KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada TUHAN Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya Sehingga penulis dapat menyelesaikan sebuah laporan Usulan Penelitian ini dengan judul, **“**ANALISIS KETERLIBATAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK YAMAHA MIO SURVEI PADA DEALER PT. JAYAMANDIRI GEMA SEJATI CIBEUREUM BANDUNG ’’

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program studi Manajemen Pemasaran Sarjana Fakultas Ekonomi UNIKOM, yang tentunya manfaat dari laporan ini penulis harapkan dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat serta berguna di masa yang akan datang.

Penulis yakin bahwa saran, tanggapan, dan kritik tersebut akan menambah wawasan dan penjelasan lebih lanjut yang sangat bermanfaat bagi kelengkapan laporan skripsi ini.

Selama pelaksanaan penelitian sampai penyusunan dan penulisan laporan skripsi ini, penulis terlalu banyak mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu ingin rasanya penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.Ir Eddy Suryanto Soegoto, M,Sc, selaku rektor Universitas indonesia
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Umi Narimawti, Dra., SE, M.,Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia sekaligus Dosen mata kuliah Metodologi Penelitian.

3. Ibu Linna Iswati, SE.,M.Si., selaku ketua program studi manajemen fakultas ekonomi Universitas Komputer Indonesia
4. Bapak Rizki Zulfikar, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing saya.
5. Ibu lita selaku ketua pelaksanaan usulan penelitian dan skripsi
6. Ibu Dra.Rahma Wahdiniwaty,. M ,Si selaku dosen penguji Usulan penelitian dan skripsi.
7. Bapak Deden selaku dosen penguji usulan penelitian dan skripsi.
8. Bapak Gugun dan staf Yamaha JM GM cibereum.
9. Mamah,riris,ko Andra, Cici, Marta, robert, B.Iwan, Ibeth, kiki dan lain-lain.
10. My sisters (Erma, Tina, Zenica, Yanti, stuyanti, tatik, dian, sru umi, ratih)
11. Anak- anak MN-1 yang tidak bisa saya lupakan.
12. Kak liza, kak Cika.
13. Andri edigia, Kevin, keris.
14. Dan tersepesial buat Frans Alexander.

Keberhasilan penulisan Skripsi ini bukan semata - mata hasil dari usaha saya sendiri, melainkan berkat bntuan dorongan, dari pihak - pihak. dengan segala kerendahan hati dan keikhlasn saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya. Apabila ada kesalahan yang saya lakukan mohon dimaafkan. Terima Kasih.

Bandung, 23 Juli 2010

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAAN i
SURAT PERNYATAAN ii
MOTTO iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 8
1.2.1. Identifikasi Masalah 8
1.2.2. Rumusan Masalah 9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9
1.4 Kegunaan Penelitian 10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 12

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka..... 13
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen 13
2.1.2. Konsep dan Pengertian Keterlibatan Konsumen..... 14
2.1.3. Jenis-jenis keterlibatan konsumen 18
2.1.4. Tipe keterlibatan konsumen 21
2.1.5. Pengertian Merek 24

2.1.6. Pengertian kepercayaan atas merek ……. 24
2.1.7. Cara membangun kepercayaan merek ……. 27
2.1.8. Keputusan strategi merek …… 28
2.1.9. Tingkatan-tingkatan dalam loyalitas merek …… 29
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis
2.2 Kerangka pemikiran……31
2.2.1 Hasil penelitian Terdahulu …..….. .. .. ….35
2.3 Hipotesis …….. 38

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 39
3.2 Metode Penelitian 39
3.2.1. Desain Penelitian …… 40
3.2.2. Operasionalisasi Variabel …….. 42
3.2.3. Metode Penarikan Sampel ……..……... 44
3.2.3.1.Teknik Sampling ……..……... 45
3.2.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data ……. 46
3.2.4.1 Jenis Data 46
3.2.4.2 Tekhnik Pengumpulan data…… 46
3.2.5. Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis ……..…….... 48
3.2.5.1.Metode Analisis …… ……. 54
3.2.5.2.Perancangan Hipotesis……. 62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian ..... …. 66
4.1.2 Struktur Organisasi 68
4.1.3 Deskripsi tugas 69
4.1.4 Aspek Perusahaan..... 75
4.2 Pembahasan Penelitian 77
4.2.1 Uji Kualitas Data 77

4.2.1.1 hasil uji Validitas dan Reabilitas Variabel X 78
4.2.1.2 Hasil uji validitas dan Reabilitas Variabel Y 79
4.3 Data Responden 80
4.4 Keterlibatan konsumen 84
4.4.1 Keterlibatan Normative 85
4.4.2 Keterlibatan Subyektif 87
4.4.3 Keterlibatan Jangka Panjang 89
4.4.4 Keterelibatan Situasional 92
4.5 Kepercayaan Merek 96
4.5.1 Hedonik 96
4.5.2 Utilarian 99
4.5.3 Ketersedian Merek 101
4.5.4 Keunikan Merek 103
4.5.3 Kualitas Merek 105
4.6 Pengaruh Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek 109
4.6.1 Analisi Regresi 109
4.6.2 Analisis Korelasi 112
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi 113
4.6.4 Uji Hipotesis 114

BAB V KESIMPILAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 116
5.2 Saran 118

