

ABSTRAK

Perkembangan Teknologi yang cepat dalam transaksi jual beli online membuat para pengusaha berinovasi dalam aplikasi yang cepat, praktis dan mudah untuk para konsumen yang gemar bertransaksi online. Oleh karena itu penting untuk memahami bagaimana merancang aplikasi berdasarkan preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *e-commerce* sebagai media dalam keterlibatan pelanggan.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yang merupakan masyarakat pengguna aplikasi shopee di Jepara. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling, dalam pengumpulan menggunakan metode kuantitatif dengan media kuesioner. Penelitian ini menggunakan *statistical product and service solution* (SPSS) sebagai alat analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi, Kepercayaan dan kemudahan memilih berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan pelanggan. Selain itu hasil dari uji simultan berpengaruh signifikan $0,001 < 0,005$. Dan dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,411 artinya kemampuan variabel kualitas informasi, kepercayaan dan kemudahan mampu menjelaskan sebesar 41,1 % pada variabel terikat yaitu keterlibatan pelanggan, sisanya sebesar 58,9% dipengaruhi variabel lain.

Kata kunci : Kualitas Informasi, Kepercayaan, Kemudahan Dan Keterlibatan Pelanggan