

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tipe keterlibatan dan tingkat keterlibatan terhadap kepercayaan merek sepeda motor Honda BeAT. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk sepeda motor BeAT di PT. Nusa Finance Kota Serang Banten. Sampel penelitian ini adalah 100 responden yang dianggap telah cukup mewakili populasi yang diteliti. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tipe keterlibatan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan merek pada produk sepeda motor Honda Beat di Kota Serang, Banten dan Tingkat keterlibatan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan merek pada produk sepeda motor Honda Beat di Kota Serang, Banten.

Kata Kunci: tipe keterlibatan, tingkat keterlibatan dan kepercayaan merek