

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap variabel kualitas produk, kualitas perangkat lunak, dan keputusan pembelian, serta menguji hubungan mediasi di antara ketiganya pada *smartphone flagship* merek "S". Fokus khusus diberikan pada isu *green line* sebagai indikator persepsi negatif terhadap kualitas produk, dan antarmuka One UI sebagai representasi kualitas perangkat lunak. Penelitian ini juga menguji kualitas perangkat lunak sebagai mediator dalam hubungan tersebut.

Data dikumpulkan melalui survei daring terhadap 334 responden yang merupakan pengguna Samsung Galaxy S21-S25 Series. Analisis dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4.

Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, kualitas perangkat lunak berpengaruh positif signifikan dan terbukti memediasi sepenuhnya hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian.

Temuan kunci penelitian ini adalah peran mediasi penuh dari kualitas perangkat lunak. Hal ini mengindikasikan adanya mekanisme *spillover effect* negatif, di mana persepsi buruk terhadap kualitas fisik (isu *green line*) tidak secara langsung memengaruhi keputusan pembelian, melainkan "merembet" dan secara signifikan menurunkan persepsi terhadap kualitas perangkat lunak itu sendiri. Penurunan persepsi terhadap perangkat lunak inilah yang kemudian menjadi jalur utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Implikasinya, produsen tidak bisa hanya mengandalkan keunggulan *software* untuk menutupi kelemahan *hardware*, karena persepsi konsumen terhadap keduanya saling terkait.

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Kualitas Perangkat Lunak, Green Line, Mediasi Penuh, *Spillover Effect*