DAFTAR PUSTAKA……. 121

RIWAYAT HIDUP…… 123

LAMPIRAN…… 124

DAFTAR TABEL

No.Tabel **Judul Tabel** **Halaman**

1.1 Perbandingan motor……..6
1.2 Waktu penelitian ..... …. 12
2.1 Low Involvement , passive learning, high involvement …. ……..…. 18
2.2 Jurnal Parsia ……...…… 36
3.1 Desain Penelitian…….……. 42
3.2 Operasionalisasi Variabel …….. 43
3.3 Populasi ……. 45
3.4 Tabel Hasil Rekaputulasi variabel X……. 50
3.5 Tabel Hasil Rekaputulasi Vriabel Y…… 53
3.6 Pembobotan jawaban kuesioner……. 55
3.7 Skor Jawaban Responden…….. 56
3.8 Pedoman interprestasi koefisien korelasi……. 61
3.9 Interprestasi Koefisien Determinasi……. 62
4.1 Hasil Uji Rekaputulasi Validitas dan Reabilitas Variabel X…… 78
4.2 Hasil Uji Rekaputulasi Validitas dan Reabilitas Variabel Y……79
4.3 Jenis Kelamin…….81
4.4 Usia……....81
4.5 Status Perkawinan……...82
4.6 Masa Kerja……..82
4.7 StatusKepegawaian…….83
4.8 Pendidikan Terakir……..83

No.Tabel **Judul Tabel** **Halaman**

4.9 Menurut Anda Motor Yamaha Mio selalu memberikan Sesuatu yang berbeda yang memebuat anda bangga pada Mio……...85

4.10 Menurut Anda produk Yamaha mio selalu relavan dimata konsumen memiliki manfaat yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari…….85

4.11 Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keterlibatan Normative ……86

4.12 Menurut anda Yamaha Mio motor yang bisa dibawa kemanapun (luar kota) termasuk tanjakan tinggi……..87

4.13 Menurut Anda produk Yamaha Mio sangat boros……88

4.14 Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keterlibatan Resiko Subyektif…….. 89

4.15 Menurut anda menggunakan Yamaha Mio sangat memuasakan dan menguntungkan……. 90

4.16 Menurut anda setiap konsumen mio sudah bisa dikatakan familiar atau merasa lebih dekat terhadap merek Mio…… 90

4.17 Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keterlibatan Jangka Panjang……. 91

4.18 Anda nyaman pada motor Mio, maka dari itu anda akan komitmen untuk menggunakan Yamaha Mio…….. 92

4.19 Menurut Anda merek Yamaha sudah sangat terkenal dan meluas di pasar sasaran…….. 93

4.20 Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keterlibatan situasional ……. 93

4.21 Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keterlibatan subyekti ..……. 94

4.22 Menurut anda merek Yamaha Mio Sanagat bagus dimata konsumen…….. 96

4.23 Menurut anda image Yamaha Mio adalah merek yang sangat bagus dimata konsumen…… 97

4.24 Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Hedonik (memberikan kebanggan sendiri)…… 98

4.25 Menurut anda Yamaha Mio adalah produk yang banyak manfaatnya……99

4.26 Menurut anda merek Yamaha Mio dapat membuat anda lebih bersemangat kembali dalam melakukan aktifitas ……...99

4.27 Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Utilatarian (sesuai dengan kebutuhan saya)…… 100

4.28 Menurut anda Yamaha Mio ini mudah didapati oleh setiap konsumen, baik dikota maupun di kabupaten …… 101

4.29 Menurut anda Yamaha Mio memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan pembelian……102

4.30 Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Ketersediaan (dapat mudah diperoleh)…… 102

4.31 Menurut anda Yamaha Mio selalu memberikan keunikan dalam setiap produknya…… 103

4.32 Menurut anda produk Yamaha Mio selalu memberikan kelebihan yang positif dimata masyarakat……104

4.33 Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keunikan (berbeda dengan produk lainya)…… 104

4.34 Menurut anda mutu dari Produk Yamaha Mio ini sangat memuaskan bila digunakan…….. 105

4.35 Menurut anda harga produk Yamaha Mio dapat dikonsumsi oleh semua konsumen……105

4.36 Menurut anda mesin yang dipakai produk Yamaha Mio sangat berkualitas tinggi…… 106

4.37 Jumlah Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kualitas……107

4.38 Akumulasi jawaban Responden tentang Kepercayaan Merek……108

No.Tabel	Judul Tabel	Halaman

4.39 Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi……110

DAFTAR GAMBAR

No.Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan konsumen ……	16
2.2	Model Keterlibatan Konsumen ……..…….	20
2.3	Paradigma Penelitian ……..	35
3.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (uji t).....	62
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan JG. Cibereum.....	68
4.2	Kontinum Keterlibatan Konsumen.....	94
4.3	Kontinum Kepercayaan Merek.....	108
4.4	Kurva Daerah Penerimaan dan penolakan (Ho).....	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Judul Lampiran** **Hal**

1 Surat Bukti Usulan Penelitian dari Perusahaan……1
2 Data Kuesioner……2
3 Artikel Dealer Yamah mio JG cibereum Bandung……..3
4 Lampiran data orinal dan data interval……4
5 Lampiran MSI……..5
6 Lampiran Output SPSS……6
7 Lampiran Critical Value……..7
8 Lampiran scor total korelasi……8
9 Berita Acara Bimbingan Skripsi……..9
10 Jurnal Manajemen Indonesia, Vol. 1, No. 2,2002…….10
11 Lembar Revisi Usulan Penelitian……11
12 Lembar Revisi Skripsi……..12