

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong platform *E-commerce* memanfaatkan personalisasi berbasis data untuk memberikan pengalaman belanja yang efisien dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Melalui sistem tersebut, konsumen dapat memperoleh rekomendasi produk, promosi yang sesuai dengan minat, serta kemudahan dalam proses pencarian produk yang diinginkan dan pengambilan keputusan pembelian. Kondisi ini menjadikan perilaku adaptif konsumen penting untuk diteliti, karena menunjukkan kemampuan konsumen dalam menyesuaikan diri terhadap fitur personalisasi yang tersedia, sehingga berpotensi meningkatkan *re-patronage intention*. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen terhadap perilaku adaptif konsumen dan *re-patronage intention* pada ritel fesyen *hyper-personalized* di Indonesia dengan studi pada konsumen produk fesyen di platform *E-commerce* Shopee. Motivasi konsumen terdiri dari motivasi sosial, motivasi hedonis, dan motivasi utilitarian. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner Google Form kepada responden yang merupakan konsumen Shopee dan pernah membeli produk fesyen. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 164 responden. Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modelling-Partial Least square (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi sosial, motivasi hedonis, dan motivasi utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku adaptif konsumen. Selanjutnya, perilaku adaptif konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *re-patronage intention*. Selain itu, perilaku adaptif konsumen mampu memediasi pengaruh motivasi konsumen terhadap *re-patronage intention*. Temuan ini menjelaskan bahwa semakin tinggi motivasi konsumen dalam menggunakan platform shopee, semakin besar kemampuan beradaptasi terhadap sistem personalisasi.

Kata Kunci : Motivasi Konsumen, Perilaku Adaptif Konsumen, Re-Patronage Intention, *Hyper-personalized* Retail, Shopee.