

ABSTRAK

Perkembangan yang terjadi pada teknologi, komunikasi, dan informasi membuat gaya hidup di kalangan masyarakat menjadi berbeda. Salah satunya adalah penggunaan internet, yang banyak dimanfaatkan untuk berbelanja *online* melalui marketplace yang salah satunya adalah Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari motif penggunaan Aplikasi Shopee terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Shopee. Pada penelitian ini, teori yang digunakan yaitu teori *uses and gratification*. Kuesioner pada penelitian ini disebarakan kepada 100 responden yang merupakan pengguna Aplikasi Shopee dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil yang didapatkan berdasarkan koefisien deteminasi yaitu diperoleh bahwa motif penggunaan Aplikasi Shopee memiliki nilai korelasi sebesar 94,5% terhadap kepuasan pengguna, sedangkan sisanya 5,5% yaitu nilai korelasi pengaruh dari variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : motif penggunaan, Aplikasi Shopee, kepuasan pengguna