

## ABSTRAK

**Judul : Hubungan *Reference Group* dengan Intensi *Brandswitching* Merek Telepon Seluler pada Mahasiswa Psikologi**

**Nama : Rahma Dani**

**Pembimbing : Rinaldi, S. Psi, M. Si**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui Hubungan *Reference Group* dengan Intensi *Brandswitching* Merek Telepon Seluler Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian terdiri dari mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan teknik *purposive random sampling* dengan mengambil subjek sebanyak 150 orang mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang. Pengambilan data penelitian dengan menggunakan skala *reference group* dan skala intensi *brandswitching*. teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis korelasi *product moment*. Hasil penelitian dengan nilai  $r_{xy}$  sebesar 0.926 dengan  $p=0.000$  ( $p<0.01$ ) menunjukkan hubungan yang positif signifikan antara *reference group* dengan intensi *brandswitching* merek telepon seluler mahasiswa psikologi universitas negeri padang.

Kata kunci: *reference group*, intensi *brandswitching*, mahasiswa.