

ABSTRAK

Teknologi yang semakin berkembang memberikan dampak bagi perekonomian Indonesia, terutama dalam melakukan transaksi jual beli. *Platform marketplace* hadir sebagai sebuah pembaharuan yang efektif dan efisien memudahkan terhubungnya antara penjual dan pembeli. Pada *platform marketplace* terdapat fitur *online consumer review* dengan *text-based review* dan *image-based review* untuk mendukung aktivitas berbelanja pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk menguji ulasan gambar konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap niat beli.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *marketplace* Shopee di Kota Semarang yang mengetahui dan mengerti *marketplace* Shopee serta mengetahui adanya tingkatan penjual (Non-Star Seller, Star Seller dan Shopee Mall) pada *marketplace* Shopee. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden dan dipilih dengan *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari data kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan program SPSS Statistic 25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ulasan gambar konsumen pada *marketplace* Non-Star Seller Shopee berpengaruh positif terhadap niat beli. Selanjutnya kepercayaan pada *marketplace* Non-Star Seller Shopee berpengaruh positif terhadap niat beli.

Kata kunci : *Online Consumer Review*, Ulasan Gambar Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Niat Beli