

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai Pengaruh *E-service quality* terhadap *Repurchase intention*. Menurut (Suharsimi Arikunto, 2009:15), bahwa objek penelitian merupakan inti dari problematika penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah Bukalapak. Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki nilai berbeda atau bervariasi (Sekaran, 2013:68). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. *E-service quality* (X) sebagai variabel independen (*independent variable*) dan *Repurchase intention* (Y) sebagai variabel dependen (*dependent variable*).

Pada penelitian kali ini mengangkat studi kasus pada Bukalapak, dengan objek penelitian adalah Bukalapak. Jangka waktu penelitian adalah kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional* (Maholtra, 2010).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian yang digunakan

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi dari sesuatu (Maholtra, 2010:100). Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan, memberi gambaran secara sistematis, faktual dan akurat, mengatasi fakta-fakta, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki tanpa menghubungkan variabel lain atau membuat perbandingan. Maksud dari penelitian deskriptif ini yaitu untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai *E-service quality* dan *Repurchase intention*.

Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah

ditetapkan (Sukardi, 2013). Sehingga tujuan dari penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap *repurchase intention* pada Bukalapak.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian. *Explanatory survey* dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang intuisi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah (Misbahudin & Hassan, 2013). Penelitian yang menggunakan metode ini akan mendapatkan informasi dari populasi dan dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah bentuk-bentuk yang ditentukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi tentangnya untuk kemudian diambil kesimpulannya. Variabel dibedakan menjadi dua, yaitu variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y). Dalam hal ini, variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan berubahnya atau munculnya variabel dependen/terikat. Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini, (Sugiyono, 2002). Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lengkap disajikan dalam tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		<i>E-service quality</i> didefinisikan sebagai layanan yang disediakan melalui jaringan elektronik termasuk dengan menyediakan produk, lingkungan, dan pengiriman dalam model bisnis apa pun (Chang et al., 2012).				
<i>E-Service Quality (X)</i>	<i>Information Quality</i>	Kualitas informasi sangat berpengaruh bagi pengunjung karena biasanya pengunjung melakukan pengecekan situs web untuk mengetahui informasi lebih lanjut. Kualitas informasi merupakan salah satu faktor paling vital dalam menentukan keberhasilan sebuah situs. Semua detail dan informasi harus berkomunikasi secara bersamaan dan dapat dipahami oleh pengunjung dengan tepat, (Cheng et al, 2012).	<i>Update</i>	Tingkat kekinian (<i>update</i>) informasi yang disampaikan dalam aplikasi	Interval	1
			Akurat	Tingkat keakuratan informasi dalam aplikasi	Interval	2
			Relevan	Tingkat relevansi informasi dalam aplikasi	Interval	3
			Kemudahan fitur tambahan yang diarahkan dalam aplikasi	Tingkat kemudahan menggunakan fitur-fitur tambahan dalam aplikasi		4

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO.ITE M
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<i>Privacy</i>		Privasi atau keamanan dianggap sebagai salah satu aspek terpenting dari kepuasan pelayanan. Secara umum, pelanggan <i>online</i> tidak dapat berinteraksi dengan karyawan atau fasilitas fisik perusahaan tempat mereka berurusan, maka kepercayaan itu harus dibangun dengan cara lain. (Cheng et al, 2012).	Keamanan tidak menyebar privasi	Tingkat keamanan aplikasi dengan tidak menyebar informasi personal	Interval	5
			Keamanan transaksi	Tingkat keamanan bertransaksi dalam aplikasi.	Interval	6
			Kemudahan membaca kebijakan privasi dalam aplikasi	Tingkat kemudahan membaca kebijakan privasi dalam penyedia aplikasi	Interval	7
<i>Efficiency</i>		Kemampuan aplikasi untuk menawarkan informasi yang relevan untuk membantu konsumen mendapatkan produk dengan upaya dan akibatnya mempengaruhi kepuasan pelayanan, (Cheng et al, 2012).	Kemudahan menggunakan aplikasi	Tingkat kemudahan menggunakan aplikasi	Interval	8
			Kemudahan mencari fitur layanan yang diinginkan	Tingkat mencari fitur layanan yang diinginkan	Interval	9
			Kecepatan bertransaksi dalam aplikasi	Tingkat kecepatan bertransaksi menggunakan aplikasi	Interval	10

