



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Advertising and Marketing
Communications

Kristiyana Shintawati (44310120088)

Hubungan Pengalaman Mengkonsumsi terhadap Sikap Konsumen pada Produk Pocari Sweat (Survei di Kalangan Pelajar SMA Negeri 70 Jakarta)
16 buku, i-xiii hal + 119 hal + 39 tabel, 3 lampiran; 1 data pribadi

ABSTRAK

Saat ini, pengamatan terhadap perilaku konsumen terus berkembang hingga mencakup wilayah pasca-pembelian (pasca akuisisi). Perusahaan berusaha melihat tidak hanya bagaimana menjual produk tapi juga melihat bagaimana sikap konsumen terhadap produk tersebut setelah konsumen memiliki pengalaman mengkonsumsi produknya. Pengalaman konsumsi didefinisikan sebagai kesadaran dan perasaan yang dialami konsumen selama memakai produk atau jasa. Sementara sikap adalah evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan konsumen terhadap suatu objek.

Perumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara pengalaman mengkonsumsi terhadap sikap konsumen pada produk Pocari Sweat. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei. Data yang diteliti adalah data sampel yang diambil dari populasi dengan teknik non probability sampling tipe purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner kepada 92 responden di kalangan siswa SMA Negeri 70 Jakarta dengan populasi sebanyak 1141 orang.

Hipotesa dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan uji *t*. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara variabel pengalaman mengkonsumsi terhadap sikap konsumen pada produk Pocari Sweat. Analisis korelasi pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*.

Hasil perhitungan dengan tingkat signifikans 5% menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena nilai $t_{hitung} (24,07) > t_{table} (2,064)$. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengalaman konsumsi dengan sikap konsumen ada produk Pocari Sweat. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi dihasilkan nilai 0,822 yang berarti tingkat hubungan antara kedua variabel tersebut kuat karena berada di interval 0,700-0,900. Angka yang diperoleh menunjukkan hasil yang positif, artinya semakin baik pengalaman yang dialami konsumen selama mengkonsumsi Pocari Sweat, maka semakin baik pula sikap konsumen terhadap produk Pocari Sweat tersebut.