

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *online consumer review*, kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela. Penelitian ini bertujuan sebagai analisa mendalam untuk mengetahui bagaimana hubungan antara pengaruh *online consumer review*, kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di Kota Pontianak.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan metode survei. Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket sebagai sumber data utama. Kuesioner pada penelitian ini berjumlah 100 kuesioner yang paling sesuai dengan kriteria sampel yang sudah ditentukan. Data dianalisis dengan bantuan program statistik komputer *SPSS for Windows*.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *online consumer review*, kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela di Kota Pontianak masuk ke dalam kategori sangat tinggi. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *online consumer review*, kualitas produk, harga, dan *word of mouth* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,637 atau 63,7%, ini menunjukkan bahwa variabel dependen keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel independen *online consumer review*, kualitas produk, harga, dan *word of mouth* sebesar 63,7% sedangkan sisanya sebesar 36,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model dalam penelitian.

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan agar terus melakukan riset dan pengembangan, serta melakukan evaluasi secara teratur terkait pengembangan produk agar dapat mempertahankan eksistensinya. Hal tersebut sebagai bagian dari strategi yang dapat meningkatkan peluang bagi produsen untuk mendapatkan *market share* yang lebih menjanjikan.

Kata Kunci: *Online Consumer Review, Kualitas Produk, Harga, Word Of Mouth.*