

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara variabel kepuasan dan keterlibatan konsumen terhadap loyalitas yang dimediasi oleh variabel kepercayaan pada merek *handphone* Nokia. survei dilakukan terhadap konsumen *handphone* merek Nokia yang berdomisili di Wilayah Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sebanyak 180 eksemplar kuisisioner diambil sebagai sampel untuk penelitian ini.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation model* (SEM). Hasil analisa menunjukkan adanya lima temuan. 1) Variabel kepuasan konsumen pada merek *handphone* Nokia tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas *handphone* Nokia. 2) Variabel keterlibatan konsumen pada merek *handphone* Nokia tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas *handphone* Nokia. 3) Kepuasan konsumen ternyata berpengaruh langsung secara signifikan terhadap terhadap kepercayaan pada merek *handphone* Nokia. 4) Keterlibatan konsumen tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepercayaan pada merek *handphone* Nokia. 5) Kepercayaan merek ternyata bukan merupakan variabel intervening atau *mediating variables* antara variabel kepuasan dan variabel keterlibatan konsumen terhadap loyalitas merek *handphone* Nokia.

Produsen atau pemasar produk *handphone* Nokia harus selalu aktif mengkaji teori perilaku konsumen, karena perilaku konsumen sangat dinamis dan rentan terhadap lingkungan sekitar baik itu dilingkungan internal maupun eksternal.

Kata Kunci: Kepuasan, Keterlibatan, Loyalitas, Kepercayaan Merek, SEM

ABSTRACT

This research is used to analyze the relation between customer satisfaction and involvement on loyalty which mediated by the variable of trust in a brand handphone Nokia. Survey was conducted to the consumer handphone nokia domiciled in the territory of Yogyakarta. The sampling technique used in this research is purposive sampling. As many as 180 exemplars questionnaires were taken as sample for this study.

Structural equation model (SEM) used in this research as a tool of analysis. The result of analysis five findings. 1) Variable of consumer satisfactions in the handphone Nokia brand no significant direct effect on loyalty handphone Nokia brand. 2) Variable involvement of consumers on handphone nokia brand no significant direct influence on loyalty to the handphone Nokia. 3) Customers satisfaction was a significant direct influence on the trust in handphone Nokia brand. 4) Consumer involvement was not direct influence on trust to the Nokia brand. 5) Brand trust was not an intervening variable or mediating variable between satisfaction variables and the variable of customer involvement on loyalty of handphone Nokia brand.

Manufactures or marketers of products handphone Nokia always be actively studying the theory of consumer behavior, because consumer behavior are dynamic and susceptible to the surrounding environment either internal or external environment.

Keyword: *Satisfaction, Involvement, Loyalty, Brand Trust, SEM*