,7% perubahan terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur disebabkan oleh besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini, sedangkan sisanya 19,3% disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata kunci : produk, harga, distribusi, promosi, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Rindiani Antika/212021135/The Influence of Marketing Mix on the Purchase Decision of Hydro Coco Isotonic Drink in Berlian Makmur Village

The purpose of this study is to determine the Influence of Marketing Mix on Hydro Coco Isotonic Beverage Purchase Decisions in Berlian Makmur Village. This study used 100 samples, the sampling technique used *a non-probability sampling* technique by *purposive sampling*. This type of research is associative, the data used is primary data, the data collection technique used is a questionnaire. The analysis techniques used are multiple linear regression analysis, F test, t-test and coefficient. This study showed that there was a joint influence of marketing mix on the purchase decision of Hydro Coco isotonic drinks in Belian Makmur Village with the meaning of $F_{count} (104,761) > F_{tabel} (2.14)$. While partially: 1) product (X1) has a significant effect on the purchase decision with $a_{calculated} t \text{ value of } 3.749 > a \text{ value of } t_{table} (1.66)$. 2) the price (X2) has a significant effect on the purchase decision with $a_{calculated} t \text{ value of } 2.193 > a_{table} t \text{ value of } 1.66$. 3) distribution (X3) affects the purchase decision with $a_{calculated} t\text{-value of } 1.980 > a_{table} t\text{-value of } 1.66$. 4) promotion (X4) has a significant effect on purchase decisions with $a_{calculated} t\text{-value of } 2.339 > a_{table} t\text{-value of } 1.66$. The analysis of the determination coefficient showed that 80.7% of the change in the decision to purchase Hydro Coco isotonic drink in Berlian Makmur Village was caused by the large contribution of free varibael to the bound variable in this study, while the remaining 19.3% was caused by other variables that were not present in this study.

Keywords: product, price, distribution, promotion, and purchase decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Prilaku konsumen sangat penting dalam pemasaran karena prilaku konsumen merupakan studi bagaimana individu atau organisasi memilih, membeli, menggunakan suatu barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2021:110) prilaku konsumen adalah pengkajian mengenai bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan ataupun keinginan mereka.

Persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis membuat setiap perusahaan harus berlomba-lomba dalam melakukan berbagai macam strategi untuk menarik minat para konsumen. Hal tersebut menuntut perusahaan harus lebih memperhatikan dan fokus pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu secara langsung dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Indrasari, (2019:70), keputusan pembelian adalah proses intergrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah bauran pemasaran.

Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yaitu produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan sesuai dengan pasar sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong, (2020:380) menyatakan bauran pemasaran merupakan (*marketing mix*) mencakup empat hal pokok dan didapat dikontrol oleh perusahaan yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*)).

Menurut Kotler Keller (2021:221) produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, event, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Harga adalah suatu nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa. Menurut Ginting, (2023:12) *price* (harga) adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk yang dibutuhkan.

Menurut Ginting, (2023:12) tempat atau saluran distribusi merupakan semua kegiatan perusahaan yang mengusahakan agar produknya tersedia bagi konsumen yang dituju untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan saluran distribusi yang menjangkau semua lokasi akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi perusahaan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut Tjiptono dalam Rahmawati, (2023:115) promosi merupakan suatu komunikasi pemasaran yang berusaha menyebar informasi,

mempengaruhi/membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan. Promosi juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan agar bisa meningkatkan perkembangan sesuatu, baik itu merek produk, ataupun perusahaan itu sendiri.

Kesehatan adalah hal utama bagi setiap manusia salah satu usaha manusia untuk menjaga kesehatan adalah dengan melakukan olahraga. Olahraga bukan hanya untuk menjaga kesehatan tubuh namun juga bermanfaat bagi kebugaran serta masa kerja otak manusia. Olahraga merupakan aktivitas fisik yang terencana dan terstruktur untuk meningkatkan kebugaran dan menjaga kesehatan tubuh manusia. Olahraga juga bertujuan memberikan efek relaksasi ke orang yang melakukan olahraga dan hiburan ke orang yang menonton.

