

PENGARUH KEPUASAN PADA FITUR *SHOPEE PAY LATER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM PRODUK *E-COMMERCE* SHOPEE

Anindita Fahrani / 10818866

Prodi Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

Abstrak

Dewasa ini, kegiatan belanja masyarakat bergeser menggunakan teknologi internet atau disebut juga dengan belanja online yang dapat diakses melalui aplikasi digital yang dikenal dengan istilah *e-commerce*. Menurut Lai (2014), kecepatan perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi dan *e-commerce* memungkinkan pembeli untuk membeli produk dan jasa secara online. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pada fitur *shopee pay later* terhadap minat beli ulang konsumen dalam produk *e-commerce* shopee. Penelitian ini menggunakan paradigma positivik dengan pendekatan kuantitatif dengan metode Survei. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori SOR. tahap uji yang dilakukan yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji analisis regresi linear sederhana, uji T, uji korelasi dan koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 255 responden. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS 25. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa fitur *Shopee Pay Later* berpengaruh terhadap minat beli ulang dalam produk *e-commerce* Shopee di kalangan Remaja Generasi Z di Kota Bogor.

Kata Kunci : Shopee Pay Later, Minat Beli, Konsumen