

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER  
RATING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE  
(Survei pada mahasiswa di D.I. Yogyakarta )**

NOVRIANTO DWI NUGRAHA  
NIM: 141160153

Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
novrianto23@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa pengguna *marketplace* Shopee di D.I Yogyakarta, dengan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review*, *online customer rating* dan promosi penjualan terhadap minat beli pada *marketplace* Shopee. Metode analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa 1) *online customer review*, *online customer rating* dan promosi penjualan secara bersama berpengaruh positif terhadap minat beli, 2) *online customer review* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, 3) *online customer rating* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat beli, 4) promosi penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.

**Kata kunci:** *online customer review*, *online customer rating*, *promosi penjualan*, *minat beli*