



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO. 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Pengaruh Brand Image Aquarius Swimming School

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di

Kota Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Edward Farand Wijaya

2015320039

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO. 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Pengaruh Brand Image Aquarius Swimming School

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di

Kota Bandung

Skripsi

Oleh

Edward Farand Wijaya

2015320039

Pembimbing

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., MM.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Edward Farand Wijaya
Nomor Pokok : 2015320039
Judul : Pengaruh Brand Image *Aquarius Swimming School* Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Bandung

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 13 Januari 2021

Pembimbing,

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., MM.

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
15 Januari 2021
Yoke Pribadi Komarius, S.AB., M.Si.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan
Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Edward Farand Wijaya
Nomor Pokok : 2015320039
Judul : Pengaruh *Brand Image Aquarius Swimming School* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana Pada Senin, 25 Januari
2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji


Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

: 

Sekretaris

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M.


: 

Anggota

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Edward Farand Wijaya

NPM : 2015320039

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Brand Image Aquarius Swimming School terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 13 Januari 2021



Edward Farand Wijaya

Abstrak

Nama : Edward Farand Wijaya

NPM : 2015320039

Judul : Pengaruh Brand Image *Aquarius Swimming School* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Bandung

Kompetisi dalam dunia olahraga saat ini sangat diminati oleh semua kalangan, baik itu pecinta olahraga, atletnya itu sendiri, atau bahkan pemerintah pun ikut menikmati kompetisi dunia olahraga itu. Dunia olahraga sangatlah luas, banyak sekali cabang olahraga yang dipertandingkan. Salah satunya adalah cabang olahraga renang. Cabang olahraga ini merupakan jenis cabang olahraga terukur yaitu dimana para perenang berlomba untuk menjadi yang tercepat dalam jarak yang sudah ditentukan.

Para atlet yang bertanding membawa nama daerah dan club mereka masing-masing, hal inilah yang kemudian bisa menjadi tolak ukur keberhasilan club tersebut untuk menciptakan atau membina atlet yang berprestasi. Setelah mencoba meng survey 10 orang para atlet muda yang masih berusia sekitar 6 – 15 tahun dimana 7 orang memilih masuk *Aquarius Swimming School* agar dapat berprestasi di tingkat daerah, nasional, maupun internasional. Sedangkan sisanya tidak mengejar prestasi dan hanya melakukan rutinitas kesehatan biasa.

Dalam metode penelitian ini, saya menggunakan metode deskriptif. penelitian ini digolongkan dalam penelitian asosiatif atau hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang brand image dan keputusan konsumen, serta menjelaskan pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian konsumen Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memperoleh data, dipelajari dan ditarik kesimpulannya oleh penulis dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara kepada 100 responden. Penulis juga melakukan observasi guna menambah keakuratan penelitian.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Aquarius Swimming School*. Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan sebesar 0,344. Hasil ini menunjukkan bahwa *brand image* memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Klub *Aquarius Swimming School* sebesar 34,4%. Sedangkan sisanya 65,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Brand Image, Keputusan Pembelian Konsumen

Abstract

Name : Edward Farand Wijaya

NPM : 2015320039

Title : *Effect Of Aquarius Swimming School Brand Image On Consumer Purchasing Decision In Bandung City*

Competition in the world of sports today is in great demand by all circles, be it sports lovers, athletes themselves, or even the government also enjoys the competition of the world of sports. The world of sports is vast, and many sports are contested. One of them is the sport of swimming. This sport is a measured sport where swimmers race to be the fastest in a predetermined distance.

The athletes who compete carry the name of their respective regions and clubs; this can then be the benchmark of the club's success to create or foster athletes who excel. After surveying ten young athletes who are still around 6-15 years old, seven people choose to enter Aquarius Swimming School to excel at the regional, national, and international levels. In contrast, the rest do not pursue achievements and only do regular health routines.

In this research method, the authors used descriptive methods. The research employ is associative research or causal relationships. This study also aims to provide an overview of brand image and consumer decisions and explain the influence of brand image on consumer purchasing decisions.

The data collection was conducted by distributing questionnaires and interviews to 100 respondents. The author also made observations to increase the accuracy of the research.

