

## BAB IV ANALISIS DATA

### A. Deskripsi Objek Penelitian

Tokopedia.com ialah salah satu industri jual beli berbasis digital paling banyak di Indonesia. Sejak resmi diluncurkan, PT Tokopedia sukses jadi salah satu industri internet Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat. Dengan mengusung model bisnis *marketplace* dan *mall online*, Tokopedia membolehkan masing-masing orang, toko kecil dan brand buat membuka dan mengelola toko online secara free. Tokopedia mempunyai visi buat “Membangun Indonesia yang Lebih Baik Melalui Internet”, Tokopedia memiliki program buat menunjang para pelaku Usaha Mikro Kecil serta Menengah (UMKM) serta perorangan buat meningkatkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara *online*.

Tokopedia.com formal diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 di dasar naungan PT Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya serta Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. PT Tokopedia memperoleh “*seed Funding*” (pendanaan dini) dari PT Indonusa Dwitama pada tahun 2009. Setelah itu pada tahun-tahun selanjutnya, Tokopedia kembali memperoleh suntikan dana dari pemodal ventura global semacam East Ventures( 2010), Cyber Agent Ventures (2011), Netprice (2012), and SoftBank Ventures Korea (2013).

Kemudian pada Oktober 2014, Tokopedia sukses mencetak sejarah selaku perusahaan teknologi awal di Asia Tenggara, yang menerima investasi sebesar USD 100 juta ataupun dekat Rp 1, 2 triliun dari Sequoia Capital serta SoftBank Internet and Media Inc( SIMI). Pada bertepatan pada April 2016, Tokopedia kembali dikabarkan memperoleh investasi sebesar USD 147 juta ataupun dekat Rp 1, 9 triliun.

Sepanjang ini, PT Tokopedia sudah sebagian kali dianugerahi penghargaan antara lain: *Marketeers of the Year 2014* buat *zona E- Commerce* pada kegiatan Markplus Conference 2015 yang diselenggarakan oleh

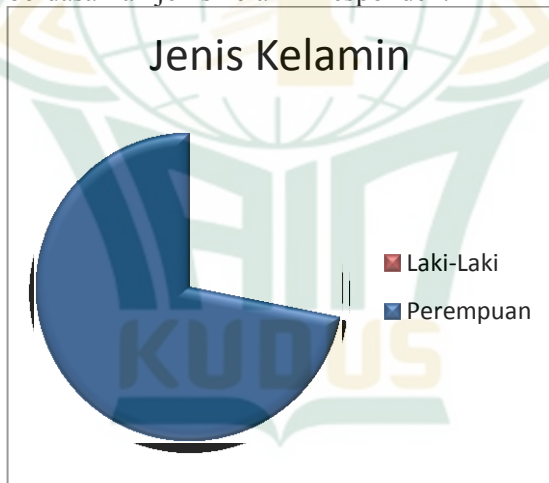
Markplus Inc bertepatan pada 11 Desember 2014. Pada bertepatan pada 12 Mei 2016, Tokopedia terpilih selaku Best “*Company in Consumer Industry*” dari Indonesia “*Digital Economy Award 2016*”.<sup>97</sup>

## B. Karakteristik Responden

Pengambilan ilustrasi pada riset ini memakai metode “*purposive sampling. Purposive sampling*” ialah metode pengambilan ilustrasi dengan memakai pertimbangan kriteria tertentu. Riset ini dicoba kepada 96 mahasiswa di Institut Agama Islam Negara Kudus pengguna Tokopedia. Cerminan universal responden pada riset bisa dipaparkan selaku berikut:

### 1. Jenis Kelamin Responden

Berikut ini ialah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden:

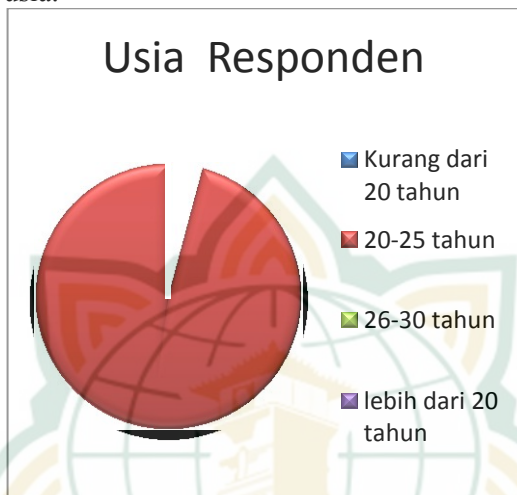


Dari data tersebut, diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan mendominasi dengan jumlah 69 responden, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 27 responden.