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO.ITE M
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Responsiveness		Ketepatan waktu dalam merespons pelanggan baik itu perihal pertanyaan mengenai produk ataupun respon untuk menjawab <i>complain customer</i> , (Cheng et al, 2012).	Kecepatan merespon permintaan	Tingkat kecepatan aplikasi dalam merespon permintaan	Interval	11
			Kecepatan merespon keluhan	Tingkat kecepatan respon dalam menangani keluhan dalam aplikasi	Interval	12
			Kesesuaian aplikasi dapat digunakan 24 jam	Tingkat kesesuaian aplikasi dapat digunakan 24 jam	Interval	13
Repurchase intention didefinisikan niat untuk membeli kembali secara <i>online</i> suatu produk dua kali atau lebih terkait dengan produk yang sama atau berbeda. (Rahayu & Saodin, 2021)						
Repurchase intention (Y)	Interest to buy	Pelanggan merasa tertarik untuk berbelanja melalui aplikasi (Rahayu & Saodin, 2021)	Ketertarikan	Ketertarikan untuk berbelanja di aplikasi Bukalapak.	Interval	14
			Minat	Keberminatan konsumen berbelanja di aplikasi Bukalapak	Interval	15
			Keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan	Keputusan konsumen untuk berbelanja di aplikasi Bukalapak berdasarkan kebutuhan	Interval	16
Keputusan pembelian berdasarkan keinginan	Keputusan konsumen untuk berbelanja di aplikasi Bukalapak berdasarkan keinginan	Interval			17	
	Decision to buy	Keputusan pelanggan untuk berbelanja melalui aplikasi (Rahayu & Saodin, 2021)				

VARIABEL	DIMENSI	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO.ITE M
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	<i>Invite to other buy</i>	Keinginan mengundang orang lain untuk ikut berbelanja di aplikasi (Rahayu & Saodin, 2021)	Kepuasan	Tingkat kepuasan konsumen berbelanja di aplikasi Bukalapak	Interval	18
			Merekomendasikan	Keinginan untuk merekomendasikan / mengajak orang lain untuk berbelanja di aplikasi Bukalapak	Interval	19
	<i>Revisit</i>	Pelanggan melakukan kunjungan kembali pada <i>website</i> (Rahayu & Saodin, 2021)	Keinginan mengunjungi kembali	Keinginan untuk mengunjungi kembali aplikasi Bukalapak	Interval	20
			Keinginan berbelanja kembali	Keinginan untuk berbelanja kembali di aplikasi Bukalapak	Interval	21

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber utama. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (Radjab Enny, 2017). Berikut ini merupakan penjelasan mengenai data primer dan sekunder menurut (Malhotra, 2015:89 & 92):

1. Data primer yaitu data yang berasal dari peneliti, khusus untuk mengatasi masalah penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi data penelitian.
2. Data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan untuk tujuan lain selain masalah yang ditangani dan terdiri dari dua jenis yaitu data sekunder internal dan eksternal, yaitu a) Data internal adalah data yang dihasilkan dalam organisasi yang penelitian sedang dilakukan, b) Data eksternal adalah data yang dihasilkan oleh sumber di luar organisasi.

