

ABSTRAK

Venusia Ika Puspitasari (2001). **Hubungan antara Keterlibatan Konsumen dengan Resiko yang Disadari terhadap Produk Pakaian pada Mahasiswa.** Yogyakarta; Fakultas Psikologi, Jurusan Psikologi, Program Studi Psikologi, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari ada tidaknya korelasi positif antara keterlibatan konsumen dengan resiko yang disadari terhadap produk pakaian pada mahasiswa. Keterlibatan konsumen adalah tingkat kepentingan pribadi yang disadari atau minat yang dibangkitkan oleh stimulus atau proses pembelian produk tertentu dalam situasi yang spesifik. Resiko yang disadari adalah kecemasan dan ketakutan yang dirasakan konsumen akan adanya kemungkinan terjadinya konsekuensi negatif akibat tidak dapat menginterpretasi stimuli secara jelas. Jika seseorang memiliki keterlibatan konsumen yang tinggi maka ia akan mempunyai resiko disadari yang tinggi pula. Namun dalam kenyataannya, beberapa kasus menunjukkan bahwa keterlibatan konsumen yang tinggi tidak selalu diikuti kesadaran akan resiko yang tinggi. Teori perilaku konsumen menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara kedua variabel. Jadi, penelitian ini memiliki hipotesis bahwa ada korelasi positif antara keterlibatan konsumen dengan resiko yang disadari terhadap produk pakaian pada mahasiswa.

Subyek penelitian ini adalah mahasiswa Psikologi Universitas Sanata Dharma yang berjumlah 92 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan angket, yaitu angket resiko yang disadari terhadap produk pakaian dan angket keterlibatan konsumen terhadap produk pakaian. Uji validitas menghasilkan 34 item valid untuk masing-masing angket. Uji reliabilitas menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* yang menunjukkan angket resiko yang disadari memiliki koefisien reliabilitas 0,858 dan keterlibatan konsumen 0,890.

Analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi *product moment Pearson*. Analisis korelasi menghasilkan koefisien korelasi sebesar $r = 0,728$ dan koefisien determinan sebesar $r^2 = 0,529$. Hasil analisis menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara keterlibatan konsumen dengan resiko yang disadari terhadap produk pakaian pada mahasiswa. Jadi, hipotesis penelitian ini diterima. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa keterlibatan konsumen memberi sumbangan 52,9% terhadap resiko yang disadari.

ABSTRACT

Venusia Ika Puspitasari (2001). **Correlation between Consumer Involvement with Perceived Risk towards Clothes Product on University Students.** Yogyakarta; Psychology Faculty, Department of Psychology, Psychology Study Program, Sanata Dharma University.

The aim of the research is to find out whether there is a positive correlation between consumer behavior with perceived risk towards clothes product on university students. Consumer involvement is the level of perceived personal importance or interest evoked by stimulus or purchase process for a particular product within a specific situation. Perceived risk is anxiety and fear that experienced by consumer for the possibility of negative consequences when they can not interpret stimuli clearly. If the people have high consumer involvement, they should have high perceived risk. In fact, there are cases that high consumer involvement not always follow by the high perceived risk and. The consumer behavior theories said that there is a positive relation between these variables. So, this research have a hypothesis that there is a positive correlation between consumer involvement with perceived risk towards clothes on university students.

The subject of the research are the Psychology students in Sanata Dharma University which to amount to 92 person. The sampling technique is the purposive sampling. Data are collect with questionnaire, there are perceived risk towards clothes product and consumer involvement towards it. The validity test find out there are 34 items for each instruments. The reliability test for this research used the Alpha Cronbach realibility coefficient which find out that perceived risk questionnaire have realibility coefficient 0,858 and consumer involvement 0,890.

Pearson product moment analysis is used to analyse data of research. The correlation analysis find out that the correlation coefficient is $r = 0.728$ and the determinan coefficient $r^2 = 0,529$. There is a significance positive correlation between consumer involvement with perceived risk towards clothes product on university students. The hypothesis is accepted. It also shows that consumer involvement contribute 52,9% towards perceived risk.