

**ANALISIS PERBANDINGAN *PERCEIVED QUALITY* DARI MEREK
PIONIR DAN MEREK PENGIKUTNYA DALAM KATEGORI PRODUK
MINUMAN ISTONIK DI PURWOKERTO**

(Study Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Mencapai Derajat Sarjana S1

Oleh:

DWI BAGUS PANUNTUN

0802010025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

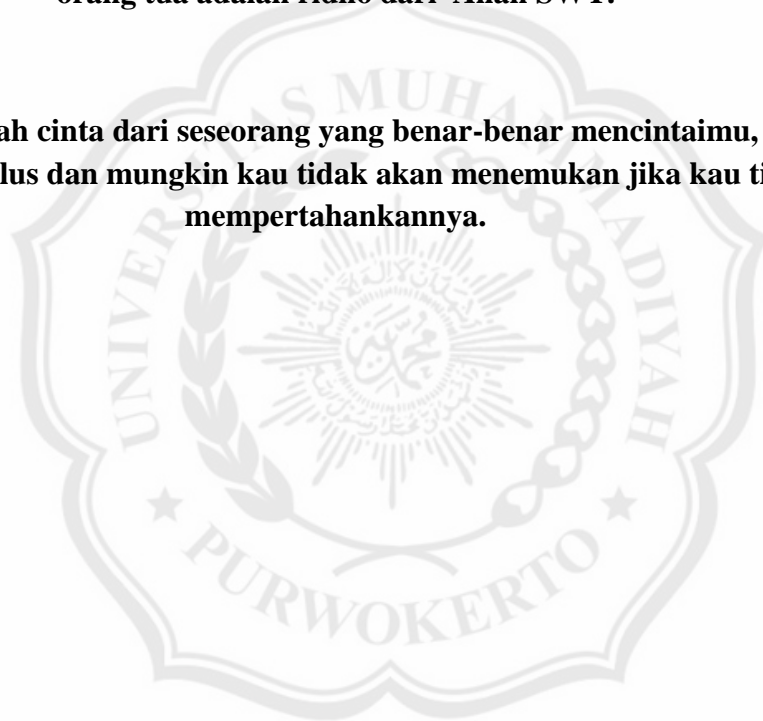
2012

MOTTO

Jadikanlah hidupmu dan ibadahmu untuk bekal mencapai kesuksesan didunia dan di akherat.

Sayangilah kedua orang tuamu dan hormatilah keduanya karena ridho dari orang tua adalah ridho dari Allah SWT.

Pertahankanlah cinta dari seseorang yang benar-benar mencintaimu, karena cinta itu tulus dan mungkin kau tidak akan menemukan jika kau tidak mempertahankannya.



PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK:

BAPAK DAN IBUNDA TERCINTA,

UNGKAPAN RASA TERIMA KASIH, SAYANG, DAN BAKTIKU

KAKAKKU,

TERIMA KASIH ATAS SEMUA DUKUNGAN DAN MOTIVASINYA

SERTA

ALFIKA ANINDITA YANG TAK LELAH MENYEMANGATIKU

HINGGA DETIK INI.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan *perceived quality* dari merek pionir dengan merek pengikutnya serta mengetahui apakah ada suatu perbedaan sikap antara responden yang mengetahui Pocari sebagai merek *pionir* dengan responden yang tidak mengetahui Pocari Sweat sebagai merek *pionir*. Metode analisis yang digunakan adalah uji *paired sampel t test* dan *Independent Sampel t test*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *perceived quality* yang dimiliki oleh Pocari Sweat lebih baik dibandingkan dengan *perceived quality* yang dimiliki oleh Mizone Yang diperoleh *mean* sebesar 35,9727 berbanding 34,7636, keunggulan Pocari Sweat terdapat pada atribut kemasan, rasa, manfaat dan harga. Dari hasil hipotesis yang kedua tidak ditemukan perbedaan sikap antara responden yang tahu Pocari Sweat sebagai merek pionir dan responden yang tidak mengetahui Pocari Sweat sebagai merek *pionir* hal ini dilihat dari nilai $t = -0,918$ dengan signifikan 0,361 yang $> 0,05$.

Saran kepada konsumen dalam membeli sebuah produk isotonik haruslah sesuai dengan kandungan dan manfaat minuman tersebut dalam menggantikan ion tubuh agar kebutuhan isotonik untuk menggantikan ion tubuh bisa terpenuhi.