<sup>97</sup> Nurul Saputro, “*Sejarah Tokopedia.com Marketplace Besar di Indonesia*,” 24 Juli, 2020. <https://www.Tokopedia.com/about>

**2. Usia Responden**

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan usia:



Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa usia responden yang berjumlah kurang dari 20 tahun sebanyak 4 responden. Pada usia 20-25 sebanyak 92 responden, Sedangkan responden yang berusia 26-30 tahun dan berusia lebih dari 30 tahun memiliki responden 0.

**3. Pendapatan/Uang Saku Perbulan**

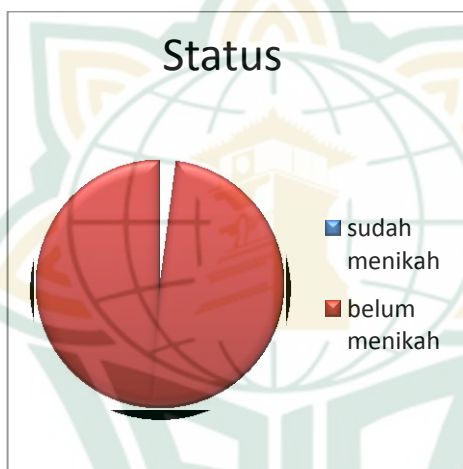
Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan:



Dari data tersebut dapat kita lihat bahwa pendapatan responden perbulan <500.000 sebanyak 40 responden, yang berpendapatan 500.000-1.000.000 sebanyak 40 responden, yang berpendapatan 1.000.000-2.000.000 sebanyak 13 responden dan pendapatan perbulan responden >2.000.000 sebanyak 3 responden.

#### 4. Status

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan status :



Dari data tersebut, diketahui bahwa responden yang berstatus belum menikah mendominasi dengan jumlah 94 responden, sedangkan responden yang sudah menikah hanya sebanyak 2 responden.

### C. Hasil Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

##### a) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dipakai untuk pengukuran valid (layak) atau tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian.<sup>98</sup> Suatu indikator dikatakan valid apabila besar  $r$  hitung lebih dari  $r$

<sup>98</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM Spss 21 Update PLS Regresi*, 7th edn (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 52.

tabel. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan responden sebanyak 30 orang. Nilai  $r$  tabel dapat diperoleh melalui tabel  $r$  *product momen pearson* dengan rumusan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} df &= n - 2 \\ df &= 30 - 2 \\ df &= 28 \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut, dapat diketahui  $r$  tabelnya adalah 28, maka nilai dari  $r$  tabel 28 adalah 0,361. Dengan demikian, butir pertanyaan dari penelitian ini dapat dikatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$  0,361.  $R$  hitung pada analisis penelitian ini dapat dilihat pada “*Corrected Item Total Corelation*” pada analisis *output* di bawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas Non Responden**

<b>Variabel</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
E-Service Quality	0,850	0,772	0,775	0,810	0,760
Harga	0,566	0,703	0,689	0,681	0,806
Islamic Bussines Ethics	0,757	0,792	0,816	0,621	0,866
Repurchase	0,762	0,773	0,729	0,867	0,654

**Tabel 4.2**  
**Uji Validitas Responden**

<b>Variabel</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
E-Service Quality	0,87 7	0,77 3	0,85 8	0,84 6	0,77 9
Harga	0,62 6	0,70 6	0,76 4	0,74 1	0,70 2
Islamic Bussines Ethics	0,84 0	0,83 1	0,73 5	0,59 5	0,74 8
Repurchase	0,66 8	0,77 6	0,64 5	0,84 9	0,69 1

Pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa item dari masing-masing variabel memiliki  $r$  hitung lebih dari 0,361. Hal itu menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut valid, sehingga tidak ada item pertanyaan yang perlu dihapus, dan semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

#### **b) Uji Reliabilitas**

Reliabilitas ataupun keandalan ialah dimensi sesuatu kestabilan ataupun konsistensi responden dalam menanggapi persoalan. Sesuatu penanda bisa dikatakan reliabel, apabila nilai dari Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.<sup>99</sup> Cronbach's Alpha pada analisis penelitian ini dapat dilihat pada tabel *output* di bawah ini:

---

<sup>99</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Spss untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 192.