This study showed that Brand image has a significant influence on consumer purchasing decisions at Aquarius Swimming School. The resulting coefficient of determination is 0.344. These results showed that brand image contributed to consumer purchasing decisions at Aquarius Swimming School Club by 34.4%. At the same time, the remaining 65.6% were influenced by other factors that were not studied.

Keywords: Brand Image, Consumer Purchasing Decision

Kata Pengantar

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya yang menyertai penulis dalam penulisan skripsi yang berjudul Pengaruh Brand Image *Aquarius Swimming School* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Bandung. Atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung, membantu, dan berperan dalam penelitian penulis kali ini baik dalam perkuliahan maupun di luar perkuliahan. Atas bantuan yang mereka berikan akhirnya penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu memberikan perlindungan dan berkat karunia-Nya kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua penulis yaitu Septian Wijaya dan Yanny Harjanti yang selalu memberi motivasi dan doa kepada penulis, sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
3. Adik penulis yaitu Ernest Fabian Wijayayang selalu memberi motivasi dan doa kepada penulis, sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.

4. Saudara-saudari penulis yaitu Agnes Marsha, Nathania Devina, dan Verla Adella yang membantu penulis untuk menyusun skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing penulis yaitu Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M., yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan arahan, masukan, dan motivasi untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi.
6. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yaitu Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yaitu Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.
7. Dosen yang membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yaitu Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.
8. Bapak Donny Budiarto Utomo selaku Kepala Pelatih *Aquarius Swimming School* yang sudah membantu penulis dalam wawancara untuk keperluan data dalam skripsi ini.
9. Seluruh teman – teman penulis di Ilmu Administrasi Bisnis dan Fisip UNPAR yang membantu penulis dalam menjalani perkuliahan.
10. Seluruh teman – teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah mendukung, membantu, mendoakan penulis.

Semoga Tuhan Yesus membalas dan memberikan berkat karunia atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi yang membacanya.

Bandung, Januari 2021

Penulis

Edward Farand Wijaya

Daftar Isi

Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Lampiran.....	xii
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Objek Penelitian.....	8
BAB 2 Kajian Pustaka.....	9
2.1 Pemasaran.....	9
2.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.3 Brand (merk).....	11
2.3.1 Makna Brand (merk).....	12
2.3.2 Syarat Merek	13
2.3.3 Kriteria Pemilihan Merk	13
2.3.5 Tujuan	15
2.4 Brand Image	15
2.4.1 Dimensi Brand Image	17
2.4.2 Indikator Brand Image	18
2.5 Definisi Keputusan Pembelian Konsumen	19
2.5.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	19
2.5.2 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	20

2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	23
2.6 Penelitian Terdahulu	24
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian	27
3.1.1 Model Penelitian.....	27
3.1.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.1.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.1.4 Operasionalisasi Variabel	30
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.1.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.1.7 Teknik Analisis Data	37
3.2 Objek Penelitian.....	43
BAB 4 Objek Penelitian	44
4.1 Sejarah.....	44
4.2 Problem	44
4.3 Our Goal.....	45
4.4 Our Mission (Swimming Club vs Swimming School)	45
4.5 Divisi.....	46
4.6 Biaya Member	48
Job Struktur	49
4.8 Staff dan Pelatih.....	49
4.9 Job Description	51
4.10 Contact Person.....	52
4.11 Promosi.....	53
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
5.1.1 Uji Validitas Variabel Penelitian.....	54
5.1.3 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	58
5.2 Profil Responden dan Analisis Tanggapan Responden.....	58

5.2.1 Profil Responden	58
5.2.2 Analisis Tanggapan Responden	61
5.3 Persyaratan Uji Regresi	87
5.3.1 Uji Normalitas	87
5.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	88
5.4 Uji Regresi Linier Sederhana	90
5.5 Pengujian Hipotesis.....	91
5.6 Analisis Koefisien Determinasi	92
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
6.1 Kesimpulan.....	90
6.1.1 Perhitungan Statistik	90
6.2 Tanggapan Responden	91
6.3 Saran.....	92
Daftar Pustaka	94
Lampiran	96

