

ABSTRAK

Pertumbuhan pesat e-commerce di Indonesia telah meningkatkan persaingan UMKM, menuntut strategi berbasis data untuk penjualan online. Noribet, UMKM produk olahan rumput laut, kuat di penjualan *offline* namun kesulitan di *e-commerce* seperti Shopee. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk, ulasan *online*, dan diskon terhadap niat beli konsumen Noribet di Shopee. Menggunakan metode kuantitatif dan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan 342 responden pengguna Shopee, hasil menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut signifikan memengaruhi niat beli, menjelaskan 88,8% variasinya ($R^2=0,888$). Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas produk, ulasan positif, dan diskon strategis untuk penjualan digital. Noribet disarankan fokus pada area ini. Selain manfaat praktis bagi Noribet, penelitian ini berkontribusi akademis dan menjadi referensi UMKM lain yang ingin mengoptimalkan pemasaran digital di Shopee.

Kata Kunci: *Online Customer Reviews, Price Discounts, Product Quality, Purchase Intention, e-commerce.*