

## ABSTRAK

Dewasa ini teknologi di era digital berkembang sangat pesat, Diketahui sebesar 64% masyarakat Indonesia telah menggunakan internet di keseharian mereka. Tokopedia merupakan salah satu marketplace dengan tingkat pengguna tertinggi yang berasal dari Indonesia yaitu dengan total pengunjung perbulan mencapai 86.103.300. Sayangnya, *seller* pada *marketplace* Tokopedia belum mengetahui bagaimana cara mengelola marketplaceny dengan baik, agar dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *E-Service Quality*, Harga dan *Islamic Bussines Ethics* mempengaruhi *Repurchase*. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa IAIN Kudus yang menggunakan aplikasi *marketplace* Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini tak terhingga sehingga dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow dan mendapatkan 96 sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* melalui *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan SPSS versi 2.3. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E- Service Quality*, Harga dan *Islamic business ethics* berpengaruh terhadap perilaku *Repurchase* pada *seller marketplace* Tokopedia.

**Kata Kunci:** *E- Service Quality*, Harga, *Islamic Business Ethics* dan *Repurchase*.