



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI OLEH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU**

Oleh:

TIO RINDO RINDO

Nim:11371103051

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau dengan jumlah responden 100 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuisioner. Data yang diperoleh dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = -1.505 + 0.291X_1 + 0.842X_2 + e$. hasil uji f menunjukkan variable kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi. Selanjutnya besar pengaruh variable independen (kualitas produk dan *word of mouth*) terhadap variable dependen (keputusan pembelian) adalah sebesar $r = 0.818$ atau 81.8%. sedangkan sisanya sebesar 18,2% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti perilaku konsumen, harga, persepsi kualitas, dan promosi.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Word Of Mouth* dan Keputusan Pembelian