**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh testimonial produk, *customer review* dan *customer rating* terhadap minat beli pada pengguna *online marketplace* Bukalapak di Bumiayu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebar kuisioner kepada para responden. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS v.16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa testimonial produk berpengaruh posistif terhadap minat beli, *customer review* tidak berpengaruh positif terhadap minat beli dan *customer rating* berpengaruh positif terhadap minat beli.

**Kata Kunci :** Testimonial Produk*, Customer Review, Customer Rating,* Minat Beli

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of product testimonials, customer reviews and customer ratings on buying interest among users of the Bukalapak online marketplace in Bumiayu. The data used in this study are primary data obtained by distributing questionnaires to the respondents. The sample in this study are 100 respondents with the sampling technique, namely purposive sampling. Data analysis used multiple linear regression analysis with the help of SPSS v.16. The results of this study indicate that product testimonials have a positive effect on purchase intention, customer reviews have no positive effect on purchase intention and customer rating has a positive effect on purchase intention.*

***Keyword :*** *Product Testimonials, Customer Reviews, Customer Rating, buying interest*