Sumber data primer dapat diperoleh melalui hasil survei yang dilakukan pada Bukalapak Bukalapa. Sumber data sekunder diantaranya diperoleh dari *literature*, jurnal-jurnal ilmiah, artikel, web, dan berbagai sumber informasi lainnya. Secara lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis data	Sumber data
1.	Jumlah pengguna internet di Indonesia	Sekunder	katadata.co.id
2.	Nilai transaksi <i>e-commerce</i> 2017-2020	Sekunder	data.alinea.id
3.	Pengunjung web <i>e-commerce</i>	Sekunder	iprice.co.id
4.	<i>Ranking E-Commerce</i> di Indonesia 2019-2021	Sekunder	iprice.co.id
5.	Nilai transaksi <i>e-commerce</i> setiap jam 2020	Sekunder	katadata.co.id
6.	<i>Top Brand Index</i> kategori <i>Online Shopping</i> di Indonesia	Sekunder	topbrand-award.com
7.	Pengaduan <i>online shopping</i> 2019	Sekunder	bisnis.tempo.co
8.	Pendapatan dan rugi bersih Bukalapak 2021	Sekunder	dailysocial.id

Sumber: Hasil pengolahan data dan referensi, 2022

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2017:80). Berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2017:80), maka populasi dalam penelitian ini adalah anggota *group* facebook Bukalapak yang berukuran **7.204** (*Facebook Group*, Juni 2022) per tanggal 19 Juni 2022.

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasikan terhadap populasi (Asep Hermawan, 2009:147).

Untuk menentukan sampel yang representatif dari populasi diupayakan untuk memilih peluang yang samam menjadi sampel. Pada penelitian ini tidak mungkin semua populasi dapat penulis teliti, hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya, keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga dan keterbatasan waktu yang tersedia.

Peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil mewakili yang lain yang tidak diteliti. Menurut (Sugiyono, 2008:116), apabila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian populasi penelitian yaitu sebagian anggota grup facebook Bukalapak. Jumlah populasi yang diteliti dalam penelitian ini sebesar 7.204. Jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 379 dari hasil perkiraan dengan menggunakan rumus.

Adapun rumus yang akan digunakan untuk mengukur sampel adalah rumus Slovin (Sevilla et.al, 2007;182) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n: Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

e: Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Penarikan sampel merupakan suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari sampel, suatu pemahaman karakteristik subjek sampel akan memungkinkan untuk menggeneralisasi karakteristik elemen populasi (Uma Sekaran, Hermawan, 2009). Penarikan sampel dilakukan karena akan memungkinkan penelitian yang dilakukan menjadi lebih murah, cepat dan akurat (Hermawan, 2009).

Terdapat dua jenis teknik yang dapat digunakan untuk menarik sampel yaitu probability sampling dan non-probability sampling (Priyono, 2016). Probability sampling adalah prosedur pengambilan sampel di mana setiap elemen dari populasi memiliki kesempatan probabilistik tetap untuk terpilih sebagai sampel. Non-probability sampling adalah teknik yang tidak menggunakan kesempatan prosedur seleksi sampel. Sebaliknya, mereka bergantung pada penilaian pribadi peneliti (Malhotra, 2015)

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* karena setiap sampel yang diambil memiliki kriteria tertentu. Metode yang digunakan ialah metode *purposive sampling* atau teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. Tujuan utama dari *purposive sampling* untuk menghasilkan sampel yang secara logis dapat dianggap mewakili populasi (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, penulis mengambil Teknik *Purposive Sampling*, karena populasi berjumlah sangat banyak, sehingga banyak Batasan yang

menghalangi peneliti mengambil sampel secara random (acak). Jika menggunakan Random sampling (sampel acak), dirasa akan menyulitkan peneliti. Dengan menggunakan *purposive sampling*, diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-bener sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Dalam *purposive sampling* digunakan *judgement sampling*, yaitu sample dipilih dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Ferdinand, 2006) Maksudnya, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil berdasarkan pada pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini berikut beberapa pertimbangan yang digunakan peneliti untuk memilih sampel:

1. Responden berusia minimal 17 tahun dengan asumsi bahwa pada usia tersebut, responden sudah dapat memahami penggunaan suatu produk dengan baik.
2. Responden pernah berbelanja produk di aplikasi Bukalapak, dengan itu maka responden dianggap telah memiliki pengalaman berbelanja di Bukalapak.

