

ABSTRAK

PENGARUH FOTO PRODUK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* PADA MINAT BELI DI *E-COMMERCE*

Oleh :

Saipulloh Fauzi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh foto produk, *online customer review* dan *online customer* pada minat beli di *e-commerce*. Metode pengambilan sampel dengan metode *Purposive Sampling* dengan 100 responden yaitu masyarakat Bandar Lampung yang memiliki aplikasi Shopee. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, serta pengujian uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh foto produk, *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh positif pada minat beli di *e-commerce*.

Kata Kunci : Foto Produk, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*