Minuman isotonik dapat menjadi teman yang baik untuk olahraga. Minuman isotonik dapat dikonsumsi sebelum dan setelah berolahraga. Minuman isotonik dapat membantu menjaga tubuh seperti mencegah dehidrasi. Minuman isotonik mengandung elektrolit yang membantu menjaga keseimbangan cairan tubuh dan mencegah dehidrasi. Gejala dehidrasi yang perlu diwaspadai adalah mulut kering, haus berlebihan, dan kulit kering, minuman isotonik dapat menjaga kekuatan otot dan mengurangi risiko cedera atau kerusakan jaringan otot dan saraf. Minuman isotonik dapat menambah energi dan stamina, serta minuman isotonik dapat meningkatkan performa dengan (mendistribusikan) penyerapan cairan secara cepat dan

menyediakan karbohidrat untuk meningkatkan performa. Salah satu minuman isotonik adalah Hydro Coco.

PT Kalbe Farma memproduksi Hydro, minuman isotonik alami pertama di Indonesia. Hydro Coco terbuat dari air kelapa pulau Sambung Guntung, Kepulauan Riau. Air kelapa lalu diproses secara modern dan disterilisasi dengan sisten ultra high temperature atau UHT. Selanjutnya, air kelapa langsung dikemas ke dalam tetraprisme yang praktis, aman dan higienis. Minuman air kelapa Hydro Coco diluncurkan oleh Kalbe Farma pada tahun 2008. Produk ini merupakan inovasi dari Kalbe yang melihat peluang bisnis dari air kelapa yang terbuang di salah satu pabrik rekanan bisnisnya. Hydro Coco merupakan minuman air kelapa asli pertama yang dikemas dan terbuat dari air kelapa asli yang berasal dari perkebunan kelapa Indonesia. Air kelapa yang digunakan untuk Hydro Coco berasal dari perkebunan milik Sambu Group di Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau.

Tabel I.1
Top Brand Indeks Minuman Isotonik

Brand	TBI 2024	
Pocari Sweat	62,2%	Top
Mizone	21,9%	Top
Gatorade	3,9%	
Hydro coco	3,8%	

Sumber : *Top Brand Award. com*, 2024

Dari *Top Brand Indeks* diatas dapat dilihat bahwa minuman isotonik Pocari Sweat menjadi minuman favorit yang banyak dikonsumsi 2024, ini dapat dilihat dari presentase minuman isotonik Pocari Sweat yang mencapai 62,2%, posisi kedua ditempati oleh minuman isotonik Mizone dengan jumlah presentase 21,9%, selanjutnya diposisi ketiga ditempati oleh minuman isotonik Gatorade dengan presentasi 3,9%, sementara diurutan terakhir ditempati oleh minuman isotonik Hydro Coco dengan jumlah presentasi sebanyak 3,8%. Berdasarkan penjelasan diatas dapat dilihat bahwa peminat minuman isotonik Hydro Coco sedikit, minuman isotonik Hydro Coco masih perlu melakukan upaya lebih lanjut dalam meningkatkan penjualan.

Melihat dari penjelasan tersebut, peneliti melakukan wawancara kepada masyarakat di Desa Berlian Makmur, yang mana masyarakat di desa tersebut sering terlibat dalam kegiatan fisik yang berat, seperti olahraga, bertani atau beraktifitas diluar ruangan dalam cuaca yang panas. Dimana kegiatan tersebut meningkatkan kebutuhan cairan dan elektrolit. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada 30 orang masyarakat di Desa Berlian Makmur berdasarkan hasil tersebut 14 orang menyukai Pocari Sweat, 11 orang menyukai Mizone, 1 orang memilih Gatorade, dan 4 orang menyukai Hydro coco. Hasil tersebut menunjukkan bahwa minuman isotonik Hydro Coco menjadi urutan ketiga.

