

INTI SARI

Pelopori dalam kategori minuman isotonik di Indonesia adalah merek Pocari Sweat, yang memasuki pasar Indonesia pada tahun 1990. Penjualan Pocari Sweat yang meningkat membuat banyak perusahaan tertarik dengan pasar minuman isotonik yang awalnya hanya dikuasai oleh Pocari Sweat. Kemudian tahun 2005 mulai masuk beberapa pesaing untuk merebut pasar konsumen minuman isotonik. Pasar minuman isotonik masih dipimpin oleh Pocari Sweat (53,4%) dan Mizone merupakan pesaing utamanya dengan segmen pasar sebesar 38,7%. Dengan adanya persaingan tersebut maka perlu diketahui sikap konsumen terhadap merek pioner.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengonsumsi produk minuman isotonik Pocari Sweat dan Mizone. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan Convenience Sampling atau sampel aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sikap konsumen terhadap produk Pocari Sweat dan Mizone. Teknik analisis yang digunakan adalah uji Paired Sample t test, Uji Independen Sample t Test dan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen mempunyai sikap yang lebih baik terhadap Pocari Sweat daripada terhadap Mizone. Terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara konsumen yang mengetahui bahwa Pocari Sweat merupakan merek pionir dengan konsumen yang tidak mengetahui bahwa Pocari Sweat merupakan merek pionir. Dalam penelitian ini sikap konsumen pada merek pengikut memiliki pengaruh yang lebih kuat (dominan) terhadap keputusan pembelian dibandingkan sikap konsumen pada merek pioner.

Kata Kunci : *merek pionir, merek pengikut, sikap terhadap status pioner, keputusan pembelian, Pocari Sweat, Mizone.*

ABSTRACT

Pioneer in the category of isotonic drinks in Indonesia is a brand Pocari Sweat, which entered the Indonesian market in 1990. Sales increased Pocari Sweat made a lot of companies interested in the first isotonic beverage market is only controlled by Pocari Sweat. Then in 2005 started to go a few competitors to grab market isotonic drink consumers. Isotonic beverage market is still headed by Pocari Sweat (53.4%) and Mizone is its main competitors by market segment by 38.7%. With such competition it is necessary to know the attitude of consumers towards the brand pioneer.

Population used in this study are all consumers who consume isotonic drinks Pocari Sweat and Mizone. Sampling technique that uses Sampling Convenience or accidental sampling technique is the determination of the sample based on chance, with a sample of 100 people. Variables measured in this study are consumer attitudes toward products and Mizone Pocari Sweat. Analytical techniques used were Paired Sample t test test, test Indpenden Sample t Test and Multiple Linear Regression Analysis.

The results showed that consumers have a better attitude towards Pocari Sweet than to Mizone. There are significant differences in attitudes among consumers who know that Pocari Sweet is a pioneer brand with consumers who do not know that Pocari Sweet is the pioneer brand. In this study of consumer attitudes to brand followers have a stronger effect (dominant) to the buying decision than brand a pioneer in consumer attitudes.

Keywords: pioneer brand, follower brand, attitudes toward pioneer status, the purchase decision, Pocari Sweat, Mizone.