

## ABSTRAK

### Hubungan Brand Image Dengan Kepercayaan diri Pada Remaja Yang Menggunakan sepatu Converse Allstar

Oleh: Rizki Azima

Pada masa remaja merupakan masa dimana banyak perubahan fisik yang terjadi yang mampu mempengaruhi psikologis remaja itu sendiri, salah satu aspek psikologisnya yaitu kepercayaan diri. Untuk dapat meningkatkan rasa percaya diri, remaja akan mencoba segala hal yang sesuai dengannya, salah satunya membeli produk sepatu. Salah satu produk sepatu yang disukai oleh banyak remaja yaitu converse allstar.

Populasi penelitian adalah remaja pengguna sepatu converse allstar dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang ditentukan dengan menggunakan teknik *incidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket berskala tentang *brand image* dan kepercayaan diri. Data diolah dengan menggunakan teknik statistik deskriptif (mean dan SD) serta korelasi *product moment*.

Hasil penelitian menemukan bahwa remaja pengguna sepatu converse allstar 44,00% kepercayaan diri pada tingkat sedang, 56,00% berada pada kategori tinggi dan 00,00% memiliki tingkat kepercayaan diri rendah. Adapun sebanyak 21,00% *brand image* pada remaja pengguna sepatu converse allstar pada kategori tinggi, 78,00% sedang dan 01,00% lainnya menyatakan rendah. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara *brand image* dan kepercayaan diri dengan  $r_{xy}=0,250$  dan  $p=0,012$  ( $p<0,05$ ), Dengan demikian hipotesis yang dikemukakan sebelumnya terdapat hubungan positif dan signifikan antara *brand image* dengan kepercayaan diri pada remaja yang menggunakan sepatu converse allstar.

Berdasarkan temuan tersebut disarankan bagi perusahaan lain agar dapat membuat produk dengan *brand image* yang baik agar mampu membantu remaja terhadap kepercayaan dirinya. Bagi remaja agar dapat memilih sepatu yang memiliki *image* yang baik agar dapat menunjang kepercayaan dirinya. Bagi peneliti selanjutnya, hasil ini dapat menjadi acuan dalam peneliti menentukan konstruk terkait dengan *brand image* maupun kepercayaan diri.