

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan aktivitas *Word of Mouth* mengenai *Smartphone* Samsung. Permasalahan dalam penelitian ini merujuk pada fenomena yang terjadi pada produk *Smartphone* Samsung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang mengerti tentang kualitas *Smartphone* Samsung.. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan desain pengambilan sampel non-probabilitas dengan jenis pengambilan sampel yang dilakukan secara *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 400 responden yang diambil dari 5 kota besar di Indonesia. Penelitian ini merumuskan dua hipotesis. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier sederhana.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan model hierarki efek, tanggapan responden mengenai kualitas produk *Smartphone* Samsung sudah berada pada kategori baik, yaitu berada pada presentase 75,6% dan tanggapan responden mengenai aktivitas *Word of Mouth* juga berada pada kategori baik dengan presentase 74,5%. Selain itu, dari hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana didapat pengaruh kualitas produk terhadap aktivitas *Word of Mouth* sebesar 5,6% dan sisanya 94,6% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Secara garis besar kualitas produk dari *Smartphone* Samsung berada pada kategori yang baik, berdasarkan kesimpulan di atas, maka untuk mempertahankan dan meningkatkan aktivitas *Word of Mouth* pada masyarakat, Samsung dapat meningkatkan kualitas produknya dari segala komponen secara bersamaan.

Kata Kunci: kualitas produk, *Word of Mouth*