

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh AI-Driven Live Shopping dan Experience Value terhadap Repurchase Intention pada pengguna Shopee di Indonesia. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, integrasi kecerdasan buatan dalam fitur live shopping menjadi strategi pemasaran yang semakin penting dalam menarik minat dan meningkatkan loyalitas konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 385 responden yang merupakan pengguna aktif Shopee dan pernah menonton Shopee Live. Data dianalisis dengan metode statistik deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI-Driven Live Shopping secara signifikan mempengaruhi Experience Value, dan Experience Value secara signifikan berpengaruh terhadap Repurchase Intention. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya nilai pengalaman konsumen dalam menjembatani teknologi dan perilaku pembelian ulang, serta memberikan wawasan strategis bagi pelaku e-commerce dalam meningkatkan kualitas interaksi digital untuk membangun loyalitas jangka panjang.

Kata kunci: AI-Driven Live Shopping, Experience Value, Repurchase Intention, Shopee, Pemasaran Digital.