1.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian (Hatimah, dkk, 2010). Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian (Sugiyono, 2010. 82). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *e-service quality* dan *repurchase intention*.
2. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan pelaksanaan implementasi *e-service quality* dan *repurchase intention*. Kuisisioner akan ditujukan kepada anggota group facebook Bukalapak. Adapun agar lebih efisien, penulis menggunakan kuesioner online untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Langkah-langkah penyusunan kuesioner online adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun daftar pertanyaan secara online menggunakan Google Drive, dengan mengunjungi *website* www.drive.google.com, lalu login menggunakan akun Google. Pilih *Create*, lalu untuk memulai membuat kuesioner.
- 2) Kemudian setelah penyusunan kuesioner selesai, dilakukan penyebaran kuesioner tersebut pada social media seperti Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp dan lainnya.
- 3) Setelah responden mengisi kuesioner, data akan secara otomatis masuk kedalam akun Google Drive penulis. Terakhir data yang terkumpulkan kemudian dilakukan pemilihan sampel secara *purposive* berdasarkan data hasil kuesioner yang didapat

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Validitas berkaitan dengan ketepatan penggunaan indikator untuk menjelaskan arti konsep yang sedang diteliti, sedangkan reliabilitas berkaitan dengan konsistensi suatu indikator (Priyono, 2016). Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid dan reliable*.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) 22.0 for windows.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *e-service quality* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *repurchase intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

Validitas berkaitan dengan ketepatan penggunaan indikator untuk menjelaskan arti konsep yang sedang diteliti. Sementara itu, reliabilitas berkaitan dengan konsistensi suatu indikator (Priyono, 2016). Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang akan membuktikan seberapa baik hasil dari penggunaan yang diperoleh sesuai dengan teori-teori di sekitar yang

dirancang dalam tes (Sekaran, 2003). Kevalidan suatu instrumen dihitung menggunakan rumus korelasi *product moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Sumber: (Sugiyono, 2002:248)

Keterangan:

- rx_y = validitas koefisien item
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- N = Banyaknya responden

Langkah berikutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan terhadap taraf signifikan tertentu, artinya ada koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: (Sugiyono, 2002:248)

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga rtabel dengan dk = n-1 dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika thitung lebih besar dari ttabel (thitung \geq ttabel)
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika thitung lebih kecil dari ttabel (thitung < ttabel)

Dalam penelitian ini akan diuji validitas dari *instrument e-service quality* sebagai variabel X dan *repurchase intention* sebagai variabel Y. Jumlah pertanyaan untuk variabel X sebanyak 13 item dan variabel Y sebanyak 8 item. Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 40 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (dk) $n-2$ ($40-2=38$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,312

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS E-SERVICE QUALITY (X)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
<i>Informantion Quality</i>				
1	Keterbaharuan mendapatkan informasi dalam aplikasi Bukalapak	0,852	0,312	Valid
2	Keakuratan informasi dalam aplikasi Bukalapak	0,863	0,312	Valid
3	Relevansi informasi yang disediakan oleh aplikasi Bukalapak sesuai dengan kebutuhan konsumen	0,753	0,312	Valid
4	Kemudahan menggunakan fitur-fitur tambahan didalam aplikasi Bukalapak	0,913	0,312	Valid
<i>Privacy</i>				
5	Keamanan aplikasi Bukalapak dengan tidak menyebar data personal konsumen	0,709	0,312	Valid
6	Keamanan bertransaksi dalam aplikasi Bukalapak	0,743	0,312	Valid
7	Kemudahan membaca kebijakan privasi dalam aplikasi Bukalapak	0,842	0,312	Valid
<i>Efficiency</i>				
8	Kemudahan menggunakan aplikasi Bukalapak	0,874	0,312	Valid
9	Kemudahan mencari fitur layanan yang diinginkan dalam aplikasi Bukalapak	0,723	0,312	Valid
10	Kecepatan proses bertransaksi menggunakan aplikasi Bukalapak	0,871	0,312	Valid
<i>Responsiveness</i>				
11	Kecepatan merespon permintaan konsumen dalam aplikasi Bukalapak	0,734	0,312	Valid
12	Kecepatan merespon dalam menangani keluhan dalam aplikasi Bukalapak	0,719	0,312	Valid
13	Kesiapan aplikasi Bukalapak untuk melayani konsumen selama 24 jam	0,791	0,312	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

