

## ABSTRAKSI

Penelitian ini menganalisis perbedaan sikap konsumen berdasarkan pengetahuan terhadap status pionir dalam kategori produk kopi instant dengan membandingkan sikap konsumen terhadap Nescafe sebagai pionir dan Torabika sebagai pengikut. Konsumen dibagi menjadi 2 kelompok yaitu kelompok 1 adalah konsumen yang mengetahui bahwa Nescafe merupakan pionir kopi instant dan kelompok 2 adalah konsumen yang tidak mengetahui pionir kopi instant. Hasil penelitian ini yang menggunakan uji *sample paired t-test* menunjukkan bahwa konsumen kelompok 1 bersikap lebih baik terhadap Nescafe daripada Torabika dengan perbedaan yang signifikan ( $t$  hitung : 2.697 >  $t$  tabel: 1.678). Atribut produk Nescafe yang lebih dipercaya oleh konsumen kelompok 1 adalah merek. Konsumen kelompok 2 ternyata juga bersikap lebih baik terhadap Nescafe daripada Torabika dengan perbedaan yang signifikan ( $t$  hitung : 2.245 >  $t$  tabel : 2.008). Dengan menggunakan uji *independent t-test* diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan sikap yang signifikan terhadap Nescafe antara konsumen kelompok 1 dengan konsumen kelompok 2. Nilai  $t$  hitung berada di daerah penerimaan  $H_0$  yaitu  $-1.984 \leq -0.048$  ( $t$  hitung)  $\leq 1.984$ .

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya bahwa konsumen mempunyai sikap yang lebih baik terhadap pionir daripada pengikutnya.

Kata kunci : merek pionir, sikap konsumen, merek pengikut, pengetahuan status pionir, Nescafe, Torabika