

ANALISIS PENGARUH DESAIN *USER INTERFACE*, *USER EXPERIENCE*, DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN SECARA *ONLINE* PADA APLIKASI SHOPEE.ID (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak)

**Sinthia Natalia
Program Studi Manajemen**

ABSTRAK

Perkembangan dan kemajuan teknologi pada saat ini memberikan kemudahan dan manfaat yang besar dalam menjalankan aktivitas setiap hari. Kegiatan bisnis melalui media atau situs internet adalah salah satu dalam pemanfaatan teknologi. Internet adalah sarana elektronik yang bisa dipergunakan dalam berbagai aktivitas seperti berkomunikasi, pembelajaran, riset, dan bertransaksi bisnis. Shopee merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* yang menerapkan sistem *customer to customer* (C2C). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Desain *User Interface*, *User Experience*, dan Kelengkapan Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Secara *Online* Pada Aplikasi Shopee.Id (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Universitas Tanjungpura yang sudah pernah berbelanja pada situs Shopee minimal 2 kali dan sudah menerima layanan langsung dari pihak Shopee. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* berupa *purposive sampling*, sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Desain *User Interface* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang. (2) *User Experience* berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang. (3) Kelengkapan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang.

Kata kunci: Desain *User Interface*, *User Experience*, Kelengkapan Produk, Minat Beli Ulang.