(Menggunakan IBM SPSS 22 *for Windows*)

Berdasarkan tabel 3.3 bahwa semua variabel *E-Service Quality* (X) menunjukkan seluruh instrument pernyataan valid, karena r_{hitung} tiap item lebih besar dari r_{tabel} . Nilai tertinggi terdapat pada dimensi *Informantion Quality* yaitu indikator kemudahan menggunakan fitur-fitur tambahan didalam aplikasi Bukalapak nilainya sebesar 0,913 terdapat pada item pernyataan 4. Nilai terendah terdapat pada dimensi *Privacy* yaitu indikator keamanan aplikasi Bukalapak dengan tidak menyebar data personal konsumen sebesar 0,709 terdapat pada item pernyataan 5.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *REPURCHASE INTENTION* (Y)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
<i>Interest to buy</i>				
1	Ketertarikan untuk berbelanja di aplikasi Bukalapak	0,700	0,312	Valid
2	Keinginan konsumen untuk memilih Bukalapak menjadi <i>e-commerce</i> pilihan pertama	0,913	0,312	Valid
<i>Decision to buy</i>				
3	Keputusan konsumen untuk berbelanja di aplikasi Bukalapak berdasarkan kebutuhan	0,951	0,312	Valid
4	Keputusan konsumen untuk berbelanja di aplikasi Bukalapak berdasarkan keinginan	0,883	0,312	Valid
<i>Invite other to buy</i>				
5	Kepuasan konsumen berbelanja di aplikasi Bukalapak	0,940	0,312	Valid
6	Merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di aplikasi Bukalapak	0,927	0,312	Valid
<i>Revisit</i>				
7	Keinginan untuk mengunjungi kembali aplikasi Bukalapak	0,790	0,312	Valid
8	Keinginan untuk berbelanja kembali di aplikasi Bukalapak	0,650	0,312	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

(Menggunakan IBM SPSS 22 for Windows)

Berdasarkan tabel 3.4 bahwa semua variabel *Repurchase Intention* (Y) menunjukkan seluruh instrument pernyataan valid, karena r_{hitung} tiap item lebih besar dari r_{tabel} . Nilai tertinggi terdapat pada dimensi *Decision to buy* yaitu indikator Keputusan konsumen untuk berbelanja di aplikasi Bukalapak berdasarkan kebutuhan nilainya sebesar 0,951 terdapat pada item pernyataan 3. Nilai terendah terdapat pada dimensi *Revisit* yaitu keinginan untuk berbelanja kembali di aplikasi Bukalapak sebesar 0,650 terdapat pada item pernyataan 8.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh yang mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dengan kata lain, reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran, 2003). Menurut (Naresh K. Malhotra & David F. Birks, 2013) menjelaskan bahwa reliabilitas menguji sejauh mana skala tersebut menghasilkan hasil yang konsisten apabila pengukuran berulang dilakukan pada variabel yang sama.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Untuk uji reliabilitas, alternatif jawaban lebih

dari dua, uji reliabilitas menggunakan uji *Alpha Croanbach*.. Menurut Umar (2008:60) menyatakan bahwa suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Croanbach* lebih besar atau sama dengan 0,7. Rumus koefisien *Alpha Croanbach* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right]$$

(Umar H, 2008:170)

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

S_t^2 = deviasi standar total

$\sum S_b^2$ = jumlah deviasi standar butir

Sedangkan rumus variansinya adalah :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

σ = Nilai varians

X = Nilai skor yang dipilih

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
3. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 40 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (dk) $n-2$ ($40-2=38$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,312. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan IBM SPSS versi 22 for Windows diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} yang dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut:

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	<i>E-Service Quality</i>	0.946	0,312	Reliabel
2	<i>Repurchase Intention</i>	0,944	0,312	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

(Menggunakan IBM SPSS 22 for Windows)

3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran, 2003:32). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuisisioner. Kuisisioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas reponden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
 - a. Memberi skor pada setiap item
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis data, kegiatan ini merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus statistik dan menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.
5. Pengujian, kegiatan ini dilakukan untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linear sederhana.

