

HUBUNGAN ANTARA *SUSCEPTIBILITY TO REFERENCE GROUP INFLUENCE* DAN *CONSUMER ENGAGEMENT* GENERASI Y PADA KONSUMEN HARLEY DAVIDSON

Kevin Irwanto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *susceptibility to reference group influence* dan *consumer engagement* pada konsumen generasi Y. Hipotesis pada penelitian ini adalah ada hubungan yang positif signifikan antara *susceptibility to reference group influence* dan *consumer engagement* pada konsumen Harley Davidson generasi Y. Subjek dalam penelitian ini adalah 151 konsumen produk motor Harley Davidson yang berusia 23 hingga 40 tahun. Ada 2 alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala *susceptibility to reference group influence* dan skala *consumer engagement*. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji korelasi *spearman's Rho* karena data tidak berdistribusi normal. Penelitian ini menghasilkan nilai koefisien korelasi *Spearman's rho* sebesar 0,542, dan nilai signifikansi (1 tailed) sebesar 0,000 ($p > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara *Susceptibility to Reference Group Influence* dan *Consumer Engagement* pada konsumen Harley Davidson generasi Y.

Kata kunci: *Consumer Engagement*, generasi Y, konsumen, *Reference Group Influence*

HUBUNGAN ANTARA *SUSCEPTIBILITY TO REFERENCE GROUP INFLUENCE* DAN *CONSUMER ENGAGEMENT* GENERASI Y PADA KONSUMEN HARLEY DAVIDSON

Kevin Irwanto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *susceptibility to reference group influence* dan *consumer engagement* pada konsumen generasi Y. Hipotesis pada penelitian ini adalah ada hubungan yang positif signifikan antara *susceptibility to reference group influence* dan *consumer engagement* pada konsumen Harley Davidson generasi Y. Subjek dalam penelitian ini adalah 151 konsumen produk motor Harley Davidson yang berusia 23 hingga 40 tahun. Ada 2 alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala *susceptibility to reference group influence* dan skala *consumer engagement*. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji korelasi *spearman's Rho* karena data tidak berdistribusi normal. Penelitian ini menghasilkan nilai koefisien korelasi *Spearman's rho* sebesar 0,542, dan nilai signifikansi (1 tailed) sebesar 0,000 ($p > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara *Susceptibility to Reference Group Influence* dan *Consumer Engagement* pada konsumen Harley Davidson generasi Y.

Kata kunci: *Consumer Engagement*, generasi Y, konsumen, *Reference Group Influence*

