

ABSTRAK

PENGARUH MANFAAT EKSPRESI DIRI DAN NILAI UTILITARIAN TERHADAP MINAT BELI MELALUI SIKAP MEREK (Kasus Pada Pengguna *Smartphone Iphone* Di Kota Tasikmalaya)

Oleh:

Kevin Hibatul Hakim

NIM 183402167

Pembimbing 1 : R. Lucky Radi Rinandiyana

Pembimbing 2 : Adhitya Rahmat Taufik

Penelitian ini didasari adanya kontroversi hasil penelitian manfaat ekspresi diri tidak menunjukkan hubungan dengan minat beli yang kemudian dikaitkan dengan fenomena dari pemblokiran imei untuk *smartphone* iPhone yang tidak resmi menurunkan penjualan iPhone karena minat beli konsumen yang menurun. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap merek memediasi manfaat ekspresi diri dan nilai utilitarian terhadap minat beli pengguna *smartphone* iPhone. Penelitian ini dirancang sebagai jenis penelitian yang menggunakan *survey method* dengan dilakukan penyebaran angket kepada 165 responden yang merupakan pengguna *smartphone* merek Iphone di Kota Tasikmalaya yang telah membeli lebih dari satu kali, menggunakan *smartphone* merek Iphone lebih dari 1 tahun, Berusia di atas 18 tahun menggunakan teknik *perposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *structural equation modeling* (SEM) dengan alat bantu analisis data menggunakan *software* AMOS versi 26. Manfaat ekspresi diri memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, manfaat ekspresi diri memiliki pengaruh positif terhadap sikap merek, nilai utilitarian memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, nilai utilitarian tidak berpengaruh terhadap sikap merek, sikap merek tidak memediasi manfaat ekspresi diri dan nilai utilitarian terhadap minat beli.

Kata kunci: Manfaat ekspresi diri, nilai utilitarian, sikap merek dan minat beli.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SELF-EXPRESSIVE BENEFITS AND UTILITARIAN VALUES ON BUYING INTEREST THROUGH BRAND ATTITUDES (Case of Iphone Smartphone Users in Tasikmalaya City)

By:

**Kevin Hibatul Hakim
NIM 183402167**

**Guide I : R. Lucky Radi Rinandiyana
Guide II : Adhitya Rahmat Taufik**

This research is based on the controversy that the results of the research on the benefits of self-expressive do not show a relationship with buying interest which is then associated with the phenomenon of imei blocking for iPhone smartphones which unofficially decreased iPhone sales due to declining consumer buying interest. The purpose of this study is to find out and analyze the influence of brand attitudes on mediating the benefits of self-expressive and utilitarian values on the buying interest of iPhone smartphone users. This study is designed as a type of research that uses a survey method by distributing questionnaires to 165 respondents who are Iphone brand smartphone users in Tasikmalaya City who have purchased more than once, used Iphone brand smartphones for more than 1 year, and are over 18 years old using perposive sampling techniques. The analysis tool used in this study is structural equation modeling (SEM) with data analysis tools using AMOS software version 26. The benefits of self-expressive have a positive influence on buying interest, the benefits of self-expressive have a positive influence on brand attitudes, utilitarian values have a positive influence on buying interests, utilitarian values have no effect on brand attitudes, brand attitudes do not mediate the benefits of self-expressive and utilitarian values on buying interests.