

ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN STATUS PIONIR SEBUAH MEREK TERHADAP SIKAP KONSUMEN

Febrin Dwi Rahmawati, Ir. Agus Sulaksono.,MMSI, MT

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : analisis pengaruh pengetahuan, sikap konsumen

Abstraksi :

Penelitian ini menguji kategori produk tablet hisap vitamin C 500mg tentang status pionir sebuah merek terhadap sikap konsumen (pengunjung Primkopal Denma Koarmabar) dengan menggunakan skala likert, dan uji perbedaan dua sampel bebas. Perbedaan sikap konsumen dan pengaruh pengetahuan konsumen tentang status pionir Vitacimin diuji dengan membagi dua kelompok sampel yaitu kelompok yang mengetahui tentang status pionir Vitacimin (kelompok 1) sebanyak 52 responden memperoleh hasil p sebesar $0.043 < 0.05$ maka sikap konsumen antara vitacimin dan Xon-Ce berbeda secara signifikan dan kelompok yang tidak mengetahui bahwa Vitacimin merupakan merek pionir (kelompok 2) sebanyak 48 responden memperoleh hasil $p > 0.05$ yaitu 0.148 yang berarti sikap konsumen antara Vitacimin dan Xon-ce adalah sama. Hasil penelitian ini menghasilkan adanya pengaruh pengetahuan konsumen tentang status pionir sebuah merek terhadap sikap konsumen.