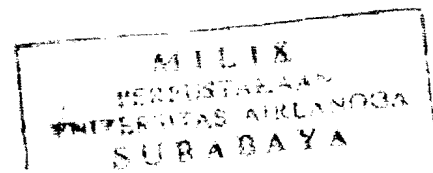


KK
Psi 26/01
Sulu
P

PERBEDAAN LOYALITAS KONSUMEN DITINJAU DARI
KETERLIBATAN KOGNITIF (*COGNITIVE INVOLVEMENT*) DAN
KETERLIBATAN AFEKTIF (*AFFECTIVE INVOLVEMENT*)

SEBUAH STUDI PERBEDAAN MENGENAI LOYALITAS KONSUMEN
PADA PELANGGAN RUMAH MAKAN BANGKONG SURABAYA

SKRIPSI



OLEH :

Deltavia Sukmanto

119410019

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

2001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERBEDAAN LOYALITAS KONSUMEN DITINJAU DARI
KETERLIBATAN KOGNITIF (*COGNITIVE INVOLVEMENT*) DAN
KETERLIBATAN AFEKTIF (*AFFECTIVE INVOLVEMENT*)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

DELTA VIA SUKMANTO

119410019

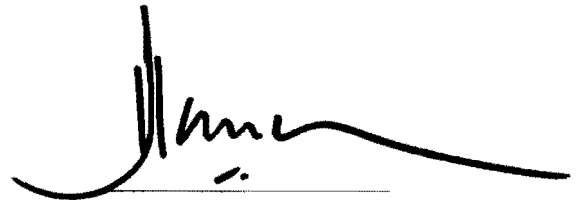
telah dipertahankan di depan dewan penguji

pada tanggal 24 Juli 2001

Susunan Dewan Penguji

Drs. Seger Handoyo, Msi.

NIP. 131 967 668



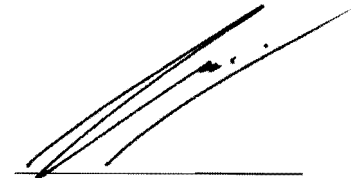
Nurul Hartini, S.Psi.

NIP. 132 161 192



Drs. Fendy Suhariadi, MT

NIP. 131 878 364



ABSTRAKSI**Deltavia Sukmanto 119410019. Perbedaan loyalitas konsumen ditinjau dari Keterlibatan Kognitif dan Keterlibatan Afektif**

Penelitian ini hendak mengungkapkan apakah ada perbedaan loyalitas konsumen antara konsumen dengan keterlibatan kognitif dan keterlibatan afektif. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu Keterlibatan kognitif (X1) dan Keterlibatan afektif(X2) serta satu variabel terikat yaitu loyalitas konsumen(Y).

Subjek penelitian konsumen rumah makan Bangkong Surabaya terdiri dari 51 orang dengan karakteristik sebagai berikut : datang ke rumah makan Bangkong minimal 2 kali sebulan dan pengeluaran bulanan minimal Rp. 500.000,-. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan tiga kuesioner, yaitu kuesioner Keterlibatan Kognitif sebanyak 30 item, kuesioner keterlibatan afektif sebanyak 28 item dan kuesioner loyalitas konsumen sebanyak 24 item.

Dari uji validitas alat ukur, jumlah item yang gugur untuk kuesioner keterlibatan kognitif sebanyak tujuh item, kuesioner keterlibatan afektif sebanyak 8 item dan kuesioner loyalitas konsumen sebanyak 6 item. Sedangkan reliabilitas yang diperoleh untuk kuesioner Keterlibatan afektif adalah 0,8811; kuesioner keterlibatan afektif sebanyak 0,7879 dan kuesioner loyalitas konsumen 0,7838 dengan p masing-masing sebesar 0,000 sehingga kedua kuesioner tersebut dapat dikatakan andal.

Teknik analisis data menggunakan Anava Dua Jalan. Adapun perhitungannya menggunakan bantuan SPSS 9.0 for Window hasil Analisa Varian (ANOVA) menunjukkan nilai F 0,145 dengan nilai P 0,705. Hasilnya penelitian ini tidak menerima hipotesa kerja yang menyatakan "Ada perbedaan loyalitas konsumen ditinjau dari keterlibatan kognitif dan keterlibatan afektif". Dari data yang diperoleh didapat kesimpulan bahwa ternyata tidak terdapat perbedaan antara keterlibatan kognitif dan keterlibatan afektif dalam tingkat loyalitasnya. Hal ini menjelaskan bahwa di dalam arah keterlibatannya konsumen dimotivasi secara bersamaan oleh pertimbangan emosional dan rasional