

**PENGARUH *EFFORT EXPECTANCY*, MOTIVASI HEDONIS DAN DAYA
TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT DAN PERILAKU
PENGUNAAN APLIKASI *E-COMMERCE* SHOPEE DI KOTA
DENPASAR**

**I Gusti Ayu Ricka Ratna Putri¹, Ni Wayan Eka Mitariani², I Gede Yudhi
Hendrawan³**

^{1,2,3}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
putriayuricka.14@gmail.com

ABSTRAK

Era digital sekarang ini yang serba mudah, apapun dapat diakses dengan mudah melalui jaringan internet. Mulai dari berbelanja *online*, pemesanan makanan atau minuman bahkan pemesanan transportasi sekarang sudah berbasis *online*. Perkembangan dunia digital yang pesat ini memungkinkan kita untuk mengendalikan berbagai macam hal hanya dengan menggunakan fasilitas internet yang tersambung pada *smartphone*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *effort expectancy*, motivasi hedonis dan daya tarik promosi terhadap minat dan perilaku penggunaan aplikasi *e-commerce* Shopee di kota Denpasar.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 80 orang menggunakan metode *purposive sampling*, pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisa data menggunakan SEM-PLS.

Hasil penelitian menunjukkan *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-commerce* Shopee. Motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-commerce* Shopee. Daya tarik promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-commerce* Shopee. Minat penggunaan aplikasi *e-commerce* berpengaruh dan positif signifikan terhadap perilaku penggunaan aplikasi *e-commerce* Shopee.

Katakunci: *Effort Expectancy*, Motivasi Hedonis, Daya Tarik Promosi, Minat, Perilaku Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* Shopee

ABSTRACT

In today's digital era, anything can be accessed easily through the internet. Starting from online shopping, ordering food or drinks and even ordering transportation is now based online. The rapid development of the digital world allows us to control various kinds of things only by using internet facilities connected to smartphones. This study aims to analyze the effect of effort expectancy, hedonic motivation and promotional attractiveness on interest and behavior in using the Shopee e-commerce application in Denpasar city.

The number of samples used in this study were 80 people using purposive sampling method, data collection using a questionnaire. Data analysis techniques using SEM-PLS.

The results showed that effort expectancy has a positive and significant effect on interest in using the Shopee e-commerce application. Hedonic motivation has a positive and significant effect on interest in using the Shopee e-commerce application. Promotion attractiveness has a positive and significant effect on interest in using the Shopee e-commerce application. Interest in using e-commerce applications has a positive and significant effect on the behavior of using the Shopee e-commerce application.

Keywords: *Effort Expectation, Hedonic Motivation, Promotional Attractiveness, Interest, and Shopee E-Commerce Application Usage Behavior*

