

ABSTRAK

ANNISA WULANDARI. “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *PVN Shoes* pada *Marketplace* Shopee”. Di bawah bimbingan ibu Husnayetti.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana pengaruh *Online Customer Review* dan *Brand Image* terhadap minat beli konsumen produk *PVN Shoes* pada *Marketplace* Shopee. Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif hubungan kausal yang dilakukan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dimana sampel di tentukan dengan kriteria tertentu sehingga dapat mendukung penelitian ini. Instrumen pengambilan data menggunakan kuesioner. Alat analisis data menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan *SmartPLS 3.29*. hasil penelitiann ini menunjukkan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen produk *PVN Shoes* pada *Marketplace* Shopee dengan nilai *T-Statistic* sebesar 3,972 dan nilai *P-Value* sebesar 0,000. *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen produk *PVN Shoes* pada *Marketplace* Shopee dengan nilai *T-Statistic* sebesar 9,400 dan nilai *P-Value* sebesar 0,000. Selanjutnya nilai *R-Square* sebesar 0,660, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *Online Customer Review* dan *Brand Image* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen produk *PVN Shoes* pada *Marketplace* Shopee.

Kata Kunci: *Online Customer Review*, *Brand Image*, Minat Beli Konsumen

