

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *functional value*, *social value* dan *emotional value* terhadap estetika pada Smartphone untuk menarik minat pembelian konsumen terhadap suatu produk. Penelitian ini dilakukan pada suatu merek *smartphone* yaitu Iphone. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data yang menggunakan metode survey. Sebanyak 265 kuesioner disebarakan kepada responden yang berdomisili di Surabaya yang pernah membeli dan menggunakan *Smartphone* Iphone dalam jangka waktu 1 tahun terakhir.

Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan aras pengukuran interval (1-5). Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Aesthetics* secara langsung mempengaruhi *Purchase Intention*. Konsumen memiliki minat beli pada *smartphone* yang memiliki nilai seperti *functional value*, *social value* dan *emotional value*.

Kata Kunci : estetika, nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, minat beli.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of functional value, social value and emotional value on aesthetics on smartphones to attract consumers' purchase of a product. This research was conducted on a smartphone brand, the Iphone. This study uses a quantitative approach and data collection using survey methods. 265 questionnaires were distributed to respondents domiciled in Surabaya who had bought and used an Iphone Smartphone in the past 1 year.*

*Data that has been collected is then processed using Structural Equation Modeling (SEM) and interval measurement levels (1-5). The findings in this study indicate that Aesthetics directly affects Purchase Intention. Consumers have buying interest in smartphones that have values such as functional value, social value and emotional value.*

*Keywords: aesthetics, functional value, social value, emotional value, Purchase Intention*

