

ABSTRACT

The world has now entered the era of the Industrial Revolution 4.0, where in this era the world was colored by artificial intelligence (artificial intelligence), genetic engineering, nanotechnology, innovation, and changes that occurred rapidly had an impact on the economy, industry, government, and politics. Industry 4.0 is more likely to lead to business activities using digital platforms such as mobile shopping, e-commerce, marketplaces, and so on. The characteristic of online shopping is that it must be simple and fun, and with a very varied platform can increase its own trust in consumers to shop online. This study aims to develop the concept of a business platform that can affect the perceived usefulness and perceived enjoyment of the millennial generation in online shopping. This concept focuses on one's repurchase intention to do online shopping which is influenced by the existence of so many business platforms and provide different services. The population used is characteristic of the millennial generation in Central Java. This sampling technique using purposive sampling method. The samples used amounted to 146 millennials in Central Java, and who frequently use business platforms / applications in online shopping. Data analysis techniques using regression with SPSS version 23.

Keyword : *“Platform, perceived usefulness, perceived enjoyment, repurchase intention”*

ABSTRAK

Dunia kini telah memasuki era Revolusi Industri 4.0, dimana pada era ini dunia diwarnai oleh kecerdasan buatan (Artificial intelligence), rekayasa genetika, teknologi nano, inovasi, dan perubahan yang terjadi secara cepat memberikan dampak terhadap ekonomi, industry, pemerintahan, serta politik. Industri 4.0 ini lebih cenderung mengarah kepada aktivitas bisnis dengan menggunakan digital platform seperti mobile shopping, e-commerce, marketplace, dan sebagainya. Karakteristik dalam berbelanja online yaitu harus sederhana dan menyenangkan, serta dengan adanya platform yang sangat bervariasi dapat meningkatkan trust tersendiri pada konsumen dalam berbelanja online. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan konsep platform bisnis yang dapat mempengaruhi perceived usefulness dan perceived enjoyment pada generasi millennial dalam berbelanja online. Konsep ini berfokus pada repurchase intention seseorang dalam melakukan belanja online yang di pengaruhi adanya platform bisnis yang begitu banyak dan memberikan layanan yang berbeda-beda. Populasi yang digunakan adalah karakteristik dari generasi millennial di Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel ini dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 146 generasi millennial yang ada di Jawa Tengah, dan yang sering menggunakan platform bisnis/aplikasi dalam berbenja online. Teknik analisis data menggunakan regresi dengan SPSS versi 23.

Kata Kunci : *“Platform, perceived usefulness, perceived enjoyment, repurchase intention “*