

**PENGARUH KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP
KEPERCAYAAN MERK SEPEDA MOTOR HONDA
(Study pada : PT. Nusantara Sakti Yogyakarta, Dealer resmi Honda)**

**THE INFLUENCE OF CONSUMER INVOLVEMENT TO BELIEVING BRAND OF
HONDA MOTORCYCLE
(Case Study on Nusantara Sakti, Tbk. Yogyakarta, Legal Dealer of Honda Motorcycle)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memproleh Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh

FAJAR UTAMI PUTRI

20030410084

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2008

**PENGARUH KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP
KEPERCAYAAN MERK SEPEDA MOTOR HONDA
(Study pada : PT. Nusantara Sakti Yogyakarta, Dealer resmi Honda)**

**THE INFLUENCE OF CONSUMER INVOLVEMENT TO BELIEVING BRAND OF
HONDA MOTORCYCLE
(Case Study on Nusantara Sakti, Tbk. Yogyakarta, Legal Dealer of Honda Motorcycle)**



**Disusun oleh
FAJAR UTAMI PUTRI
20030410084**

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2008

SKRIPSI
PENGARUH KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP
KEPERCAYAAN MERK SEPEDA MOTOR HONDA
(Study khusus : PT. Nusantara Sakti Yogyakarta, Dealer resmi Honda)

Diajukan oleh

FAJAR UTAMI PUTRI
20030410084

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Hasnah Rimiati. S.E, M.Si
NIK: 143 006

Tanggal 01 Desember 2008

SKRIPSI
PENGARUH KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP
KEPERCAYAAN MERK SEPEDA MOTOR HONDA
(Study khusus : PT. Nusantara Sakti Yogyakarta, Dealer resmi Honda)

Diajukan oleh

FAJAR UTAMI PUTRI
20030410084

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan didepan Dewan penguji Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 2 Maret 2009
Yang terdiri dari

Hasnah Rimiati. S.E, M.Si
Ketua Tim Penguji
Nik. 143 006

Asnawi Adinardju, Drs.M.Si
Anggota Tim Penguji
Nik. 131 577 593

Fajarwati, S.E, M.Si
Anggota Tim Penguji
Nik. 143 054

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E, M.Si
NIK : 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : FAJAR UTAMI PUTRI

Nomor Mahasiswa : 20030410084

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “PENGARUH KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP KEPERCAYAAN MERK SEPEDA MOTOR HONDA”(Study Pada : PT. Nusantara Sakti Yogyakarta, Dealer resmi Honda).

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengakuan 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. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 01 Desember 2008

FAJAR UTAMI PUTRI

MOTTO

“Dan seandainya pohon-pohon di bumi menjadi pena dan laut (menjadi tinta),
ditambahkan kepadanya tujuh laut (lagi) sesudah (kering) nya, niscaya tidak
akan habis-habisnya (dituliskan) kalimat Allah, sesungguhnya Allah maha
perkasa lagi maha bijak sana
(QS. Luqman :27)

“ Jadikan sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang
demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”
(QS. Al-Baqarah : 45)

Kupersembahkan kepada;
Papa dan mamaku tercinta
Kakakku dan keponakanku
Almamaterku

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil Alamin..... Akhirnya fa bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik, inilah puncak dari perjuangan dan kerja keras fa dalam menyelesaikan pendidikan ini, banyak pelajaran dan pengalaman yang fa dapat dari awal fa kuliah sampai fa bisa menyelesaikan skripsi ini, fa tahu bahwa ini bukanlah akhir perjuangan fa tapi ini semua adalah awal dari jalan yang harus fa lalui, dengan penuh cinta dan kasih, fa persembahkan skripsi ini untuk :

