

Shochibul Mighfar, 12312069, Pengaruh Kualitas Produk, Fitur, Word of Mouth dan E-commerce terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi, Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Januari 2019.

### **Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Fitur, Word of Mouth dan E-commerce terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 konsumen yang tergabung dalam aplikasi MI community. Untuk menganalisis hubungan antara variable independen dengan dependen adalah regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji t dan uji F), dan juga uji model (uji koefisien determinasi). Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk dan fitur berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi dengan tingkat signifikansi (0,000 dan 0,005), word of mouth dan e-commerce tidak berpengaruh terhadap smartphone Xiaomi dengan tingkat signifikansi (0,311 dan 0,568). Hasil secara simultan dengan uji F, kualitas produk, fitur, word of mouth dan e-commerce secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi. Koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square 0,974 bahwa kualitas produk, fitur, word of mouth dan e-commerce dapat dijelaskan oleh variable independen sebesar 97,4%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh factor lainnya.

Kata kunci: Kualitas Prduk, Fitur, Word of Mouth, E-commerce, Keputusan Pembelian.