

## ABSTRAK

*Smartphone* merupakan produk inovasi yang dapat memuat berbagai macam konten didalamnya serta terdapat pula fitur-fitur yang telah dikembangkan dari generasi sebelumnya agar dapat lebih mempermudah para konsumen. *Smartphone* dapat berjalan dengan baik karena terdapat *Operating System (OS)* didalamnya yang berperan sebagai perangkat lunak (*Software*). *Operating System* diartikan sebagai seperangkat program yang mengelola sumber daya perangkat keras komputer atau *hardware*, dan menyediakan layanan umum untuk aplikasi perangkat lunak. *Operating System* adalah jenis yang paling penting dari perangkat lunak sistem dalam sistem computer. Contoh *Operating System* yaitu Symbian, Blackberry, Android, Apple IOS, Windows Mobile, dan sebagainya. Android adalah *Operating System* yang saat ini termasuk sebagai salah satu *Operating System* yang banyak digunakan oleh konsumen di seluruh dunia. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh *product quality* terhadap *satisfaction*, *trust*, dan *loyalty* dalam membentuk sikap atau perilaku *marketing word of mouth* konsumen *smartphone* berbasis OS Android di Surabaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi produsen dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan aktivitas *marketing word of mouth* produk OS Android di Surabaya ataupun di lokasi lain yang dituju.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *simple regression* dan *multiple regression* serta program SPSS 22 (*Statistical Product and Service Solution*). Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen yang telah menggunakan *smartphone* berbasis OS Android di Surabaya yang berjumlah 110 orang dengan rentang usia 17-65 tahun dan telah menggunakan produk diatas 6 bulan. Kuesioner disebarakan dengan menggunakan *non-probability sampling* dan *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* (2) *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* (3) *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty* (4) *satisfaction* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *trust* (5) *trust* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *loyalty* (6) *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (7) *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (8) *loyalty* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *word of mouth* (9) *product quality* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *word of mouth*.

**Kata kunci:** *Product quality*, *satisfaction*, *trust*, *loyalty*, *word of mouth*, *Operating System (OS) Android*.

## ABSTRACT

*Smartphone* is an innovative product that can contain a wide variety of content in it, and there are also features that have been developed from the previous generation to better facilitate the consumers. *Smartphones* can run well because there is the *Operating System* (OS) in it that acts as a *software*. *Operating System* is defined as a set of programs that manage computer *hardware* resources and provides common services for application *software*. *Operating System* is the most important type of system as software in a computer system. Examples of *Operating System* is Symbian, Blackberry, Android, Apple iOS, Windows Mobile, and so on. Android is an *Operating System* that is currently included as one of the *Operating System* that is widely used by consumers worldwide. This study was conducted to analyze the effect of *product quality* of *satisfaction*, *trust*, and *loyalty* in shaping the attitudes or behavior of *word of mouth* marketing consumer Android OS-based smartphones in Surabaya. The results of this study are expected to be input for producers in developing appropriate strategies to enhance the activity of *word of mouth* marketing products Android OS in Surabaya or at another location designated.

This study uses a quantitative approach to the technique of simple regression analysis and multiple regression with SPSS 22 (*Statistical Product and Service Solutions*). The sample used in this research that consumers who have been using the Android OS-based smartphones in Surabaya consisting of 110 people, aged 17-65 years and have been using the product over 6 months. Questionnaires were distributed by using a non-probability sampling and purposive sampling.

The results of this study indicate that (1) *product quality* have positive and significant effect on *satisfaction* (2) *product quality* have positive and significant effect on *trust* (3) *product quality* have positive and significant effect on *loyalty* (4) *satisfaction* have positive effect but not significant on *trust* (5) *trust* have positive effect but not significant on *loyalty* (6) *satisfaction* have positive and significant effect on *word of mouth* (7) *trust* have positive and significant effect on *word of mouth* (8) *loyalty* have positive effect but not significant on *word of mouth* (9) *product quality* have positive effect but not significant on *word of mouth*.

**Keywords: Product quality, satisfaction, trust, loyalty, word of mouth, Operating System (OS) Android.**