Penelitian ini meneliti pengaruh *E-service quality* (X) terhadap *Repurchase intention* (Y). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Responden yang memberikan penilaian jawaban dengan angka 5 berarti

sangat tinggi, memberi jawaban dengan angka 4 berarti tinggi, memberi jawaban dengan angka 3 berarti ragu-ragu, memberi jawaban dengan angka 2 berarti rendah dan memberi jawaban dengan angka 1 berarti sangat rendah (Sekaran, 2003:197). Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 5 angka seperti pada Tabel 3.6 berikut.

TABEL 3.6
SKOR ALTERNATIF JAWABAN

Alternatif Jawaban	Sangat Rendah	Rentang Jawaban					Sangat Tinggi
		1	2	3	4	5	
	Negatif	1	2	3	4	5	Positif

Sumber: (Husein Umar, 2014:99)

3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari adanya suatu hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya (Sekaran, 2003). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan variabel yang terdapat pada data penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *E-service vbquality* terhadap *Repurchase intention*.

Analisis deskriptif digunakan dalam mencari hubungan antara variabel melalui korelasi ataupun membandingkan rata-rata data antar sampel tanpa harus melakukan uji signifikansi terhadap data tersebut. Pengujian dilakukan sebagai berikut:

1. Skor Ideal

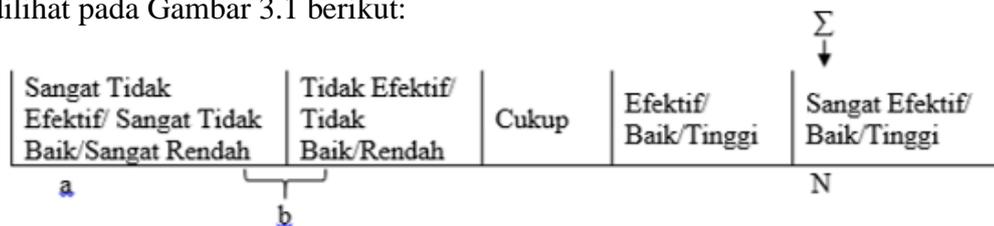
Data jawaban responden pada angket yang telah diajukan memiliki berbagai pernyataan penelitian dengan jumlah pernyataan yang banyak sehingga diperlukan proses skoring dalam rangka mempermudah proses analisis dan penilaian data (Sugiyono, 2014). Skor ideal dijadikan sebagai patokan dalam pengukuran skor dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Nilai Indeks Maksimum = Skor Interval Tertinggi x Jumlah Item Pertanyaan
Setiap Dimensi x Jumlah Responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Interval Terendah x Jumlah Item Pertanyaan
Setiap Dimensi x Jumlah Responden

Jarak Interval = [Nilai Maksimum – Nilai Minimum] : Skor Interval
 Persentase Skor = [(Total Skor) : Nilai Maksimum] x 100

Berdasarkan skala alternatif yang tersedia dalam penelitian ini yakni penggunaan yang tersedia secara maksimum bernilai lima dan secara minimum bernilai satu, maka garis kontinum yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
GARIS KONTINUM

Keterangan :

a : Skor minimum

b : Jarak interval

Σ : Jumlah perolehan skor

N : Skor ideal

2. Statistik Deskriptif

Data mentah yang terkumpul dari hasil kuisioner harus diolah agar diperoleh makna untuk memecahkan masalah yang diteliti (Sekaran, 2013). Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Adapun alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif karakteristik responden
2. Analisis deskriptif pengalaman responden
3. Analisis deskriptif *E-service Quality* (X)
4. Analisis deskriptif *Repurchase intention* (Y)

Analisis deskriptif yang menggunakan angket pada penelitian ini akan dibantu oleh program SPSS melalui distribusi frekuensi. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.7 sebagai berikut.

