

ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, platform *e-commerce* mengalami perubahan signifikan dalam cara berinteraksi dan berbelanja. *Shopee Live*, sebagai salah satu fitur interaktif dari *Shopee*, menawarkan pengalaman belanja yang berbeda melalui streaming langsung. Dalam konteks ini, pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *Perceived Enjoyment* menjadi penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *Demand*, *Convenience*, *Interactivity*, dan *Playfulness* terhadap *Perceived Enjoyment* pada pengguna *Shopee Live*. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini berupaya mengidentifikasi sejauh mana masing-masing faktor tersebut berkontribusi terhadap kesenangan yang dirasakan oleh pengguna selama menggunakan fitur *Shopee Live*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh responden yang aktif menggunakan *Shopee Live*. Analisis data menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel *Demand* (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0.312, *Convenience* (X2) sebesar 0.294, *Interactivity* (X3) sebesar 0.337, dan *Playfulness* (X4) sebesar 0.276. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.573 menunjukkan bahwa 57.3% variabilitas dalam *Perceived Enjoyment* dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, sementara sisanya 42.7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Enjoyment*, dengan *Interactivity* sebagai faktor yang memiliki pengaruh terbesar. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan *Perceived Enjoyment* pengguna, *Shopee Live* perlu memperhatikan aspek interaktivitas, kenyamanan, serta elemen hiburan yang ditawarkan. Meningkatkan kualitas interaksi antara penjual dan pembeli, menyederhanakan proses belanja, dan menghadirkan konten yang menarik dan menyenangkan merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur pemasaran digital dengan menawarkan wawasan mengenai bagaimana berbagai elemen pengalaman digital dapat mempengaruhi persepsi kesenangan pengguna.

Kata Kunci : *E-commerce*, Pemasaran Digital, *Shopee Live*