

ABSTRAK

PEMBENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *WORD OF MOUTH*, *COUNTRY OF ORIGIN*, DESAIN DAN FITUR PRODUK (STUDI PADA PRODUK SMARTPHONE OPPO)

Oleh
FERDY ARIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, *country of origin*, desain dan fitur produk terhadap keputusan pembelian pada smartphone OPPO. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei, populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen produk smartphone OPPO di Kecamatan Tanjung Senang Bandar Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial terdapat dua variabel independen yaitu, *word of mouth* dan fitur yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada smartphone OPPO. Sedangkan variabel *country of origin* dan desain tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara simultan, empat variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Kesimpulan: *word of mouth* dan fitur produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone OPPO.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, *Country of Origin*, Desain, Fitur, Keputusan Pembelian.