

ABSTRAK

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* INFINIX

Oleh

Luluk Yuliyana

Lulukyy123@gmail.com

Di era perkembangan teknologi saat ini, teknologi sudah menjadi salah satu kebutuhan yang sulit dipisahkan dari kehidupan manusia. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan berbagai jenis alat teknologi dan telekomunikasi, salah satunya adalah *smartphone*. Infinix merupakan salah satu merek *smartphone* yang berasal dari Hongkong dan memasuki pasar Indonesia pada tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “pengaruh *electronic word of mouth* dan atribut produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* infinix”. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *electronic word of mouth* (X1), atribut produk (X2), dan keputusan pembelian (Y). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana sampel yang diambil sebanyak 130 responden yaitu pengguna *smartphone* Infinix. Data yang digunakan adalah data primer yaitu mengedarkan daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Metode analisis penelitian dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Atribut Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Electronic word of mouth* dan atribut produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Atribut Produk, Keputusan Pembelian.