ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, *rating*, dan foto produk terhadap minat beli Mahasiswa Universitas Ngudi Waluyo pada layanan *Shopeefood*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan metode *nonprobality sampling* dan sampel sebanyak 96 responden yang merupakan Mahasiswa Universitas Ngudi Waluyo yang telah menggunakan *Shopeefood*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *regresi linier berganda* dengan bantuan progam SPSS 27 sebagai alat untuk meregresikan model. Hasil penelitian menunjukan promosi dan foto produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli Mahasiswa, namun *rating* tidak berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa universitas ngudi waluyo pada layanan *ShopeeFood*. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel independent lainya yang berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa pada layanan *ShopeeFood.*

Kata Kunci: Minat Beli, Mahasiswa, *ShopeeFood*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotions, ratings, and product photos on the purchasing interest of Ngudi Waluyo University students on ShopeeFood services. The type of research used is quantitative descriptive with a nonprobality sampling method and a sample of 96 respondents who are Ngudi Waluyo University students who have used ShopeeFood. Data analysis in this study used multiple linear regression with the help of the SPSS 27 program as a tool to regress the model. The results of the study show that promotions and product photos have a significant effect on student purchasing interest, but ratings do not affect the purchasing interest of Ngudi Waluyo University students on ShopeeFood services. It is hoped that future researchers can add other independent variables that influence student purchasing interest on ShopeeFood services.

Keywords: Purchase Intention, Students, Shopeefood