

**ABSTRAK**

**ANALISIS PENGARUH ULASAN KONSUMEN DARING DAN ULASAN PEMENGARUH TERHADAP MINAT PEMBELIAN DI LOKAPASAR SHOPEE**

Helfrida Sariani Saragih  
Universitas Sanata Dharma  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh ulasan konsumen daring dan ulasan pemengaruh terhadap minat pembelian di lokapasar Shopee.

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yang dilaksanakan di wilayah Kelurahan Caturtunggal pada bulan Oktober-November 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili di wilayah Kelurahan Caturtunggal yang melakukan pembelian produk secara daring melalui Shopee. Sampel berjumlah 108 responden diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan bantuan *Google Form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* dengan aplikasi SmartPLS 4.0.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) ulasan konsumen daring berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian; dan (2) ulasan pemengaruh berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian.

**Kata kunci:** ulasan konsumen daring, ulasan pemengaruh dan minat pembelian.

**ABSTRACT**

***THE EFFECT OF ONLINE CONSUMER REVIEW AND INFLUENCER  
REVIEW ON PURCHASE INTENTION  
IN THE SHOPEE MARKETPLACE***

Helfrida Sariani Saragih  
Sanata Dharma University  
2023

*This research aims to examine and analyze the effect of online consumer review and influencer review on purchase intention in the Shopee marketplace.*

*This research is an explanatory research conducted in Caturtunggal Village area in October-November 2022. The research population were students who live in the Caturtunggal Village area who purchased products online through Shopee marketplace. The research sample covered 108 respondents was taken using purposive sampling technique. The data collection technique was a questionnaire with the help of Google Forms. The data analysis technique was Partial Least Square with the SmartPLS 4.0 application.*

*The results of the data analysis showed that: (1) online consumer review had effect on purchase intention and (2) influencer review had effect on purchase intention.*

**Keywords:** *online consumer review, influencer review, and purchase intention.*