

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
INTISARI .....	ix
ABSTRAKSI .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II</b> <b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A. Landasan Teori .....	7
1. Tinjauan Tentang Merek .....	7
a. Definisi Merek .....	7

	b. Arti Penting Sebuah Merek .....	10
	c. Status Merek .....	12
	2. Tantangan-Tantangan Penggunaan Merek .....	12
	a. Menggunakan Merek atau Tidak .....	12
	b. Keputusan Sponsor Merek .....	14
	c. Keputusan Nama Merek .....	14
	d. Keputusan Strategi Merek .....	16
	e. Keputusan Reposisi merek .....	18
	3. Merek Pionir .....	19
	4. Sikap Konsumen terhadap Merek Pionir .....	20
	5. Hubungan Sikap dengan Merek Pionir .....	22
	B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis .....	22
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
	A. Objek dan Subjek Penelitian .....	24
	B. Teknik Pengambilan Sampel .....	24
	C. Jenis Data .....	25
	D. Teknik Pengumpulan Data .....	25
	E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian .....	25
	F. Uji Kualitas Instrumen .....	26
	1. Uji Validitas .....	26
	2. Uji Reliabilitas .....	27
	G. Pengujian Hipotesis .....	28

	1. Pengujian Hipotesis Satu ( $H_1$ ) .....	28
	2. Pengujian Hipotesis Dua ( $H_2$ ) .....	29
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	31
	A. Karakteristik Responden .....	31
	B. Uji Kualitas Instrumen .....	33
	1. Uji Validitas .....	33
	2. Uji Reliabilitas .....	36
	C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	37
	1. Pengujian Hipotesis Pertama ( $H_1$ ) .....	37
	2. Pengujian Hipotesis Kedua ( $H_2$ ) .....	40
	D. Pembahasan .....	42
BAB V	SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN	
	SARAN .....	44
	A. Simpulan .....	44
	B. Keterbatasan Penelitian .....	44
	C. Saran .....	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden .....	32
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Merek Pionir.....	32
Table 4.3	Hasil Uji Validitas terhadap Produk Sosro .....	34
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas terhadap Produk Frestea .....	35
Table 4.5	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	36
Tabel 4.6	<i>Paired Samples Statistics</i> .....	40
Table 4.7	<i>Paired Samples Test</i> .....	40
Table 4.8	<i>Group Statistics</i> .....	41
Table 4.9	<i>Independent Samples Test</i> .....	41

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan *pioneer*-status sebuah merek terhadap sikap konsumen dalam kategori produk minuman teh botol. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: (a) terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara Sosro dengan Frestea pada konsumen yang mengetahui bahwa Sosro sebagai merek pionir, (b) terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara konsumen yang mengetahui bahwa Sosro merupakan merek pionir dengan konsumen yang mengetahui bahwa Frestea merupakan merek pionir. Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang pernah mengonsumsi Sosro dan Frestea. Metode pengambilan sampel secara non probabilitas dengan *convenience sampling*. Data diperoleh melalui data primer dengan cara membagikan kuesioner untuk ditanggapi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji beda *paired sample t test* dan *independent sample t test*.

Hasil penelitian menunjukkan: (a) terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara Sosro dengan Frestea pada konsumen yang mengetahui bahwa Sosro sebagai merek pionir, yang ditunjukkan oleh nilai signifikan 0,000, dan (b) terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara konsumen yang mengetahui bahwa Sosro merupakan merek pionir dengan konsumen yang mengetahui bahwa Frestea merupakan merek pionir pada tingkat signifikansi 10%.

Kata kunci: merek pionir dan sikap konsumen