Setelah melakukan survey awal, peneliti kemudian melakukan pra riset dengan mewawancarai masyarakat di Desa Berlian Makmur tentang minuman isotonik Hydro Coco , berikut hasil pra riset yang dilakukan kepada 30 responden

Tabel 1.2
Pra riset masyarakat tidak menyukai isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur

No	Pernyataan	Ya	Tidak
Produk			
1	Hydro coco memiliki rasa yang nikmat meskipun dalam keadaan tidak dingin	10	20
2	Merek minuman isotonik Hydro Coco sudah dikenal masyarakat	13	17
3	Minuman Isotonik Hydro Coco tidak mudah bocor	19	11
4	Minuman isotonik Hydro Coco kurang beragam	14	16
Harga			
5	Harga minuman isotonik Hydro Coco sangat murah	8	22
6	Harga minuman isotonik Hydro Coco sesuai dengan kualitas	12	18
7	Harga minuman isotonik Hydro Coco tidak lebih mahal dari merek lainnya	14	16
Tempat/Distribusi			
9	Minuman isotonik hydro coco mudah ditemukan ditoko didesa	5	25
10	Stok minuman isotonik Hydro coco selalu tersedia	14	16
11	Minuman isotonik Hydro Coco tersedia diseluruh wilayah didesa	9	21
Promosi			
12	Minuman isotonik Hydro Coco banyak direkomendasikan oleh teman atau orang lain	11	19
13	Iklan minuman isotonik Hydro coco sering terlihat sosial media	6	24
14	Sales minuman isotonik hydro coco tidak memaksa pada saat menawarkn produknya	12	18
Jumlah		30	30

Sumber : Wawancara pra riset, November 2024

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pernyataan pertama Hydro Coco memiliki rasa yang nikmat meskipun dalam keadaan tidak dingin dengan 10 responden yang menjawab Ya dan 20 responden menjawab Tidak menunjukkan variabel produk, pernyataan tersebut menunjukkan

bahwa jika dalam keadaan tidak dingin maka rasa minuman isotonik hydro coco berubah. Pernyataan merek minuman isotonik hydro coco sudah dikenal masyarakat 13 responden menjawab iya dan 17 responden menjawab tidak menunjukkan variabel produk, pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat banyak yang tidak mengetahui minuman isotonik merek Hydro Coco. Pernyataan minuman isotonik hydro coco kurang beragam dengan jumlah responden 14 yang menjawab ya dan 16 menjawab tidak menunjukkan variabel produk, pernyataan tersebut menunjukkan bahwa banyak minuman isotonik Hydro Coco kurang beragam.

Pernyataan harga minuman isotonik murah dengan jumlah 8 responden menjawab iya dan 22 responden menjawab tidak menunjukkan variabel harga, yang mana pernyataan ini menunjukkan bahwa harga minuman isotonik relatif lebih mahal. Pernyataan harga minuman isotonik Hydro Coco sesuai dengan kualitas dengan jumlah 12 responden menjawab Ya dan 18 responden menjawab Tidak menunjukkan variabel harga, dimana pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kualitas minuman isotonik hydro coco tidak sesuai dengan harga yang telah dikeluarkan oleh konsumen. Pernyataan harga minuman Isotonik Hydro Coco lebih mahal dibandingkan minuman isotonik merek lainnya dengan jumlah responden 14 yang menjawab ya dan 16 yang menjawab tidak menunjukkan variabel harga, pernyataan tersebut menunjukkan bahwa minuman isotonik hydro coco harganya lebih mahal. Pernyataan minuman isotonik hydro coco tersedia diseluruh wilayah didesa dengan jumlah responden 14 yang menjawab ya dan 16 menjawab tidak menunjukkan variabel distribusi.

Pernyataan kelima minuman isotonik Hydro Coco banyak direkomendasikan oleh teman atau orang lain dengan jumlah 5 responden menjawab Ya dan 25 responden menjawab Tidak menunjukkan variabel promosi, yang mana pernyataan ini menunjukkan bahwa minuman isotonik Hydro Cocokurang direkomendasikan oleh teman, keluarga ataupun orang lain. Pernyataan keenam Iklan minuman isotonik Hydro Coco sering terlihat disosial media dengan jumlah 14 responden menjawab Ya dan 16 responden menjawab Tidak menunjukkan variabel promosi, yang mana hal ini menunjukkan bahwa iklan minuman isotonik Hydro Coco jarang terlihat disosial media.

Pernyataan minuman isotonik hydro coco terdapat diseluruh toko didesa yaitu dengan 11 responden menjawab Ya dengan pernyataan tersebut dan 19 responden menjawab Tidak dengan pernyataan tersebut menunjukkan variabel tempat/saluran distribusi, yang mana hal ini menunjukkan bahwa tidak semua toko didesa ada tersedia minuman isotonik Hydro Coco. Pernyataan stok minuman isotonik hydro coco selalu tersedia dengan jumlah 6 responden yang menjawab Ya dan 24 responden menjawab Tidak menunjukkan variabel distribusi, yang mana hal ini menunjukkan bahwa stok minuman isotonik yang ada di toko sangat terbatas. Pernyataan sales minuman Isotonik Hydro Coco tidak memaksa dalam menawarkan produknya dengan jumlah responden yang menjawab 12 menjawab ya dan 18 menjawab tidak menunjukkan variabel promosi.

Berdasarkan penjelasan masalah diatas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuma Isotonik Hydro Coco Di Desa Berlian Makmur.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur ?
2. Apakah ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur ?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur ?
4. Apakah ada pengaruh tempat/distribusi terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur ?
5. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur
4. Untuk mengetahui pengaruh tempat/distribusi terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur
5. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco di Desa Berlian Makmur

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat nambah pemahaman dan wawasan bagi penulis yang lebih dalam terhadap manajemen pemasaran, khususnya hubungan antara bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Hydro Coco.

2. Manfaat Bagi Almamater

Dapat digunakan sebagai acuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya, yang serupa dengan penelitian ini agar lebih terarah dan sistematis.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggapratama, R., Irnawati, D., Ivoka Junea, A., & Shalzabilla Meta Firanka, S. (2023). *Keputusan Pembelian Pocari Sweat Isotonik Dipengaruhi Oleh Kesadaran Merek Serta Persepsi Kualitas*. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(3), 775–788. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i3.4683>
- Asiati, D. I., & dkk. (2022). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi* (Cetakan Ke). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Aulia, D. N., Oktavia, Y., & Wahyuni, H. (2024). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pocari Sweat Di Kota Pasuruan*. *Jurnal Neraca Manajemen Dan Ekonomi*, 6(2), 1–9.
- Buchori dan Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : alfabeta
- Dewi, nia safitri, & Prabowo, rokh eddy. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018*, 2016, 711.
- Diah Isnaini, dkk. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: Nur Fikri
- Dwi Poetra, R. (2019). *Penaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Di Kota Manado* . 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Ginting nembah, F. H. (2023). *Manajemen Pemasaran* (E. Jupri (ed); edisi Pertama). Yrama Widya.
- Habibullah, A. (2021). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pocari Sweat Di Kota Surabaya Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3).
- Harahap, R. A. (2019). *Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada Pt . Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan)*, XXVII(2654–3915), 973–986.
- Herdian, H., Asiati, D. I., & Moelyatie, T. A. (2023). *Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian E-Paper Bisnis Indonesia Dengan Karakteristik Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 4(2), 49–63. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v4i2.1164>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Pertama). Unitomo Press.

- kotler, P., & Keller, L.K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pamestra (ed); edisi keenam). Penerbit Andi.
- Jelanu, Y. E., & Ayu, S. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Velvet Hotel Gunawangsa Merr.* *Jurnal AKTUAL*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.47232/aktual.v21i1.289>
- M. Ajis Susilo, Syariefful Ikhwan, & Slamet Bambang Riono. (2022). *Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Cleo.* *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 102–114. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i3.115>
- Manalu, M. A. (2018). *Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pocari sweat di kota batam.* <http://repository.upbatam.ac.id/4562/1/cover>.
- Rahmawati, E. D., (2023) *Manajemen Pemasaran* (Pertama). Penerbit Pustakabarupress.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Pertama). Penerbit Deepublish.
- Rohwiyati. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya Tahun 2022).* *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Mutiara Madani*, 9(Desember), 158–169.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). *Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen.* *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Shaleh, M., Mallongi, S., & Rahman, Z. (2021). *Pengaruh Pengangguran, Indeks Pembangunan Manusia dan PDRB Terhadap Tingkat Kemiskinan di Kabupaten Luwu Timur.* *Tata Kelola*, 8(2), 143–167. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v8i2.556>
- Sinta, S., Abadi, F., Bisnis, F., & Teknologi dan Bisnis Kalbis Jalan Pulomas Selatan Kav, I. (2022). *Pengaruh Bauaran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Konsumen.* 8(4), 4369–4380.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif, Dan R&D.* Bandung:Alfabeta

Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Edisi 2).

Aflabeta.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi* (A. Cristian (ed.); I). Penerbit ANDI.