

ABSTRAK

ANALISIS HUBUNGAN TINGKAT KETERLIBATAN KONSUMEN DENGAN SIKAP KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK PELANGSING TUBUH Studi Kasus Pada Apotek K “Komplit 24 Jam” Jalan Kaliurang Km.5 Yogyakarta

Suriaty

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2005

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Apakah ada hubungan antara tingkat keterlibatan konsumen dengan sikap konsumen dalam pembelian produk pelangsing tubuh. Jumlah responden yang diambil sebagai sampel sebanyak 40 responden. Merek pelangsing tubuh yang paling banyak digunakan adalah Natur Slim yaitu 35,3 % dari delapan merek pelangsing tubuh di Apotek K “Komplit 24 Jam” Jalan Kaliurang Km.5

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *Pearson*. Koefisien korelasi (r) antara tingkat keterlibatan konsumen dengan sikap konsumen sebesar 0,563. Ini menunjukkan t hitung (0,581) > t tabel yang sebesar 2,021. Artinya adanya hubungan antara tingkat keterlibatan konsumen dengan sikap konsumen dalam pembelian produk pelangsing tubuh. Dengan demikian dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat keterlibatan konsumen, semakin loyal (setia) pula sikap konsumen dalam pembelian produk pelangsing tubuh.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER INVOLVEMENT AND CONSUMER ATTITUDE IN PURCHASING SLIMMING BODY PRODUCT

Case Analysis at Drugstore K “Komplit 24 jam” Jalan Kaliurang Km.5 Yogyakarta

Suriaty

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2005

This research has a purpose to know about the relation between consumer level involvements with consumer attitude in purchasing slimming body product. The brand of slimming body that a lot being used is Natur Slim with total 35.3 % from eight different slimming body products in Drugstore K “Komplit 24 Jam” Jalan Kaliurang Km. 5

The hypothesis is tested by the correlation method of *Pearson product moment*. Coefficient of correlation (r) between consumer involvement and consumer attitude is 0.563. It showed that t calculated (0.581) is larger than t table (2.021). It means that there is a relation between consumer involvements and consumer attitude in purchasing slimming body product. Therefore, it can be concluded that the higher consumer involvement, the more loyalty consumer attitude in purchasing slimming body product.