TABEL 3.7
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: (Sugiyono, 2016)

3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Setelah semua data yang diperoleh dari responden telah terkumpul dan dilakukan analisis deskriptif, maka selanjutnya dilakukan analisis data verifikatif. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang ada seperti, konsep, prinsip, prosedur, maupun praktek dari ilmu itu sendiri sehingga tujuan dari penelitian verifikatif di penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilakukan dengan pengumpulan data di lapangan (Arifin, 2011:17).

Teknik analisis data verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh *E-service quality* (X) terhadap *Repurchase intention* (Y). Teknik analisis data verifikatif yang digunakan yaitu teknik analisis Regresi Linier Sederhana.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui kenormalan data apabila belum ada teori yang menyatakan bahwa variabel yang diteliti merupakan variabel yang berdistribusi normal. Untuk menguji kenormalan data peneliti menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Dan pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Untuk melakukan uji ini perlu dilakukan beberapa perhitungan dasar, yaitu rata-rata skor dan standar deviasi dengan hipotesis sebagai berikut:

$$H_0: f(x) = \text{normal}$$

$$H_1: f(x) \neq \text{normal}$$

- b) Data disusun terlebih dahulu dari yang terkecil dengan diikuti frekuensi masing-masing dan frekuensi kumulatifnya.
- c) Menghitung standar deviasi yang diperoleh dengan rumus:

$$Sd^2 = \frac{\sum(X - \bar{X})^2}{n - 1}$$

$$Sd = \sqrt{Sd^2}$$

Dengan:

X= nilai masing-masing skor

\bar{X} = rata-rata nilai

d) Menghitung nilai Z skor dari masing-masing skor dengan rumus:

$$Z_{skor} = \frac{X - \mu}{\sigma}$$

μ = rata-rata populasi

σ = simpangan baku

e) Menghitung nilai a_1 dan a_2 yang diperoleh

$$a_2 = \frac{F}{n} - p \leq Z$$

$$a_1 = \frac{f}{n} - a_2$$

Dengan a_1 dan a_2 adalah kesalahan

f) Membandingkan a_1 dengan D tabel, dengan kriteria:

Terima H_0 jika a_1 maksimum $D \leq$ tabel

Tolak H_0 jika a_1 maksimum $D >$ tabel

b. Uji Linieritas

Menurut (Sudjana, 2005:33), Uji linearitas regresi digunakan untuk menguji kelinieran regresi, yaitu apakah model linear yang diambil betul-betul cocok dengan keadaannya atau tidak. Apabila ternyata cocok atau linear, maka pengujian dilanjutkan dengan model sederhana. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Pada taraf kesalahan 10% dengan derajat kebebasan (dk) pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-k) serta pihak kanan secara statistik (Sudjana: 2001:18), pengujian hipotesis kelinieran yaitu:

$H_0: \beta \leq 0$, artinya *E-service quality* dengan *Repurchase intention*

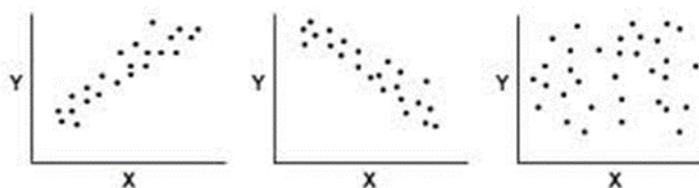
koefesien arah regresinya tidak linear.

