

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh sikap konsumen pada iklan terhadap sikap konsumen pada merk Pocari Sweat, (2) pengaruh sikap konsumen pada iklan terhadap citra merek Pocari Sweat, (3) pengaruh sikap konsumen pada merek terhadap citra merek Pocari Sweat, (4) pengaruh sikap konsumen pada merk terhadap preferensi merek Pocari Sweat, dan (5) pengaruh citra merk terhadap preferensi merk Pocari Sweat.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal, untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antar variabel. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden di Surabaya dan yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Model dengan program 16.0. penelitian ini menggunakan alat pengukuran berupa kuesioner, dan diambil sebanyak 110 responden menggunakan *non probability sampling*.

Hasil penelitian ini adalah : (1) Sikap pada iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pada merek, (2) Sikap pada iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (3) Sikap pada merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (4) Sikap pada Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Merek, dan (5) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi merek.

Kesimpulan penelitian ini adalah (1) konstruk sikap konsumen pada iklan telah dikonfirmasi sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Rossiter and Percy (1987), (2) Sikap konsumen pada merek telah dikonfirmasi sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Keller (2003), (3) Citra merek telah dikonfirmasi sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Keller (1993), (4) Preferensi merek telah dikonfirmasi sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Hawkins (1999), (5) Terdapat pengaruh sikap terhadap iklan terhadap sikap terhadap merek, (6) Terdapat pengaruh sikap terhadap iklan terhadap citra merek, (7) Terdapat pengaruh sikap terhadap merek terhadap citra merek, (8) Terdapat Pengaruh Sikap Terhadap Merek Terhadap Preferensi Merek, dan (9) Terdapat pengaruh citra merek terhadap preferensi merek. Untuk meningkatkan pencapaian market share, pihak manajemen Pocari Sweat memperbesar pengaruh sikap pada merek terhadap preferensi merek.

Kata kunci : sikap pada iklan, sikap pada merek, citra merek, preferensi merek, minuman isotonik.