

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, *LIFESTYLE*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU COMPASS (STUDI KASUS MAHASISWA/I DI PONTIANAK)

Oleh:

Oktaviani Yubilita Elisa

B1022181071

Era milenial saat ini, sepatu *sneakers* menjadi salah satu yang paling populer di kalangan anak muda dan bukan menjadi suatu hal yang asing lagi bagi mereka. Sepatu *sneakers* hadir dengan merk dan produk yang beragam, gaya hidup masyarakat saat ini dapat dilihat dari barang-barang yang mereka miliki dan yang dipakai sehari-harinya. Salah satu perusahaan sepatu yang berasal dari Indonesia yang sudah ada sejak tahun 1998 dengan kualitas dan desain yang sangat berkualitas. Compass selalu menginovasikan produknya seperti menyediakan berbagai pilihan warna dan desain produk yang menarik di mata konsumennya. Pada kegiatan transaksi atau pembelian, biasanya konsumen dihadapkan pada banyak faktor, satu diantaranya ialah persepsi harga, kualitas produk, *lifestyle*, dan *online customer review*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, *lifestyle*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian sepatu Compass pada mahasiswa/i di Pontianak. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i di Pontianak. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan teknik pengumpulan sampel yaitu *simple random sampling* dan menggunakan rumus Slovin. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan software SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, *Lifestyle*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian