

ABSTRAK

Ledi Eka Sari, No.BP 16101155310205, Manajemen (2020) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan fitur produk terhadap keputusan pembelian dengan *word of mouth* sebagai variabel intervening pada mahasiswa pengguna smartphone oppo di universitas putra indonesia “YPTK” padang.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Putra Indonesia” YPTK” Padang yang berjumlah 4.906 mahasiswa . Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda (baik secara simultan maupun parsial) dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh :(1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. (2) Fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (6) kualitas produk dan fitur produk secara simultan (uji f) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (7) kualitas produk dan fitur produk secara simultan (uji f) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Akhirnya penulis menyarankan kepada perusahaan smatphone Oppo untuk dapat meningkatkan kualitas produk, fitur produk, dan *word of mouth* agar terciptanya keputusan pembelian

Kata Kunci :kualitas produk, fitur produk, keputusan pembelian dan *word of mouth*.