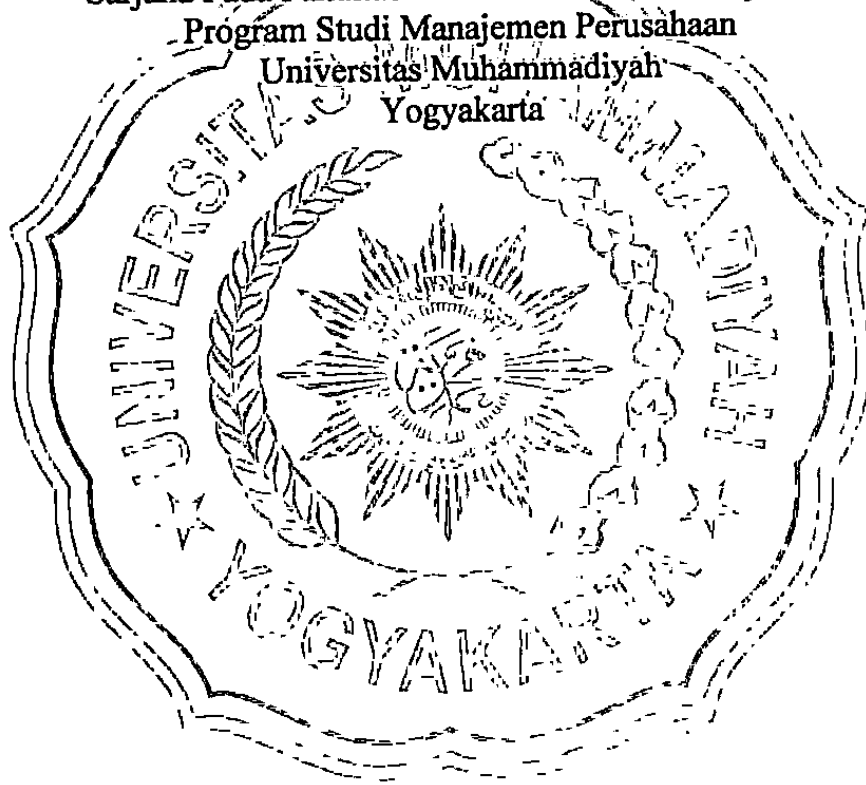


**PENEGARUH TIPE KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP
KEPERCAYAAN MEREK DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Program Studi Manajemen Perusahaan
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**



Disusun oleh:

**HAFFINA MA'AFI
20030410242**

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI

**PENEGARUH TIPE KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP
KEPERCAYAAN MEREK DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
DI KOTA YOGYAKARTA**



Telah disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Ism", is written below the word "Pembimbing".

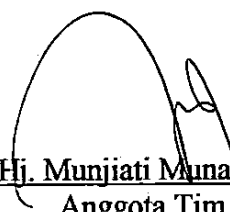
SKRIPSI
PENGARUH TIPE KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP
KEPERCAYAAN MEREK DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
DI KOTA YOGYAKARTA

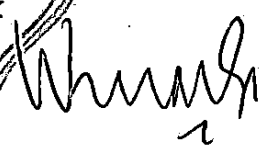
Diajukan oleh

HAFFINA MA'AFI
20030410242


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disyahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta




Hj. Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si
Anggota Tim Penguji


Drs Winarso M.M
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Misbachul Anwar, S.E., M.Si
NIK 143 014

MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

- ❖ TIADA KATA TERLAMBAT DALAM MERAIH SESUATU
- ❖ YOU CAN IF YOU THINK YOU CAN
- ❖ BARANG SIAPA YANG MENANAM PASTI AKAN MENDAPAT HASIL
YANG DIINGINKAN
- ❖ BEKERJALAH UNTUK DUNIAMU SEOLAH-OLAH KAMU AKAN HIDUP
ABADI TAPI BEKERJALAH UNTUK AKHIRATMU SEOLAH-OLAH
KAMU AKAN MATI PADA ESOK HARI

KUPERSEMBAHKAN KARYA INI UNTUK:

- ✓ IBUKU
- ✓ ABAHKU
- ✓ KELUARGA BESARKU

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta,

HAFFINA MA'AFI

INTISARI

Penelitian ini meneliti tentang tipe keterlibatan konsumen dan dampaknya pada keputusan pembelian pada sepeda motor Yamaha. Dalam penelitian ini tipe keterlibatan konsumen dapat diukur menggunakan elemen-elemen dalam keputusan pembelian yang terdiri dari: keterlibatan normatif, keterlibatan situasional, keterlibatan jangka panjang, keterlibatan risiko subjektif dan kepercayaan merek.

Penelitian ini menggunakan sample sebanyak 150 responden dengan teknik pengambilan sample *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti telah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan situasional mempunyai pengaruh yang dominan terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha di kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Keterlibatan Normatif, Keterlibatan Jangka Panjang, Keterlibatan Risiko Subjektif dan Kepercayaan Merek

ABSTRACT

This research check the type of involvement of the impact and consumer at decision of purchasing at motorbike Yamaha. In this research of type involvement of measurable consumer apply elements in decision of purchasings composing dari: keterlibatan normatif, keterrlibatan situasional, involvement of long-range, involvement of subjective risk and trust of brand.

This research apply sample counted 150 responder with technique of intake of sample non probability sampling with approach of purposive sampling and technique in data collecting in this research apply questionnaire.

Before this research done, researcher have done reliability test and validity test. This research result indicate that involvement of situasional have pengaruh dominant to decision making in doing purchasing of motorbike Yamaha in town yogyakarta.

Keyword: Involvement Of Normatif Keterlibatan Jangka, Panjang, Involvement of situasional, Involvement Of Subjective Risk and Trust Of Brand

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH S. W. T atas nikmat dan rahmat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Yogyakarta" dengan baik maupun dengan berbagai halangan yang menyertainya. Shalawat serta salam selalu terpanjatkan kehadiran Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita sehingga terbebas dari kaum jahiliyah dan yang telah menunjukkan jalan SHIRATHAL MUSTAQIM kepada kaumnya.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak ditemukan kendala dan kesulitan sehingga penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dalam penyajian maupun bentuk disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki, akan tetapi berkat petunjuk, motivasi, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Tri Maryati, Dra., M. M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
2. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas

3. Seluruh karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi
4. Ibuku Hj Lis Farida yang telah melahirkanku, mengasuhku sampai dewasa, membimbingku, memperhatiakanku, menasehatiku dan selalu mendoakan aku; bahwasanya doa paling mujarab adalah doa dari orang tua karena ridho ALLAH terletak kepada keduanya.
5. Abahku H Moch Na'im yang telah banting tulang membiayai aku, yang selalu memberikan wejangan-wejangan agar aku menjadi orang yang benar-benar berguna bagi nusa maupun bangsa dan agama
6. Kakak-kakakku dan adikku (Mb Irzum, Hizbin dan Dek Suluh) yang selalu menasehati aku walaupun kadang-kadang kata-katanya kurang enak, tapi aku benar-benar bersyukur mempunyai saudara seperti kalian.
7. Keluarga Besar Hj Malfufah HR dan H Anshori Z selaku kakek dan nenekku yang telah memberikan cucumu ini perhatian, merawat dan menafkahi. Jasa-jasamu tidak akan aku lupakan, dan juga Ami dan Mas Is makasih atas semuanya.
8. Teman-teman senasib dan seperjuangan, Icuz, Jo, Bona, Iful, CP, Tukul, Fian, Rahman, Panjul, Atta, Umbu, Anton, Wahyu, Cakil, Ciling dan masih banyak lagi yang tidak bisa aku sebutkan. Ayo cepetan pada lulus DAB.....
9. DIAJENGKU (Nunung Nurhasanah) yang selalu mendukungku, memotivasi aku. Makasih ya NDUK atas bantuannya.....
10. Mas Sus yang banyak membantu saya makasih ya mas

Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang setimpal dari ALLAH S. W. T

Abhimya penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xIv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Mamfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
B. Pengertian Produk.....	7
C. Pengertian Merek.....	9

E. Keterlibatan Konsumen.....	16
F. Kepercayaan Merek.....	21
G. Kepuasan Pembelian.....	24
H. Hubungan Keterlibatan Konsumen terhadap Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian.....	27
I. Penelitian Terdahulu	28
J. Kerangka Pemikiran.....	29
K. Hipotesis.....	30
BAB III METODA PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Populasi dan Sampel	32
C. Sumber Data.....	33
D. Varabel Penelitian.....	34
E. Alat Ukur Varabel Penelitian.....	34
F. Uji Kualitas Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Obyek	45
B. Analisis Diskriptif.....	45
C. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
D. Uji Asumsi SEM.....	63
E. Pengujian Hipotesis.....	37

BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	79
	A. Kesimpulan.....	79
	B. Saran.....	80
	C. Keterbatasan.....	80

DAFTAR TABEL

3.1 Evaluasi Kriteria <i>Goodnes of fit</i>	43
4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.3 Karakteristik responden berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	47
4.4 Karakteristik responden berdasarkan Alternatif pilihan	48
4.5 Keterlibatan Normatif.....	49
4.6 Keterlibatan Risiko Subjektif.....	50
4.6 Keterlibatan Jangka Panjang.....	51
4.7 Keterlibatan Situasional.....	52
4.8 Kepercayaan Merek.....	53
4.9 Keputusan Pembelian.....	54
4.10 Hasil Analisis Faktor Keterlibatan Normatif.....	55
4.11 Loading Faktor Keterlibatan Normatif.....	56
4.12 Hasil Analisis Faktor Keterlibatan Risiko Subjektif.....	56
4.13 Loading Faktor Keterlibatan Risiko Subjektif.....	57
4.14 Hasil Analisis Faktor Keterlibatan Jangka Panjang.....	57
4.15 Loading Faktor Keterlibatan Jangka Panjang.....	58
4.16 Hasil Analisis Faktor Keterlibatan Situasional.....	58
4.17 Loading Faktor Keterlibatan Situasional.....	59
4.18 Hasil Analisis Faktor Keputusan Pembelian.....	59
4.19 Loading Faktor Keputusan Pembelian.....	60

4.21 Loading Faktor Kepercayaan Merek.....	62
4.22 Uji Reliabilitas.....	62
4.23 Uji Kriteria <i>Good offit</i>	67
4.24 <i>Path coefficient</i> masing-masing jalur.....	68

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Tiga Komponen Sikap.....	22
2.2 Gambar Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	24
2.3 Gambar Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Gambar Hasil Analisis SEM	66