**ABSTRAK**

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM)**

**PAHAT BATU MEDAN MAIMUN**

**Lia Aprilia Tanjung**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Product Quality* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli. Jenis penelitian adalah kuantitatif dan data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer berupa kuesioner, survei,observasi dan wawancara pribadi. Populasi penelitian ini adalah konsumen pahat batu Medan Maimun konsumen dari bulan Desember sampai dengan Maret sebanyak 50 orang dan Sampel dari penelitian ini adalah 50 orang. Penelitian ini menggunakan versi program SPSS. Secara parsial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality* dan *word of mouth* berpengaruh pada minat beli. Secara simultan menunjukkan hasil bahwa *product quality* dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Usaha Kecil Menengah (UKM) pahat batu Medan Maimun. Berdasarkan nilai R Square diperoleh = 0,741 artinya *product quality* dan *word of mouth* mampu menjelaskan variabel dependen atau minat beli sebesar 74,1% sedangkan 25,9% persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Product Quality*, *Word of Mouth*, Minat Beli