Kata kunci : *Perceived Quality* (Kemasan, Aroma, Rasa, Manfaat dan Harga)

ABSTRACT

The study to determine the ratio of perceived quality of the pioneer brand with a brands follower and see if there is a diference in atitude between respondenst who know pocary as a pioneer brand with those who do not know pocari sweat as a pioneer brand. Analytical methods use are paired sampel t test and independent sampel t test.

The result of this study concluded that the perceived quality possessed by pocary sweat is better than the perceived quality possessed by mizone obtained a mean of 35.0727 versus 34.7636, pocari sweat edge atributes found in packaging taste, value and price. From the result of the second hypotesis was not found diffeces in atitudes betwen respondents are not aware of pocary sweat as a pionner brands it is seen from the significant value of 0.361 t-0.918 with a $> 0,05$.

Advice to consumers in the purchase of a product must be in accordance with the content of isotonic and benefits of the drink in the body to replace the ion isotonic needs to replace body ion can be fulfilled.

Keywords: perceived quality (packaging, smell, taste, benefits and rates)

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirrobbil'alamiin segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “ANALISIS PERBANDINGAN *PERCEIVED QUALITY* DARI MEREK *PIONIR* DAN MEREK PENGIKUTNYA DALAM KATEGORI PRODUK MINUMAN ISTONIK DI PURWOKERTO ”ini dengan baik. Dengan ini pula penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih setulus-tulusnya kepada Ibu Herni Justiana Astuti, S.E.,M.Si.dan Ibu Wida Purwidianti, S.E.,M.Sc. selaku pembimbing I dan II yang telah berkenan membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada Bapak M. Agung Miftahudin SE, M.Si, selaku penguji yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Syamsuhadi Irsyad, S.H., M.H., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Bapak Akhmad Darmawan S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Bapak Hermin Endratno S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

4. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
5. Buat Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan dukungan, do'a serta semangat sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Saya bangga mempunyai orang tua yang terhebat. Kakakku Desi Anggela Cipta terimakasih atas dukungannya.
6. Buat Alfika Anindita terimakasih sudah selalu memberi suport dan do'anya, kamu sudah jadi semangatku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-temanku Manajemen SI angkatan 2008, Dikty, Andi, Rizky, Aji, Welis, Trianto, Anto, Didi, Cimit, Ayu, Susy, Septy, yang tidak bisa aku sebut satu persatu. Hanya satu kalimat yang bisa aku katakan: "Kalian semua adalah sahabat dan teman seperjuangan.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semoga Allah SWT yang akan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita. Amin.

Purwokerto, 11 Februari 2012

Dwi Bagus Panuntun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LatarBelakangMasalah.....	1
1.2 PerumusanMasalah	4
1.3 PembatasanMasalah	
1.4 TujuanPenelitain	
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pengertian Merek	7
2.2 Merek Pionir	8
2.3 Keunggulan dan Resiko Merek Pionir	8
2.4 Benlifes Konsumen Tentang Merek pionir dan Merek Pengikut ..	10

2.5 Sikap Konsumen Terhadap Merek Pionir dan Pengikutnya	11
2.6 Sikap Terhadap Merek.....	12
2.7 Pengertian <i>Perceived Quality</i>	14
2.8 Dimensi <i>Perceived Quality</i>	15
2.9 Prinsip-Prinsip <i>Perceived Quality</i>	18
2.10 Kerangka Pemikiran.....	19
2.11 Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Obyek Penelitian	22
3.3 Data yang Dibutuhkan.....	22
3.3.1. Pengumpulan Data Primer	22
3.3.2. Pengumpulan Data Sekunder	22
3.3.3 Study kepustakaan	
3.4 Populasi dan Sampel	23
3.5 Definisi Operasional.....	24
3.6 Metode Analisis Data	26
3.6.1. Validitas	26
3.6.2 Uji Reliabilitas	27
3.6.3 Analisis Deskriptif	29
3.7.4 Uji Normalitas	29
3.7.5 Uji Beda Dua Rata-Rata.....	42
3.7.5.1 Uji Paired t test.....	30

3.7.5.2 Uji independent.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Respon Rate	32
4.2 Deskripsi Data Responden	32
4.3 Uji Analisis Data	34
4.3.1 Uji Validitas	34
4.3.2 Uji Reliabilitas	35
4.3.3 Uji Normalitas	36
4.3.4 Uji Paired sampel t test	37
4.3.5 Uji Independent.....	39
4.4 Pembahasan.....	42
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	49
Lampiran 2 Data Penelitian.....	55
Lampiran 4 Uji Validitas	66
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	70
Lampiran 6 Normalitas	72
Lampiran 7 Paired Sampel t test.....	73
Lampiran 8 Independent	76

