

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh review konsumen, kualitas pelayanan, promosi penjualan terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variable intervening. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna yang telah melakukan transaksi marketplace Shopee di kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan alat analisis AMOS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas review konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Kata Kunci : review konsumen, kualitas pelayanan, promosi penjualan, kepuasan konsumen, minat pembelian ulang.