

**ANALISIS PENGARUH PIONEER STATUS SEBUAH MEREK TERHADAP
SIKAP KONSUMEN DALAM KATEGORI PRODUK MINUMAN
ISOTONIK**

STUDI KASUS : POCARI SWEAT DAN MIZONE

Oleh :

Dimas Agus Saputro

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstrak

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, peran merek akan menjadi semakin penting seorang produsen tidak hanya cukup menawarkan produk berkualitas tinggi untuk merebut konsumen melainkan juga perlu meningkatkan kekuatan mereknya di pasar. Merek bervariasi dalam hal kekuatan dan nilai yang dimilikinya. Status merek pionir (pioneer-status) merupakan salah satu keunggulan yang jika diolah dengan baik bisa menjadi senjata pemasaran yang ampuh untuk menenangkan persaingan. Pionir pasar secara umum adalah perusahaan pertama yang menjual mereknya didalam kategori produk baru. Tujuan penelitian ini menguji pengaruh status pionir sebuah merek terhadap sikap konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan Uji Paired Sample T Test, Uji Independent Sample T Test, dan Model Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang mengetahui Pocari Sweat merupakan merek pionir mempunyai sikap yang lebih baik secara signifikan terhadap merek Pocari Sweat dari pada terhadap merek Mizone. Sedangkan konsumen yang tidak mengetahui Pocari Sweat sebagai merek pionir mempunyai sikap yang sama terhadap Pocari Sweat dan Mizone.

Keywords : Merek Pioneer, Uji Independent Sample T Test, Model Fishbein.

*PIONEER STATUS ANALYSIS OF EFFECT OF A BRAND OF CONSUMER ATTITUDES IN
CATEGORY ISOTONIC DRINK
CASE STUDY: Pocari Sweat AND Mizone*

By :

Dimas Agus Saputro

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstrack

In the increasingly tight competitive situation, the role of the brand will become increasingly important not just simply a manufacturer offer high quality products to win customers but also the need to improve the strength of its brand in the market. Brands vary in its strength and value. Status pioneer brand (pioneer-status) is one of the advantages if treated properly can be a powerful marketing weapon to win the competition. Pioneers markets generally are the first company to sell its brands in new product categories. The purpose of this study examined the effect of the pioneer status of a brand in consumer attitudes. This research was conducted with Test Paired Sample T Test, Test Independent Sample T Test, and Fishbein Model. The results showed that consumers who know Pocari Sweat is a pioneer brand has a better attitude toward the brand significantly Pocari Sweat than on Mizone brand. While consumers are not aware of Pocari Sweat as a pioneer brand has the same attitude toward Pocari Sweat and Mizone.

Keywords : Brand Pioneer, Test Independent Sample T Test, Fishbein Model