Ha: $\beta > 0$, artinya *E-service quality* dengan *Repurchase intention*

koefesien arah regresinya linear.

c. Diagram Pencar

Diagram pencar atau diagram serak (*Scatter Plot*) digunakan untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y melalui penggambaran nilai dari variabel-variabel tersebut. Diagram pencar menggunakan sistem koordinat cartesius. Pada koordinat tersebut, pada sumbu X diletakkan nilai variabel bebas dan pada sumbu Y diletakkan nilai variabel terikat. Tujuan diagram pencar untuk mengetahui apakah titik-titik koordinat diagram membentuk pola tertentu. Dalam diagram selanjutnya ditarik suatu garis yang dapat membagi dua titik koordinat pada kedua sisinya. Garis yang ditarik diupayakan sesuai, menggambarkan kecenderungan data yang tersebar (*garis best fit*).



GAMBAR 3.2
DIAGRAM LINIERITAS

Positive Correlation *Negative Correlation* *No Correlation*

Gambar 3.2 menunjukkan model dari diagram pancar, jika titik-titik penyebaran berada pada arah kiri bawah ke kanan atas maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah positif, jika titik-titik penyebaran ada pada kiri atas ke kanan bawah maka hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah negatif, dan jika titik-titik penyebaran berada pada posisi sembarangan maka tidak ada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Priyatno, 2018), mengemukakan bahwa uji heteroskedastisitas merupakan keadaan di mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat hasil gambar grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID. Maka, model regresi yang baik tidak terjadi

heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah, berikut ini:

- 1) Terjadi heteroskedastisitas, apabila terdapat pola tertentu dan membentuk titik-titik yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit.
- 2) Tidak terjadi heteroskedastisitas, apabila tidak terdapat adanya pola yang jelas, dengan membentuk titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah pada angka 0 di sumbu Y.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan sarana yang dipergunakan untuk mempelajari hubungan fungsional antara variabel-variabel yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik dan garis. Hubungan fungsional terdiri dari dua jenis variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen apabila dikolerasikan dengan nilai variabel independen. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Sumber: (Sugiyono, 2002:248)

Keterangan :

Y = Nilai dalam variabel *dependen* yang diprediksikan.

a = Konstanta atau bila harga X = 0 (harga konstan)

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Apabila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Nilai variabel *independen*

Dari persamaan diatas perlu dicari koefisien-koefisien regresi a dan b dengan perhitungan :

$$a = \frac{(\sum Y_i) (\sum X_i) - (\sum X_i) (\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i) (\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Sumber: (Susetyo (2010:128)

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan pada nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

3. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga dalam penelitian ini koefisien determinan digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh X terhadap Y. Sehingga rumus yang digunakan adalah menurut (Riduwan, 2013:136), yaitu sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

KD : koefisien determinasi

r^2 : koefisien korelasi (*R square*)

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh komunikasi kerja terhadap kepuasan kerja digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.8 berikut:

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH
(GUILFORD)

Koefisien Korelasi	Klasifikasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: (Sugiyono, 2013:95)

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel atau hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis *ka* ketika usal (Priyono, 2016:66).

Pengujian hipotesis adalah sebuah cara pengujian jika pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku mengalami pemeriksaan ketat (Sekaran, 2003:418). Rancangan analisis untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistik yang tepat. Untuk mencari antara hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih (Sekaran, 2003:418).

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan uji F dan uji t (*t – Test*). Untuk menguji signifikansi korelasi antara variabel *E-service quality* (X), dan *Repurchase intention* (Y).

a. Uji T

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t. Menurut (Priyatno, 2018), menyatakan bahwa Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*independen*) terdapat pengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah secara parsial variabel *e-service quality* berpengaruh atau tidak terhadap *repurchase intention*. Berikut kriteria pengujian:

1. Taraf isgnifikan
 - a) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:
 - a) $H_{01}: \beta \leq 0$, artinya *e-service quality* tidak berpengaruh positif terhadap variabel *repurchase intention*.

- b) $H_{a1}: \beta > 0$, artinya *e-service quality* berpengaruh positif terhadap variabel *repurchase intention*
3. Kriteria uji hipotesi berdasarkan uji t, yaitu :
- a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima