

ABSTRAK

Ryo Fabian – 01011170051

ANALISIS PENGARUH PENCARIAN INFORMASI DI MEDIA TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI KONSUMEN PENGGUNA *IPHONE*

(xvi + 84 halaman; 9 gambar; 30 tabel; 3 lampiran)

Salah satu contoh perkembangan teknologi dan komunikasi dapat dilihat dari penggunaan ponsel pintar khususnya di Indonesia dimana hampir setiap orang memiliki ponsel pintar yang digunakan baik untuk komunikasi dan sebagainya. Hal ini melatarbelakangi penelitian ini dengan menggunakan *iPhone* sebagai objek penelitian karena pada survey awal penelitian menunjukkan mayoritas responden pernah atau sedang menggunakan *iPhone* bahkan sebelumnya berpindah dari *Android* ke system operasi *ios* tetapi penjualan *iPhone* di Indonesia masih relatif kecil dan *iPhone* tidak masuk 5 ponsel pintar terbaik di Indonesia.

Penelitian kuantitatif ini dilakukan untuk menguji adanya pengaruh *cognitive motives*, *affective motives*, dan *social integrative* terhadap pencarian informasi konsumen pengguna *iPhone* dengan data dari 120 responden yang terkumpul dengan metode kuesioner. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* dengan hasil *cognitive motives*, *affective motives*, dan *social integrative* tidak berpengaruh terhadap pencarian informasi konsumen pengguna *iPhone*. Pengguna *iPhone* cenderung mencari informasi satu arah melalui internet dan bukan interaksi dua arah dengan sesama sehingga *Apple* harus lebih mengutamakan promosi dan iklan di media digital khususnya internet untuk menarik konsumen baru dan memberikan informasi yang komperhensif terhadap pengguna *iPhone*.

Kata Kunci : *cognitive motives*, *affective motives*, *social integrative*, *consumer information search*.

Referensi : 72 (1970-2019)