

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN PADA MEREK PIONIR DAN MEREK PENGIKUT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA MINUMAN ISOTONIC POCARI SWEAT DAN MIZONE DI  
YOGYAKARTA)**

*THE INFLUENCE OF CONSUMER BEHAVIOUR TO PIONIR BRAND AND THE  
FOLLOWERS BRAND IN DETERMINING THE RESULT OF BUYING DECISION*

*(A STUDY TO POCARI SWEAT AND MIZONE ISOTONIC DRINKING IN  
YOGYAKARTA)*



Oleh

**FATMAWATI**

**20080410080**

**FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2012**

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN PADA MEREK PIONIR DAN MEREK PENGIKUT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA MINUMAN ISOTONIC POCARI SWEAT DAN MIZONE DI  
YOGYAKARTA)**

*THE INFLUENCE OF CONSUMER BEHAVIOUR TO PIONIR BRAND AND THE  
FOLLOWERS BRAND IN DETERMINING THE RESULT OF BUYING DECISION*

*(A STUDY TO POCARI SWEAT AND MIZONE ISOTONIC DRINKING IN YOGYAKARTA)*

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Oleh :

**FATMAWATI**

**20080410080**

**FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2012**

**SKRIPSI**

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN PADA MEREK PIONIR DAN MEREK PENGIKUT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(STUDI PADA MINUMAN ISOTONIC POCARI SWEAT DAN MIZONE DI YOGYAKARTA)**

*THE INFLUENCE OF CONSUMER BEHAVIOUR TO PIONIR BRAND AND THE FOLLOWERS  
BRAND IN DETERMINING THE RESULT OF BUYING DECISION*

*(A STUDY TO POCARI SWEAT AND MIZONE ISOTONIC DRINKING IN YOGYAKARTA)*

**Diajukan oleh :**

**FATMAWATI**

**20080410080**

Telah disetujui Dosen Pembimbing



**Asnawi Asdinardju, Drs., M.Si.**

**NIK : 131 577 593**

**Tanggal 28 Juli 2012**

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN PADA MEREK PIONIR DAN MEREK PENGIKUT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA MINUMAN ISOTONIC POCARI SWEAT DAN MIZONE DI YOGYAKARTA)**

Diajukan oleh

FATMAWATI

20080410080

**Skripsi ini telah Dipertabankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 28 Juli 2012**

**Yang terdiri dari**



**Asnawi Asdinardju, S.E., Msi  
Ketua Tim Penguji**




**Misbahul Anwar, S.E., Msi  
Anggota Tim Penguji**



**Tri Marvati, Dra., MM  
Anggota Tim Penguji**

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si.  
NIK: 143 016**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Fatmawati

Nomor Mahasiswa : 20080410080

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “Pengaruh Sikap Konsumen Pada Merek Pionir dan Merek Pengikut Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Minuman Isotonic Pocari Sweat dan Mizone di Yogyakarta)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 28 Juli 2012

Fatmawati

## MOTTO

*They can because they think they can*  
(Virgil)

*Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita  
adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba  
itulah kita menemukan dan belajar membangun  
kesempatan untuk berhasil*

*Manjadda Wa Jada*  
(Prophet Muhammad Saw)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

**Bapak dan Mama**, yang sudah membesarkan, mendukung dan menyayangiku dengan penuh perjuangan dan kesabaran untuk meraih sebuah kesuksesan dalam hal pendidikan.

**Darwis, Indar, Nety, dan Fitri**, kaka-kakaku yang juga selalu memberikan dukungan serta do'a dalam setiap langkahku.

**Ulan, Alif dan Ratna**, yang sudah ku anggap sebagai kaka-kakaku karna selalu mendukung, membimbing, menjaga dan selalu berusaha ada disaat aku membutuhkan bantuan karna jauh dari keluarga.

**Wiwi, Fafa, Kentang, Ndut, Ecy, Ipit, Fira, Omi, Angle, Dita, Eko, Teguh, Gombal, Roy, Deny** karna kalian telah menjadi sahabat-sahabat terbaikku dan selalu membantuku dalam kesusahan.

**Para Fotografer dan Rumah Produksi**, karna sudah memberikan aku pekerjaan untuk mendapatkan duit jajan tambahan.

**Semua Dosen-Dosen FE UMY**, yang sudah membimbing aku dalam pelajaran dari awal semester sampai akhirnya aku meraih gelar sebagai FATMAWATI. SE, Terima kasih banyak atas kesabaran dan keikhlasan kalian dalam mendidik saya selama di UMY.

**Anak-anak Manajemen C "2008" (Nurul, Yani, Ida, Lisa, Widya, Zacky, Sigit, Ikbal, Wanda, Reza, Isma, Andika, Affan, Ion)** terima kasih karna kalian sudah menjadi saudara-saudara aku selama kita menempuh pendidikan di UMY, semoga hubungan persaudaraan kita tidak hanya sampai d kampus saja. Terima kasih juga atas support-suport kalian yang selalu ada disaat aku membutuhkan pertolongan dalam perkuliahan. I love U all.

**Special thanks to my Dimas Arindra Putra** yang selalu membimbingku menjadi wanita dewasa dalam hal berfikir dan bertindak. Terima kasih Mas.

## 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.*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur penulis ucapkan kepada kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "Pengaruh Sikap Konsumen Pada Merek Pionir dan Merek Pengikut Terhadap Keputusan Pembelian" dengan lancar. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini dapat terselesaikan berkat dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.Nano Prawoto S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA, S.E., M.Si., PhD., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Asnawi Asdinaraju, Drs., M.si. selaku pembimbing yang sudah memberikan arahan, masukan, dan pemikiran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh staf dosen dan administrasi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memfasilitasi kelancaran penelitian.
5. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Dengan segenap kerendahan hati, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu semua masukan yang bersifat membangun akan penulis terima dengan sepenuh hati dan terbuka.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang mempergunakannya  
Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 28 Juli 2012

Fatmawati

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I       PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II       TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori	
1. Definisi Sikap .....	9
2. Karakteristik Sikap .....	11
3. Pengukuran Sikap .....	12
4. Definisi Merek .....	13
5. Definisi <i>Pionir</i> dan <i>Follower Brand</i> .....	15
6. Keputusan Pembelian .....	20
7. Karakteristik Keputusan Pembelian .....	24
B. Penelitian Terdahulu .....	26

C. Model Penelitian .....	30
D. Hipotesis .....	31
 <b>BAB III      METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Populasi dan Sampel .....	33
C. Teknik Pengumpulan Data .....	34
D. Definisi Operasional Variabel .....	35
1. Variabel Independen dan Indikator .....	36
2. Variabel Dependen dan Indikator .....	37
E. Pengukuran Variabel .....	38
F. Metode Pengujian Instrumen .....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas .....	41
G. Model, Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	42
1. Model Analisis .....	42
a. Analisis Deskriptif .....	42
b. Analisis Kuantitatif .....	43
2. Teknik Analisis Data .....	43
3. Uji Hipotesis .....	43
a. Uji Hipotesis 1 (Paired sample t-test) .....	43
b. Uji Hipotesis 2 (Independent sample t-test) .....	44
c. Uji Hipotesis 3 (Regresi linier sederhana) .....	44
 <b>BAB IV      ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Deskriptif .....	47
1. Gambaran Umum Respoden .....	47
a. Jenis kelamin .....	47
b. Usia .....	48
c. Tingkat Pendidikan .....	49
d. Pekerjaan .....	50

e. Pendapatan / Uang saku .....	51
f. Pengetahuan Terhadap Pionir Produ .....	52
B. Analisis <i>Attitude – Toward Object Model Fishben</i> .....	52
C. Pengujian Hipotesis dan Analisis Data .....	57
a. Pengujian Hipotesis 1 (Paired sample t-test) .....	58
b. Pengujian Hipotesis 2 (Independent sample t-test) .....	59
c. Pengujian Hipotesis 3 (Regresi linier sederhana) .....	60
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	62

## **BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	67
C. Keterbatasan Penelitian .....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

1.1	Data Minuman Isotonic .....	4
3.1	Skala Pengukuran .....	38
3.2	Hasil Uji Validitas .....	40
3.3	Hasil Uji Reliabilitas .....	42
4.1	Jenis Kelamin Responden .....	48
4.2	Usia Responden .....	48
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Sikap .....	49
4.4	Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan .....	50
4.5	Pendapatan / Uang saku .....	51
4.6	Pengetahuan Pocari Sweat .....	52
4.7	Indeks sikap Konsumen Pocari sweat .....	54
4.8	Indeks Sikap Konsumen Mizone .....	55
4.9	Uji Hipotesis Pertama .....	58
4.10	Uji Hipotesis Kedua .....	59
4.11	Uji Hipotesis Ketiga .....	60

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir .....	30
4.1 Interval Kelas Indeks Sikap .....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuesioner
2. Hasil Uji Validitas
3. Tabel r Korelasi