

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Pocari Sweat. Tujuan lain yaitu mengetahui variabel mana yang dominan terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Pocari Sweat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta Pada Tahun Ajaran 2014/2015 Yang Pernah Membeli Minuman Isotonik Pocari Sweat. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian mahasiswa dengan jumlah 120 mahasiswa dengan metode *non probability purposive sampling*. Metode sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada seluruh mahasiswa yang terpilih sebagai sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi berganda. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data berbentuk angket model skala *Likert* yang sering digunakan untuk suatu pertanyaan dan responden diminta untuk menunjukkan tingkat jawaban mereka dalam mengisi kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen minuman isotonik Pocari Sweat. terdapat pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen minuman isotonik Pocari Sweat. Sedangkan asosisasi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat dan loyalitas merek yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.