

## **Abstract**

*Product, price, place and promotion are the elements in marketing mix. On this research will be explored the influence of marketing mix on brand image Hydro Coco, which is an isotonic water product from real coconut water. This research aims to know whether there is an influence from marketing mix towards brand image Hydro Coco and how big is the impact. Methodology that is used in this research is quantitative, by survey and experiment. The distribution of questionnaire was done in Kelurahan Grogol Utara RT 008 RW 016 with 200 populations and according to Slovin formula, only 133 samples are used. This research will be counted and analyzed in statistic and will be processed by SPSS 21 program. Data will be processed through validity test, reliability test, normality test and simple regression linier. Hence, the result from this research shows that  $H_0$  which said marketing mix socialization don't have impact to brand image Hydro Coco is rejected, while  $H_a$  which said marketing mix socialization do have the impact to brand image Hydro Coco is accepted. (FEW)*

**Keyword** : Marketing Mix, Brand Image, Hydro Coco

## Abstrak

Produk, harga, saluran distribusi dan promosi adalah unsur yang tergabung didalam *marketing mix*. Pada penelitian ini akan dilakukan penelitian pengaruh *marketing mix* terhadap produk Hydro Coco yang merupakan sebuah produk minuman isotonik yang terbuat dari air kelapa asli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *marketing mix* terhadap citra produk Hydro Coco dan seberapa besar pengaruhnya. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bersifat objektif, dengan cara survei dan eksperimen. Penyebaran kuesioner ini dilakukan di Kelurahan Grogol Utara RT 008 RW 016 dengan populasi sebesar 200 orang dengan sampel sebanyak 133 yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan dan analisis data kuantitatif menggunakan metode pengujian statistik. Nilai-nilai yang diperoleh melalui kuesioner diolah menggunakan program SPSS 21. Proses pengolahan data yang dilakukan meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas dan regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  yang menyatakan sosialisasi *marketing mix* tidak memiliki pengaruh terhadap citra produk “Hydro Coco” ditolak, sedangkan  $H_a$  yang menyatakan sosialisasi *marketing mix* memiliki pengaruh terhadap citra produk “Hydro Coco” diterima. (FEW)

**Kata Kunci** : *Marketing Mix*, Citra Produk, Hydro Coco