

**PENGARUH SELF CONGRUITY TERHADAP CONSUMER ENGAGEMENT
PADA PENGGUNA PRODUK PERAWATAN SCARLETT WHITENING DI
INDONESIA**

ABSTRACT

Early adulthood is a time where there is a high level of awareness about skin health or appearance. The increase in use of skincare and beauty products is due to the influence of self-congruity, namely the similarity of the brand image with the self-image one has. Therefore, this research aims to determine the influence of self-congruity on consumer engagement among users of Scarlett Whitening care products in Indonesia. The research subjects were 165 early adults who were users of Scarlett Whitening care products using non-probability sampling techniques. The measuring tool used in this research is data collection using a questionnaire in the form of a Likert scale for self-congruity scale and consumer engagement scale. Data analysis used simple linear regression analysis techniques with the help of IBM SPSS 25. Based on the results of data analysis, a significance level was found, namely 0.000 and (β) 0.587 with R^2 0.575. This shows that self-congruity has a positive and significant influence on consumer engagement among users of Scarlett Whitening care products, so it can be interpreted that the higher the self-congruity, the higher the consumer engagement.

Keywords: *Early Adulthood, Self Congruity, Consumer Engagement, Scarlett Whitening*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **”PENGARUH *SELF CONGRUITY* TERHADAP *CONSUMER ENGAGEMENT* PADA PENGGUNA PRODUK PERAWATAN SCARLETT DI INDONESIA”**. Adapun skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi di Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.

Pembuatan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik yang tentunya tidak lepas dari bimbingan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bob Foster, M.M. selaku Rektor Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.
2. Ibu Evi Sri Nurhastuti, S.Psi., M.M., Psikolog. selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Dosen Pembimbing I yang telah sangat baik dalam membimbing dan memberikan masukan dan motivasi kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Ibu Pradiptya Septyanti Putri, M.Psi., Psikolog. selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.
4. Ibu Anindita Karunia, S.Psi., M.Psi. selaku Dosen Pembimbing II yang telah sangat baik dalam membimbing dan memberikan masukan dan motivasi kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Bapak Ilham Medal Junjuran, S.Psi., M.Si. selaku Dosen wali yang telah memberikan motivasi, harapan, dan dukungan kepada penulis.
6. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi yang telah memberikan ilmu, motivasi, dan pengalaman selama masa studi di Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.
7. Ibu Amanda Debora Frediyanti, S.Psi. yang telah membantu penulis memenuhi administratif penelitian.
8. Orangtua tercinta, Bapak H. Asep Kurnia dan Ibu Hj. Maemunah yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam penyelesaian studi ini.
9. Suami penulis, Andi Pratama yang selalu memberikan doa, dukungan, dan telah setia menemani penulis selama penyelesaian studi.