

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kesesuaian citra diri terhadap kesukaan merek dan kepuasan konsumen. Sobyek yang digunakan dalam penelitian adalah Mahasiswa UMY dan obyeknya adalah telepon seluler (ponsel) pada produk Nokia.

Teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan jumlah sampel 210 responden. Hasil penyebaran tersebut, kuesioner sebanyak 13 sampel tidak layak. Sedangkan sampel sebanyak 197 dinyatakan layak. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi linier sederhana, Uji t, MANOVA, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan analisis pertama diperoleh hasil bahwa kesesuaian citra diri berpengaruh terhadap kesukaan merek. Hal ini menggambarkan bahwa seorang konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk akan mempertimbangkan kesukaan merek untuk mengangkat citra dirinya. Hasil analisis kedua diperoleh hasil bahwa kesesuaian citra diri berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian citra diri akan memfasilitasi secara positif tingkah laku dan kebiasaan terhadap produk maupun merek.

Hasil Analisis ketiga menunjukkan kesesuaian citra diri berpengaruh terhadap kesukaan merek dan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa suatu proses pemilihan, pengorganisasian dan penafsiran dapat menciptakan suatu gambaran tentang produk/perusahaan yang bermutu tinggi. Kondisi ini akan mencerminkan bahwa konsumen menggunakan suatu produk untuk memperlihatkan konsep diri yang terdapat dalam dirinya sendiri.

Kata kunci : konsep diri, kesesuaian citra diri, kesukaan merek dan kepuasan konsumen.