- 🕒 Dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan fa kesempatan untuk mendapatkan pendidikan yang berguna dan yang selalu memberikan fa kemudahan dan kekuatan dalam menyelesaikan skripsi.
- 🕒 Kedua orang tua fa yang telah memberikan dukungan yang tak terbatas dan do'a yang tak henti hentinya. Papa, Mama..... terimakasih atas cinta dan kasih sayang yang telah kalian berikan selama ini, dengan pengorbanan kalian yang tak terhitung yang membuat fa dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 🕒 Ponakan-ponakan Q tersayang, Dennis, Selly, Aldillah, Iqbal, dan Rendi.....terimakasih ya sayang atas semua do'a dan semangat buat bulek, bulek sayang kalian semua.
- 🕒 Kakak & Mbak Ipar Q tersayang, (Mas Bambang & Mbak Ina, Mas Wiwin & Mbak Nining, Mas Irvan & Kak. Ira, Alm) terimakasih ya Mas, Mbak... atas semua do'a, semangat dan dukungannya yang selalu kalian berikan buat fa .
- 🕒 Keluarga besar fa yang ada di Indramayu, Bekasi, Depok, dan Medan Terimakasih atas Do'a dan dukungannya.
- 🕒 Seseorang yang fa sayang (Cinta sejati fa) yang selalu ada disamping fa saat fa membutuhkan, yang selalu menemani fa saat suka dan duka, yang selalu sabar dalam menghadapi ke'egoisan fa selama ini, Makasih banyak ya Mas.....
- 🕒 Sahabat-sahabat Q tersayang, Ina, Bagus, Ratri, Mbak Ika, Yanti, Inoy, Widy, Wahyu, Dewi, Hendra, Nunung, Sony, Farida, Yustice kalian semua sahabat-sahabat terbaik Q, terimakasih atas perhatian dan ketulusan yang kalian berikan dalam persahabatan kita, moga aja, semua kenangan

yang kita lalui dapat selalu terukir indah dalam benak kita, jangan pernah ada luka diantara kita ya friend.....

🕒 Seluruh Anak2 Manajemen '03 Kls. B, Makasih atas hari-hari yang kita lalui bersama, Terimakasih atas kenangan yang kita buat bersama, kalian Teman-teman terbaik fa.

🕒 Teman-teman Sebimbangan : Jenk Ratri (semangat Ya.....), Imron (seneng ya udah Mau diACC), Rifan (Pendadaran Niye), Yudi (Thank's Intisarinya), Suryo Cahyo (Good Luck Ya bimbinganya), Imam (Thank's atas bantuanya) Imam (Kita bareng pendadaranya). Thank's banget atas semua N Kebersamaanya.

🕒 Seluruh Anak2 Kost *Khasanah* Terimakasih atas dukungan N semangatnya, buat Bapak dan Ibu kost Terimakasih Udah baik banget sama Q.

🕒 Terimakasih Buat Printer, Leptop N Winamp Q tersayang yang selalu menemani fa saat lagi kesepian, selalu setia menemani fa saat ngerjain tugas n slalu nyedia'in game2 buat menghibur fa kalo ' lagi BT. Thank'S ya.....

🕒 Makasih *JOGJA*..... Di Jogja tercinta ini, Seorang fa yang manja dapat belajar untuk menjadi anak yang mandiri, yang bisa membuat fa mengerti bahwa kehidupan itu butuh perjuangan, dimana perjuangan itu harus kita dapatkan dengan susah payah, banyak kenangan yang terjadi diJogja tercinta ini.... akhirnya fa jadi sarjana.

🕒 Almamater Q Tercinta.

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh keterlibatan konsumen terhadap kepercayaan merk sepeda motor Honda, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna sepeda motor Honda di PT. Nusantara Sakti Yogyakarta, pengumpulan data dengan menggunakan convenience sampling (sampling kemudahan), metode statistik yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil pengujian menggunakan analisis jalur menunjukkan, keterlibatan normatif mempunyai efek yang signifikan didalam sebuah kepercayaan merk, keterlibatan resiko subyektif mempunyai efek yang signifikan paling tinggi didalam sebuah kepercayaan merk, keterlibatan jangka panjang mempunyai efek yang signifikan didalam sebuah kepercayaan merk, keterlibatan situasional mempunyai efek tidak signifikan didalam sebuah kepercayaan merk.

