

ABSTRAK

Pengaruh Fitur *Artificial Intelligence: Chatbot, Visual Search* Dan *Virtual Try On* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *E-Commerce*

Multi Sari Dewi

Dosen pembimbing: Aulia Uswatun Khasanah, SE., MM

Email: info@aiska-university.ac.id

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence (AI)* dalam *e-commerce* mendorong peningkatan pengalaman belanja digital yang interaktif dan personal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur *chatbot, visual search, dan virtual try on* terhadap minat beli konsumen pada platform *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif asosiatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 154 responden pengguna *e-commerce* yang pernah menggunakan ketiga fitur AI tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online*, dan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga fitur AI memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. *Virtual try on* menjadi fitur yang paling dominan memengaruhi minat beli, diikuti oleh *visual search* dan *chatbot*. Secara simultan, ketiga fitur memberikan kontribusi sebesar 80,6% terhadap minat beli konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan fitur AI dalam *e-commerce* tidak hanya meningkatkan efisiensi pencarian dan kenyamanan berbelanja, tetapi juga mendorong keputusan pembelian secara lebih meyakinkan.

Kata kunci: *Artificial Intelligence, Chatbot, Visual search, Virtual try on, Minat Beli, E-commerce*

