

ABSTRAK

Pada pengguna *marketpace* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta diindikasikan terdapat minat beli konsumen yang cukup tinggi. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh adanya *consumer online rating and review* yang disediakan oleh Tokopedia dalam situsnya guna mempermudah konsumen dalam berbelanja.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *consumer online rating and review* pada *marketplace* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta, bagaimana minat beli konsumen pada *marketplace* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta, dan pengaruh *consumer online rating and review* terhadap minat beli konsumen *marketplace* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang disebarkan kepada pengguna *marketplace* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta, sebanyak 400 responden. Metode sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling*. Untuk menginterpretasikan hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa *consumer online rating and review* pada *marketplace* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta tergolong sangat kuat dan minat beli konsumen tergolong kuat. Kemudian hasil selanjutnya menunjukkan bahwa *consumer online rating and review* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli konsumen pada *marketplace* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta.

Pihak Tokopedia hendaknya mempertahankan dan meningkatkan serta menambah variasi tampilan *consumer online rating and review* guna memperkuat kegunaan *consumer online rating and review* dan meningkatkan minat beli konsumen pada *marketplace* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta.

Kata Kunci : *Online Review, Online Rating, Minat Beli Konsumen*