

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai produk, citra merek, sikap konsumen, dan dampaknya niat beli pada *smartphone* hp Samsung di Agen Gajah Mada Semarang. Pada penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner yang sudah disebar melalui *whatsaap* secara Sampel yang terdiri dari 100 responden telah dikumpulkan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa nilai produk Berpengaruh positif dan signifikan

terhadap sikap konsumen, citra merek berpengaruh Positif dan signifikan terhadap sikap konsumen, dan sikap konsumen berpengaruh Positif dan signifikan terhadap niat beli

Kata Kunci: Nilai produk, Citra Merek, Sikap Konsumen, dan Niat Beli

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of product value, brand image, consumer attitudes, and the impact of purchase intentions on Samsung cellphones at Gajah Mada Agents, Semarang. In this study, data were collected through questionnaires that had been distributed via WhatsApp. Samples consisting of 100 respondents were collected using purposive sampling technique. The data in this study show the results that the value of the product has a significant effect on consumer attitudes, brand image has a significant effect on consumer attitudes, and consumer attitudes have a significant effect on purchase intentions.

Keywords: Product Value, Brand Image, Consumer Attitude, and Purchase Intention