ABSTRAK

Rumah Makan Dapur Sarumpun merupakan usaha kuliner yang didirikan pada tahun 2019 di Soreang, Kabupaten Bandung, dengan ciri khas menu olahan bambu. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mengoptimalkan ulasan *online* serta menjaga kualitas produk agar sesuai dengan harapan dan selera konsumen. Namun, masih terdapat ulasan negatif dan ketidaksesuaian produk yang berpotensi memengaruhi minat beli konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Online Customer Review* (OCR) dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner kepada 100 responden yang diperoleh menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen penelitian (validitas dan reliabilitas), analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji korelasi rank spearman, uji hipotesis (Uji T, Uji F, dan R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Online Customer Review (OCR), kualitas produk, dan minat beli konsumen berada pada kategori baik. Secara parsial, variabel *Online Customer Review* (OCR) tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Secara simultan, variabel *Online Customer Review* (OCR) dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Saran yang dapat peneliti berikan adalah perlunya memberikan perhatian lebih terhadap ulasan, baik yang bersifat singkat maupun tidak, serta meningkatkan kualitas produk dari segi rasa dan tingkat kematangan agar konsumen merasa nyaman dan puas terhadap produk yang ditawarkan. Dengan demikian, perhatian terhadap ulasan dan produk diharapkan mampu memenuhi harapan konsumen dan meningkatkan minat beli secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Online Customer Review* (OCR), Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Dapur Sarumpun Restaurant is a culinary business established in 2019 in Soreang, Bandung Regency, with a specialty in bamboo-based dishes. Increasing competition requires business owners to optimize online reviews and maintain product quality to meet consumer expectations and tastes. However, there are still negative reviews and product inconsistencies that have the potential to affect consumer purchasing interest.

This study aims to analyze the influence of Online Customer Review (OCR) and product quality on consumer purchase intention. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and quesionnaires from 100 respondents obtained using a non-probability sampling method with accidental sampling technique. The data analysis techniques used include research instrument tests (validity and reliability), descriptive analysis, multipe linear regression analysis, spearman rank correlation test, and hypothesis testing (T-Test, F-Test, and R^2).

The research results show that Online Customer Review (OCR), product quality, and consumer purchase intention are in a good category. Partially, the Online Customer Review (OCR) variable has no effect on consumer purchase intention, whereas the product quality variable affects consumer purchase intention. Simultaneously, the variables of Online Customer Review (OCR) and product quality influence consumer purchase intention.

The suggestion that the researcher can give is the need to pay more attention to reviews, whether brief or not, as well as to improve the quality of the product in terms of taste and ripeness so that consumers feel comfortable and satisfied with the product offered. Thus, attention to reviews and products is expected to able to meet consumer expectations and increase purchasing interest sustainably.

Keywords: *Online Customer Review (OCR), Product Quality, Consumer Purchase Interest*

RINGKESAN

Rumah Makan Dapur Sarumpun nyaéta usaha kuliner anu diadegkeun taun 2019 di Soreang, Kabupatén Bandung, kalayan menu olahan awi anu khas. Ngaronjatkeun kompetisi merlukeun usaha pikeun ngaoptimalkeun ulasan online tur ngajaga kualitas produk pikeun minuhan ekspektasi konsumen jeung rasa. Sanajan kitu, ulasan negatip sarta produk nu teh sesuai boga potensi pangaruh kanu niat meser konsumen.

Ulikan ieu boga tujuan pikeun nganalisis pangaruh *Online Customer Review* (OCR) jeung kualitas produk dina niat meser konsumen. Métode panalungtikan anu digunakeun nyaéta métode kuantitatif kalayan pendekatan déskriptif. Data dikumpulkeun ngaliwatan obsérvasi, wawancara, jeung angkét ka 100 réspondén dicandak ngagunakeun métode *non-probability sampling* kalawan téhnik *accidental sampling*. Téhnik analisis data ngagunakeun uji instrumén panalungtikan (validitas jeung réliabilitas), analisis déskriptif, analisis régrési liniér berganda, uji korelasi rank spearman, uji hipotésis (uji T, uji F, jeung R2).

Hasilna panalitian nunjukkeun yén *Online Customer Review* (OCR), kualitas produk, aya dina kategori anu saé. Sawaréh, variabel *Online Customer Review* (OCR) henteu aya pangaruh kana niat mésér konsumen, sedengkeun variabel kualitas produk aya pangaruh kana niat mésér konsumen. Dina waktos anu sami, *Online Customer Review* (OCR) sareng variabel kualitas produk mangaruhan niat mésér konsumen.

Saran panalungtik nya éta kudu leuwih merhatikeun ulasan, boh singget boh panjang, sarta ngaronjatkeun kualitas produk tina segi rasa jeung kesiapan pikeun mastikeun konsumen ngarasa nyaman jeung sugema kana produk ditawarkeun. Janten, perhatian kana ulasan sareng produk diperkirakeun nyumponan ekspektasi konsumen sareng ningkatkeun minat meser anu lestari.

Kecap Konci: *Online Customer Review* (OCR), Kualitas Produk, Niat Mésér Konsumen