Kata kunci: Keterlibatan normatif, keterlibatan resiko subyektif, keterlibatan jangka panjang, keterlibatan situasional, kepercayaan merk.

ABSTRACT

The purposing of this research is to analyze the influence of consumer to believing brand of Honda motorcycle, the sample which used in this research is consumer who use Honda motorcycle in Nusantara Sakti, Tbk., Yogyakarta. The collecting data with use convenience sampling (easily sampling), the statistic methods which use is pert analyze.

The result of this research which use pert analyze show that normative involvement have significant influence in a brand believing, risk subjective involvement have the most significant influence in a brand believing, the involvement in along time have significant influence in a brand believing, situational involvement have not significant influence in a believing brand.

Key words : normative involvement, subjective risk involvement, involvement in a long time, situational involvement, believing brand.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan taufik, Hidayah dan Inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan tugas akhir atau skripsi dengan judul **“Pengaruh Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Mark Sepeda Motor Honda”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Alasan penulis memilih judul tersebut mempunyai harapan agar memberikan kontribusi yang positif terhadap konsumen dalam memilih merk sepeda motor khususnya dikota Yogyakarta juga bagi masyarakat luas.

Penyelsaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Sebagai tanda terimakasih taklupa kesempatan ini penulis ingin mengucapkan kepada:

1. Bpk. Misbahul Anwar, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan, kemudahan dan petunjuk selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Hasnah Rimiyati. S.E, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bpk. Wihandaru. Drs, M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, masukan dan kemudahan penulis dalam menjalankan study.
4. Seluruh Dosen-dosen Fakultas Ekonomi yang dengan ikhlas dan sabar menularkan ilmunya kepada penulis sehingga penulis mendapatkan ilmu selama menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Papah dan Mamah Q tercinta yang telah memberikankasih sayang, kesabaran dan dukungan yang penuh sehingga penulis bisa menyelsaikan study.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, Terimakasih atas bantuan, kontribusi dan dukunganya.

Akhir kata, Tiada Gading Yang Tak Retak. Segala kekurangan yang ada dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadarinya dengan penuh kesungguhan untuk memperbaiki dan selalu memberikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Keterlibatan Konsumen	8
2. Kepercayaan Merk.....	11

3. Pengertian Keterlibatan Normatif	13
4. Pengertian Keterlibatan Resiko Subyektif	13
5. Pengertian Keterlibatan Jangka Panjang.....	15
6. Pengertian Keterlibatan Situasional.....	15
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Logika Pemikiran.....	17
D. Hipotesis Penelitian	19
E. Model Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Objek/Subjek Penelitian Jenis Data.....	21
B. Jenis Data	21
C. Teknik Pengumpulan Data.....	22
D. Tehnik Pengambilan Sampel	22
E. Definisi Oprasional	23
F. Uji Kualitas Instrumen.....	25
G. Alat Analisis Data & Uji Hipotesis.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	30
1. PT Astra Honda Motor.....	30
2. Penyalur Sepeda Motor Honda.....	32
B. Analisis Deskriptif	33

C. Uji kualitas Instrumen	35
1. Uji Validitas	35
2. Uji Reliabilitas	36
D. Analisis Data dan Uji Hipotesis	37
1. Uji F	37
2. Analisis Regresi Berganda	38
3. Uji T	39
4. Analisis Koefisien Determinasi	41
E. Pembahasan	42
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	44
A. Kesimpulan	45
B. Saran	46
C. Keterbatasan Penelitian.....	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	34
4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan	34
4.4. Klasifikasi Uji Validitas Instrumen	35
4.5. Klasifikasi Uji Reabilitas Instrumen	36
4.6. Klasifikasi Uji F.....	37
4.7. Klasifikasi Uji Regresi Berganda.....	38
4.8. Klasifikasi Uji T	39
4.9. Klasifikasi Uji Koefisien R Square.....	41

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Keterlibatan Konsumen	20
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 4 Hasil Analisis Instrumen penelitian Validitas Dan Reliabelitas

Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda