

SKRIPSI

PERAN ATRIBUT PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG DALAM MEMPENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN DENGAN PEMASARAN *MASSTIGE*

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : EZRA INDRIYATI MANURUNG

NIM : 01015220096



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2025**