

## ABSTRAK

Erica Wijaya Erwin (01011190124)

### **“HUBUNGAN ANTARA MEREK SMARTPHONE YANG DIGUNAKAN DENGAN CITRA DIRI PENGGUNANYA”**

(xxi + 209 halaman; 39 gambar; 51 tabel; 6 lampiran)

Orang-orang saat ini, terutama generasi muda, terus-menerus berlomba-lomba untuk memperbarui citra diri mereka sendiri yang ingin mereka tampilkan. Cara paling sederhana untuk menampilkan gambar mereka adalah dengan menunjukkan jenis dan merek ponsel yang mereka gunakan, karena perangkat ini sangat mudah dikenali dan dapat menunjukkan gaya hidup dan citra diri pengguna. Banyak orang hanya mengandalkan ponsel mereka untuk meningkatkan status sosial mereka, mempermanis prospek pekerjaan mereka, dan memperdalam hubungan mereka dengan komunitas mereka. Saat membeli hp, banyak orang yang mengedepankan brand smartphone yang populer dan terkenal di kalangan masyarakat karena dipengaruhi oleh iklan dan informasi yang dipelajari dari orang-orang di sekitarnya. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan karakteristik pernah membeli dan menggunakan smartphone produk Apple. Kemudian data diolah menggunakan *AMOS V. 26.0* dan *IBM SPSS V 26.0* dengan melakukan analisis data validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik. Penelitian ini melakukan *pre-test* dan disebarkan kuesioner kepada 119 responden lalu diuji validitas dan reliabilitasnya. Kemudian penyebaran kuesioner kepada 351 responden dilakukan dan dilakukan analisis data lebih mendalam. Hasil penelitian mendapatkan bahwa seluruh hipotesis berjumlah tujuh yang telah dibangun memiliki hubungan secara positif dan didukung.

**Kata Kunci:** *Ideal Self-image Congruity, Actual Self-image Congruity, Self motivation, Self-brand Connection, brand preference*

**Referensi:** 275 (1964-2022)