

ABSTRAK

Nilu Nugraha, No.Bp 16101155310536. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2020), pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada excavator komatsu Pada PT. United Tractors Tbk Padang ,dibawah bimbingan Bapak Emil Salim, S.E., M.M.sebagai pembimbing I dan Ibu Hilda Mary, S.E., M.M. sebagai pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan sampel 90 responden konsumen PT.United Tractors Tbk Padang. Metode yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, analisis korelasi dan analisis linear berganda, untuk uji hipotesis digunakan uji t.

Berdasarkan penelitian yang didapatkan di peroleh angka *R Square* 0,670 hal ini menunjukkan bahwa sumbangan Kualitas Produk, *Word Of Mouth* dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,670 atau 67% sedangkan sisanya 33% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam model pada penelitian ini, dan dilihat pada data penjualan bahwasanya Excavator Komatsu memiliki penurunan terhadap penjualan yang diakibatkan perpindahan keinginan pembelian konsumen terhadap brand lainnya. Dalam upaya meningkatkan Keputusan Pembelian dan menambah Minat Beli Konsumen bertambah perusahaan harus memperhatikan *Word Of Mouth* karena terbukti memberikan pengaruh yang besar terhadap Keputusan Pembelian tanpa mengabaikan variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian dan Minat Beli