ABSTRAK

Motivasi seseorang yang berbeda – beda dalam menggunakan internet menyebabkan ketidaksetaraan bagi para pengguna internet. Terdapat beberapa faktor motivasi penggunaan internet yang menjelaskan perbedaan motivasi masing-masing individu dalam menggunakan Internet seperti *Information* ,*Career, Personal Development, Shopping, Entertainment, Relaxation, Relationship Maintenance* dan *Social Interaction*. *E-commerce* Sebagai salah satu aplikasi yang sedang marak digunakan di Indonesia dan penggunanya yang semakin bertambah setiap tahunya, patut dilihat bagaimana motivasi pengguna dari aplikasi *E-commerce* dalam menggunakan aplikasinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang menentukan motivasi penggunaan internet pada pengguna aplikasi *E-commerce* dan mengetahui faktor – faktor apa saja yang paling dominan yang menentukan motivasi penggunaan internet pada pengguna aplikasi *E-commerce*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada pengguna aplikasi *E-commerce* pada kelompok mahasiswa, sebanyak 100 responden. Tipe penelitian adalah Analisis Deskriptif. Kuesioner di uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis faktor dengan bantuan software SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terbentuk 4 faktor yang menentukan motivasi penggunaan internet pada pengguna aplikasi *E-commerce*. Yaitu *Career, Shopping, Relaxation* dan *Relationship Maintenance*. Faktor *Career* merupakan faktor yang paling dominan yang menentukan motivasi penggunaan internet pada pengguna aplikasi *E-commerce* dengan eigen values sebesar 13.126 atau sebesar 48,461 %.

Diharapkan aplikasi *E-commerce* kedepannya menyediakan suatu forum agar dapat membantu menjaga hubungan antara para pembeli, penjual dan supplier dan diharapkan pula untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan uji korelasi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara satu faktor dengan faktor lainya.

Kata Kunci: Motivasi, *Internet, E-commerce*