

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap *Word of Mouth* dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada produk MSK Wings. Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang minimal pernah sekali melakukan pembelian pada produk MSK Wings

Penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan tipe *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MSK Wings. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MSK Wings. Keputusan pembelian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* produk MSK Wings. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* produk MSK Wings. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Word of Mouth* produk MSK Wings. Keputusan pembelian mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan *Word of Mouth* pada produk MSK Wings. Keputusan pembelian mampu memediasi hubungan antara kualitas produk dan *Word of Mouth* pada produk MSK Wings.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Word of Mouth.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of service quality and product quality on Word of Mouth with purchasing decisions as an intervening variable on MSK Wings products. The subjects in this study were students of Muhammadiyah Yogyakarta University who had at least once purchased MSK Wings products*

*This research was conducted with a total sample of 130 respondents. The sampling technique uses a nonprobability sampling type with a purposive sampling method. The analysis technique used in this study is multiple linear regression.*

*The results of this study indicate that service quality can have a positive and significant effect on purchasing decisions of MSK Wings products. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions of MSK Wings products. Purchasing decisions have a positive and significant effect on the Word of Mouth of MSK Wings products. Service quality has a positive and significant effect on the Word of Mouth of MSK Wings products. Product quality has a positive and significant effect on the Word of Mouth of MSK Wings products. Purchasing decisions can mediate the relationship between service quality and Word of Mouth on MSK Wings products. The purchase decision is able to mediate the relationship between product quality and Word of Mouth on MSK Wings products.*

**Keywords:** *Service Quality, Product Quality, Purchasing Decision, Word of Mouth.*