Daftar Gambar

Gambar 2:1 Tahap-tahap proses pengambilan keputusan konsumen	23
Gambar 3:1 Model Penelitian.....	28
Gambar 4:1 Struktur di Aquarius Swimming School	49
Gambar 4:2 Contact person Aquarius Swimming School	52
Gambar 4:3 Logo	53
Gambar 4:4 Promosi lewat Instagram Aquarius Swimming School	53
Gambar 4:5 Promosi lewat Facebook Aquarius Swimming School.....	54
Gambar 5:1 Garis Kontinum Brand Image	78
Gambar 5:2 Garis Kontinum Keputusan pembelian	86

Daftar Tabel

Tabel 1:1 Besar Bonus PON.....	2
Tabel 1:2 Daftar Rekor Nasional yang dibuat perenang Aquarius	3
Tabel 1:3 Sertifikat Olympics perenang dan pelatih Aquarius.....	4
Tabel 1:4 Daftar Medali Aquarius dalam Kejuaraan	5
Tabel 1:5 Atlet Aquarius yang masuk PON 2020	6
Tabel 2:1 Penelitian terdahulu	24
Tabel 3:1 Operasionalisasi Variabel Brand Image	31
Tabel 3:2 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	33
Tabel 3:3 Skala Likert	35
Tabel 3:4 Kategori Nilai Rata-Rata	39
Tabel 3:5 Pedoman Tingkat Keeratan Hubungan.....	41
Tabel 5:1 Hasil Pengujian Variabel Brand Image	55
Tabel 5:2 Hasil Pengujian Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 5:3 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 5:4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 5:5 Responden Berdasarkan Umur.....	59
Tabel 5:6 Responden Berdasarkan Pendapatan / uang saku per bulan	60
Tabel 5:7 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 5:8 Responden Berdasarkan Sudah berapa kali berenang di Aquarius Swimming School.....	61
Tabel 5:9 Kategori Tanggapan Responden	62
Tabel 5:10 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 1 “Aquarius Swimming School merupakan merek yang berkualitas”	62
Tabel 5:11 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 2 “Merek Aquarius Swimming School mudah untuk diucapkan dan diingat konsumen”	63
Tabel 5:12 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 3 “Tag line “a Lifetime Experience” menarik minat konsumen untuk mencoba”	64
Tabel 5:13 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 4 “Website Aquarius Swimming School menyediakan informasi yang lengkap tentang latihan renang”	65
Tabel 5:14 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 5 “Merek Aquarius Swimming School dapat dipercaya”	66
Tabel 5:15 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 6 “Latihan di Aquarius Swimming School sudah sesuai dengan keinginan konsumen”	67

Tabel 5:16 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 7 “Aquarius Swimming School menyediakan latihan yang bervariasi bagi setiap member”	68
Tabel 5:17 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 8 “Harga bulanan bagi member di Aquarius Swimming School terjangkau untuk semua kalangan”	69
Tabel 5:18 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 9 “Aquarius Swimming School menyesuaikan program latihan yang dibutuhkan oleh member atau atlet”	70
Tabel 5:19 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 10 “Aquarius Swimming School memiliki keunggulan nyata jika dibandingkan dengan tempat renang lainnya”	71
Tabel 5:20 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 11 “Saya menyukai tag line di Aquarius Swimming School yaitu “a Lifetime Experience”	72
Tabel 5:21 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image Pernyataan 12 “Promo yang diadakan Aquarius Swimming School bervariasi”	73
Tabel 5:22 Penilaian Responden Terhadap Brand Image	74
Tabel 5:23 Penilaian Responden Terhadap Brand Image Berdasarkan Peringkat	76
Tabel 5:24 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Pernyataan 1 “Saya memiliki kebutuhan untuk latihan berenang”	79
Tabel 5:25 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Pernyataan 2 “Saya sudah mencari informasi dari berbagai kolam renang yang ada di kota Bandung”	80
Tabel 5:26 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Pernyataan 3 “Saya membandingkan antara kolam renang yang sudah saya dapatkan informasinya”	81
Tabel 5:27 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Pernyataan 4 “Saya memutuskan untuk berlatih renang secara rutin di kolam renang Aquarius”	82
Tabel 5:28 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Pernyataan 5 “Saya merasa puas selama berlatih renang di kolam renang Aquarius”	83
Tabel 5:29 Penilaian Responden Terhadap Keputusan pembelian	84
Tabel 5:30 Penilaian Responden Terhadap Keputusan pembelian Berdasarkan Peringkat	84
Tabel 5:31 hasil uji normalitas	88
Tabel 5:32 grafik <i>scatterplot</i>	89
Tabel 5:33 hasil analisis regresi liner sederhana	90
Tabel 5:34 hasil uji t	92
Tabel 5:35 Analisis Koefisien Determinasi	93

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Analisis Koefisien Determinasi	96
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Brand Image	100
Lampiran 3 Hasil Rekapitulasi Keputusan Pembelian	102
Lampiran 4 Profil Responden	104
Lampiran 5 Jenis Kelamin	104
Lampiran 6 Umur	104
Lampiran 7 Pendapatan / uang saku per bulan	105
Lampiran 8 Pekerjaan	105
Lampiran 9 Sudah berapa kali berenang di Aquarius Swimming School	106
Lampiran 10 Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Brand Image	106
Lampiran 11 Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian ..	112
Lampiran 12 Uji Validitas Brand Image	116
Lampiran 13 Uji Validitas Keputusan Pembelian	119
Lampiran 14 Uji Reliabilitas Brand Image	120
Lampiran 15 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	121
Lampiran 16 Uji Normalitas	122
Lampiran 17 Uji Heteroskedastisitas	122
Lampiran 18 Regresi Linear Sederhana	123
Lampiran 19 Kuesioner	125
Lampiran 20 Profil Responden	125
Lampiran 21 DAFTAR PERTANYAAN	126

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Olahraga renang merupakan olahraga terukur, yang artinya dalam suatu kompetisi yang menjadi system penilaiannya adalah tolak ukur, yaitu berapa waktu yang dia peroleh untuk menempuh jarak. Semakin cepat waktunya maka dia menjadi pemenang itu. Oleh karena itu saat ini banyak orang yang ingin membuka suatu club renang dan juga banyak atlet-atlet muda yang ingin bergabung dengan sebuah klub.

Kompetisi dalam suatu Olahraga bukanlah lagi hal yang baru. Faktanya dari tahun ke tahun anggaran dana Negara/Daerah selalu mengalami peningkatan. Mulai dari anggaran bonus contohnya. Hal inilah yang menyebabkan banyak atlet yang menjadikan ini sebagai sebuah profesi/pekerjaan. Setelah penulis melakukan sedikit wawancara dengan atlet asal Jawa Barat dan berlatih di *Aquarius Swimming School* ini yaitu Aflah Fadlan Prawira mengatakan kalau saat ini dia menganggap atlet renang sebagai sebuah pekerjaan untuk menghasilkan uang. Selain itu dia pun berkata selain materi yang dicari, dia pun merasa bangga ketika berhasil membawa nama Indonesia di kancah Internasional. Hal inilah yang menyebabkan bertambah banyaknya atlet-atlet renang tersebut. Selain itu factor-faktor yang penting yang dilakukan Pemerintah seperti mengirim atlet-atlet yang masih junior untuk bertanding di luar negeri merupakan salah satu motivasi tersendiri untuk atlet-atlet junior. Ini adalah besaran

bonus yang dikeluarkan oleh Daerah Jawa Barat pada setiap pagelaran PON mulai dari tahun 2008, 2012, dan 2016. Terlihat disini ketika jumlah bonus yang dikeluarkan setiap daerah meningkat maka dapat dipastikan bahwa eksistensi kompetisi Renang selalu meningkat.

Tabel 1:1 Besar Bonus PON

Tahun	Bonus Medali Emas
PON XVII/2008 di Kalimantan Timur	75 juta
PON XVIII/2012 di Riau	100 juta
PON XIX/2016 di Jawa Barat	200 juta

Sumber: survey dan wawancara atlet terkait yang mendapat medali emas

Saat ini di Kota Bandung ada sebuah club yang mempunyai eksistensi besar setelah menghasilkan atlet-atlet berbakat untuk berprestasi di kancah nasional yaitu *Aquarius Swimming School*. *Aquarius Swimming School* adalah sebuah club renang yang dulunya bernama Aquarius Club. Saat ini di *Aquarius Swimming School* sendiri ada lebih dari 50 atlet yang berlatih. Atlet-atlet tersebut sendiri berasal dari daerah-daerah yang berbeda. Ada yang membawa daerah DKI Jakarta, Jawa Timur, Bengkulu, NAD, dll. Atlet-atlet tersebut dititipkan oleh daerahnya masing-masing untuk berlatih di club Aquarius ini.

Aquarius Swimming School ini sudah mempunyai Brand Image yang besar bahkan seluruh Indonesia dapat dikatakan mengetahui club renang ini. Hal ini dapat

diketahui karena atlet-atlet yang dibinanya. Selain memiliki atlet yang baik, ketua pelatih (head coach) *Aquarius Swimming School* sendiri merupakan mantan atlet Olimpiade. Brand Image *Aquarius Swimming School* sendiri adalah penghasil dan pembina atlet terbaik di Indonesia. Ada 2 orang Icon *Aquarius Swimming School* yang memegang Rekor Nasional Indonesia. Disini ada Aflah Fadlan Prawira dan Yessy V Yosaputra sebagai atlet terbaik hasil binaan *Aquarius Swimming School*:

Tabel 1:2 Daftar Rekor Nasional yang dibuat perenang Aquarius

400m <i>freestyle</i>	3.52.16	<u>Aflah Fadlan Prawira</u>	21 March 2019	<i>Singapore Age Group Championships</i>	<i>Singapore, Singapore</i>
800m <i>freestyle</i>	8.03.87	<u>Aflah Fadlan Prawira</u>	20 August 2018	<i>Asian Games</i>	<i>Jakarta, Indonesia</i>
1500m <i>freestyle</i>	15.15.77	<u>Aflah Fadlan Prawira</u>	5 December 2019	<u>Souteast Asian Games</u>	<i>New Clark City, Phillipines</i>
200m <i>backstroke</i>	2.15.73	<u>Yessy Venisia Yosaputra</u>	13 November 2011	<i>Southeast Asian Games</i>	<i>Palembang, Indonesia</i>

Sumber: wawancara dan survey

Tabel 1:3 Sertifikat Olympics perenang dan pelatih Aquarius



Sumber: Sertifikat Olympic Yessy V dan Donny B

Brand Image suatu club renang dilihat tidak hanya dari atlet-atlet senior yang sudah berhasil. Namun dilihat juga dari pembinaan atlet-atlet muda atau pelajarnya. Hal itu dapat dilihat hasil pertandingan antar pelajar, seperti dibawah ini:

Tabel 1:4 Daftar Medali Aquarius dalam Kejuaraan



KEJUARAAN RENANG CLUB OLAHRAGA PELAJAR 2019
KOLAM PRESTASI KONI JAWA BARAT
29 - 31 MARET 2019

REKAP MEDALI / POIN PER KONTINGEN

NO.	CLUB	PENGCAH	PENGPROV	EMAS	PERAK	PERUNGGU	POIN
1	AQUARIUS	KOTA BANDUNG	JAWA BARAT	26	7	8	0
2	WIJAYA SC	KOTA CIREBON	JAWA BARAT	11	3	8	0
3	SAC	KOTA CIMAH	JAWA BARAT	8	0	0	0
4	CARUBAN AG	KOTA CIREBON	JAWA BARAT	7	6	2	0
5	ESC	KOTA BANDUNG	JAWA BARAT	5	38	14	0
6	BOA	KAB BEKASI	JAWA BARAT	5	1	4	0
7	WSSC	KAB BANDUNG	JAWA BARAT	3	4	2	0
8	GAJAHDEPA	KAB SUMEDANG	JAWA BARAT	2	7	0	0
9	AQUATIC RAYA	KAB BANDUNG	JAWA BARAT	2	2	2	0
10	TSS	KOTA BOGOR	JAWA BARAT	2	2	1	0
11	RENGGANIS	KOTA SUKABUMI	JAWA BARAT	1	2	2	0
12	BSC	KAB CIAMUR	JAWA BARAT	1	2	0	0
13	DOELPHIN	KOTA BANDUNG	JAWA BARAT	1	1	2	0
14	TIRTAMERTA	KOTA BANDUNG	JAWA BARAT	0	12	5	0
15	AQUALIX	KAB GARUT	JAWA BARAT	0	3	1	0
16	SELLYS AG	KOTA BANDUNG	JAWA BARAT	0	1	4	0
17	TAKSANA SC	KOTA BEKASI	JAWA BARAT	0	1	1	0
18	TIRTABIMA	KAB MAJALENGA	JAWA BARAT	0	1	0	0
19	CJSC	KOTA CIMAH	JAWA BARAT	0	0	3	0
19	GAC	KAB TASHMALAYA	JAWA BARAT	0	0	3	0
21	TMC	KOTA CIMAH	JAWA BARAT	0	0	2	0
21	PRTA	KAB BOGOR	JAWA BARAT	0	0	1	0
22	SHARK	KOTA BANDUNG	JAWA BARAT	0	0	1	0
23	THE SC	KOTA BEKASI	JAWA BARAT	0	0	1	0
25	ARBESA	KAB BANDUNG	JAWA BARAT	0	0	0	0
26	DWISE	KAB SUBANG	JAWA BARAT	0	0	0	0
27	GREAT	KOTA CIREBON	JAWA BARAT	0	0	0	0
28	CURITA SC	KAB SUKABUMI	JAWA BARAT	0	0	0	0
29	JAS	KAB GARUT	JAWA BARAT	0	0	0	0
30	KATAR AG	KOTA BANDUNG	JAWA BARAT	0	0	0	0
31	KBSC	KOTA BANDUNG	JAWA BARAT	0	0	0	0
32	OCEANUS	KOTA BOGOR	JAWA BARAT	0	0	0	0
33	ORCELLA	KOTA CIMAH	JAWA BARAT	0	0	0	0
34	PAUS	KOTA CIMAH	JAWA BARAT	0	0	0	0
35	TIRTAGAPURI	KAB SUKABUMI	JAWA BARAT	0	0	0	0
36	WINARS	KAB SUMEDANG	JAWA BARAT	0	0	0	0

Sumber: data hasil kejuaraan antar pelajar Jawa Barat

Peran club disini adalah membina atlet nya untuk meningkatkan performa atletnya agar dapat berprestasi di PON 2020 mendatang. Hal ini tentu saja tidak didapatkan tanpa sebab. Atlet-atlet yang saat ini berlatih di Aquarius Swimming School untuk PON mendatang ada 14 orang yang terdiri dari atlet Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, DKI Jakarta, NAD, dan Papua. Atlet-atlet yang mengikuti PON mendatang menambah citra *Aquarius Swimming School* sendiri.

Tabel 1:5 Atlet Aquarius yang masuk PON 2020

Jumlah Atlet yang mengikuti PON 2020	Asal Provinsi
2	DKI Jakarta
7	Jawa Barat
1	Jawa Timur
1	Bengkulu
2	NAD
1	Papua

Sumber: hasil survey

Brand Image suatu club sama sekali tidak dapat dibohongi sama sekali. Suatu club dikatakan memiliki Brand Image baik dan dikenal oleh masyarakat di Indonesia ketika sudah menghasilkan contoh atlet diatas. Jika tidak ada atlet yang berprestasi tentu pastinya Brand Image yang dimiliki suatu club tidak sebaik dengan club yang memiliki atlet-atlet yang berprestasi. Hal ini penulis percayai setelah melakukan survey secara lisan terhadap 10 orang teman penulis secara acak mengenai *Aquarius Swimming School*. Sebagai perbandingan penulis membandingkan club *Aquarius Swimming School* dengan Pacific Swimming Club yang terletak di Kolam Renang Paskas, Sulaiman Bandung. Hasilnya 70% orang mengetahui tentang *Aquarius Swimming School* dan juga atletnya yaitu Aflah Fadlan Prawira, sedangkan 30% sisanya hanya pernah mendengar secara sekilas. Dalam hasil wawancara itu penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Brand Image sebuah club memegang peranan

sangat penting untuk dapat memikat konsumen. Konsumen dalam bidang ini akan dibagi menjadi 3 kelas:

1. Divisi Learn to Swim (Pemula)
2. Divisi Intermediate
3. Divisi Swim Team (Prestasi)

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh brand image terhadap keputusan konsumen?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi brand image *Aquarius Swimming School*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Mengetahui sebesar apa pengaruh Brand Image terhadap keputusan konsumen
2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian dapat membuat penulis memahami keputusan-keputusan yang diambil berdasarkan brand image sebuah perusahaan.

2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan mempunyai kesamaan dalam menentukan topik penelitian.

1.5 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini objek yang akan digunakan adalah *Aquarius Swimming School* yang merupakan sebuah club renang di Kota Bandung yang menghasilkan dan membina para atlet renang yang berprestasi di tingkat nasional maupun internasional.