

ABSTRAK

Salah satu bukti bahwa teknologi terus berkembang yaitu adanya ikatan. Hal ini disebabkan karena dalam kehidupan sehari-hari, individu akan terus saling berinteraksi antara satu sama lain. Tidak hanya itu, generasi Y juga yang menggambarkan generasi yang lahir dalam menguasai game iklan dan akrab dengan teknologi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan kuesioner dengan cara *random sampling*. Dan setelah dilakukan penelitian, maka diperoleh hasil bahwa interaksi dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Komitmen *Brand* pada pengguna *smartphone* di Kota Batam seperti yang tertera dalam hipotesis.

Kata Kunci: *Smartphone*, Komitmen *Brand*, Kapital Sosial

ABSTRACT

One of the proof that technology continues to evolve is that there is a bond. This is because in everyday life, individuals will continue to interact with each other. Not only that, but Y generation also represents a generation born in mastering advertising games and familiar with technology. This research uses a quantitative research method with a questionnaire collection technique by means of random sampling. And after doing the research, the results show that interaction and trust have no effect on Brand Commitment to smartphone users in Batam City as stated in the hypothesis.

Keywords: *Smartphone, Brand Commitment, Social Capital*