

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG**

(Survei pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN

“Veteran” Yogyakarta)

Prasetya Sigit Adiyatma

NIM : 141150503

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

prasetyasigita@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* (EWOM) dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada *smartphone* Samsung dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang diambil dari mahasiswa yang pernah mengakses Youtube. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner yang disebar secara online. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian uji F regresi ditemukan bahwa variabel *electronic word of mouth* (EWOM) dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada *smartphone* Samsung. Sedangkan untuk hasil pengujian hipotesis t ditemukan bahwa variabel *electronic word of mouth* (EWOM) dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada *smartphone* Samsung.

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth* (EWOM), Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen.