

ABSTRAK

Pengaruh *Brand Image* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Oleh: Ayu Mustika

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang, 2) Pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Negeri Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode *Purposive Sampling*. Diambil dengan menggunakan rumus *Cochran*, dengan ukuran sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan angket atau kuesioner yang menggunakan skala likert untuk variabel X dan skala nominal untuk variabel Y dalam mengukur jawaban responden. Analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi logistik dengan program SPSS versi 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. 2) *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.