

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *Brand Trust*, *Online Customer Review*, *Price Discount* dan Gratis Ongkos Kirim terhadap keputusan pembelian pada produk PVN, Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada generasi Z yang melakukan pembelian sepatu PVN. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan menggunakan *probability sampling* dengan metode *random sampling*, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS 29. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Brand Trust*, *Online Customer Review*, *Price Discount* dan Gratis Ongkos secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu PVN. Secara parsial *Brand Trust* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu PVN, *Online Customer Review* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu PVN, *Price Discount* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu PVN, gratis ongkos kirim (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu PVN. Hasil uji R-Square menunjukkan angka 0,408 yang berarti bahwa pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 40,8%, sedangkan 59,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Berdasarkan pada kesimpulan, penulis menyarankan beberapa hal seperti bagi perusahaan sepatu PVN untuk memastikan bahwa sepatu PVN memiliki kualitas yang baik, Memanfaatkan media *online* untuk tempat *review* konsumen sehingga *review* dapat membantu konsumen lainnya, untuk peneliti selanjutnya yang hendak melaksanakan penelitian dapat menggunakan variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Trust*, *Online Customer Review*, *Price Discount*, Gratis Ongkos kirim dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Brand Trust, Online Customer Reviews, Price Discounts and Free Shipping on purchasing decisions for PVN products. This type of research is quantitative research. The data collection method is by distributing questionnaires via Google Form to generation Z who purchase PVN shoes. The sampling technique used was probability sampling with a random sampling method, the number of samples used was 100 respondents. The analytical tool used in this research is multiple linear regression using SPSS 29 software. The results of this research show that the variables Brand Trust, Online Customer Review, Price Discount and Free Shipping simultaneously have a significant effect on the decision to purchase PVN shoes. Partially, Brand Trust (X1) has no significant effect on the decision to purchase PVN shoes, Online Customer Review (X2) has a significant effect on the decision to purchase PVN shoes, Price Discount (X3) has no significant effect on the decision to purchase PVN shoes, free shipping (X4) does not have a significant effect on the decision to purchase PVN shoes. The R-Square test results show a figure of 0.408, which means that the influence of the independent variable (X) on the dependent variable (Y) is 40.8%, while 59.2% is influenced by other factors. Based on the conclusions, the author suggests several things, such as for PVN shoe companies to ensure that PVN shoes have good quality, maintain consumer confidence in PVN products, utilize online media as a place for consumer reviews so that reviews can help other consumers, and for future researchers who want to carry out research, they can use other variables that are not in this research.

Keywords: *Brand Trust, Online Customer Reviews, Price Discounts, Free Shipping and purchasing decisions*