**Tabel 4.3**  
**Uji Reliabilitas Non Responden**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
<i>E-Service Quality</i>	0,852
<i>Harga</i>	0,721
<i>Islamic Bussines Ethics</i>	0,830
<i>Repurchase</i>	0,806

**Tabel 4.4**  
**Uji Reliabilitas Responden**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
<i>E-Service Quality</i>	0,883
<i>Harga</i>	0,750
<i>Islamic Bussines Ethics</i>	0,810
<i>Repurchase</i>	0,771

Pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel tersebut reliabel atau handal, sehingga tidak ada item pertanyaan yang perlu dihapus dan semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan buat mengenali distribusi informasi dalam variabel yang hendak digunakan dalam riset.<sup>100</sup> Informasi yang baik serta layak digunakan dalam riset merupakan informasi yang berdistribusi wajar. Ketentuan

<sup>100</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Spss untuk Penelitian*, 152.



informasi berdistribusi wajar merupakan apabila nilai signifikansi lebih dari 0.05.<sup>101</sup>

**Tabel 4.5**  
**Uji Normalitas**

N	Unstandardized Residual
Test Statistic	0,866
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,442

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi tabel yaitu 0,442 yang lebih besar dari 0.05.

**b) Uji Linearitas**

Uji linieritas bertujuan buat mengenali spesifikasi model yang digunakan telah benar ataupun tidak.<sup>102</sup> Informasi yang baik sepatutnya mempunyai ikatan linier antara variabel independen serta variabel dependen. Ketentuan linearitas informasi merupakan apabila nilai signifikansi lebih dari 0.05.

**Tabel 4.6**  
**Uji Linearitas**

Variabel	Defiation From Linearity
<i>E- Service Quality</i>	0,877
<i>Harga</i>	0,129
<i>Islamic Business Ethics</i>	0,750

Dari tabel tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X1 adalah 0,877 nilai signifikansi variabel X2 adalah 0,129 variabel X3 adalah 0,750, seluruh nilai variabel pada penelitian

<sup>101</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Spss untuk Penelitian*, 55.

<sup>102</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 166.



ini lebih dari 0.05, maka hubungan antara X1, X2, dan X3 terhadap Y adalah linear.

**c) Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan buat mengenali terdapat ataupun tidaknya korelasi yang besar antar variabel leluasa dalam sesuatu model regresi linear berganda.<sup>103</sup> Bila ada korelasi yang besar, hingga ikatan antar variabel leluasa dengan variabel terikat jadi tersendat. Bagi Ghazali serta Wiratna, uji multikolinearitas bisa diuji dengan memakai nilai tolerance serta VIF. Dengan ketentuan jika yang dihasilkan di antara 1- 10 hingga tidak terjalin multikolinearitas.<sup>104</sup>

**Tabel 4.7**  
**Uji Multikoleniaritas**

Variabel	Tolerance	VIF
<i>E- Service Quality</i>	0,712	1,404
<i>Harga</i>	0,572	1,747
<i>Islamic Business Ethics</i>	0,600	1,166

Pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai VIF dari X1 adalah 1,404, variabel X2 adalah 1,747 dan variabel X3 adalah 1,166. Tidak ada nilai VIF dari ketiga variabel yang lebih dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolenieritas pada penelitian ini.

**d) Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali, uji heteroskedastisitas bertujuan buat menguji apakah dalam model regresi terjalin ketidaksamaan varian, dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain.<sup>105</sup> Bila varian dari

<sup>103</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 105.

<sup>104</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Spss untuk Penelitian*, 185.

<sup>105</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 139.

residual satu pengamat ke pengamat lain senantiasa, hingga diucap homoskedastisitas serta bila berbeda diucap heteroskedastisitas. Model regresi yang baik merupakan model regresi homoskedastisitas ataupun tidak terjalin heteroskedastisitas. Dalam uji ini, periset memakai uji *Park* buat memandang terdapat ataupun tidaknya heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan memakai uji *Park* merupakan bila nilai signifikansi lebih dari 0.05 hingga tidak terjalin heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 4.8**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.651	1.373		1.202	.232
E-Service Quality	-.016	.077	-.025	-.208	.836
Harga	.076	.101	.101	.749	.456
Islamic Bussines Ethics	-.172	.101	-.225	1.705	.092

a. Dependent Variable: LNU2I

Nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0.05. sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam regresi ini.

### 3. Uji Hipotesis

#### a) Uji R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.<sup>106</sup> Syarat dari uji ini adalah jika nilai koefisien determinasi mendekati nilai satu, maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

<sup>106</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 97.

**Tabel 4.9**  
**Uji R<sup>2</sup>**

R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,584	0,570	1,730

Pada uji koefisien determinasi didapatkan nilai 0,570 pada tabel Adjusted R Square. Artinya 57,2% variabel X1, X2 dan X3 berpengaruh terhadap Y.

**b) Uji F**

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.<sup>107</sup> Dasar analisis yang digunakan pada uji F adalah jika F hitung > F tabel maka hipotesis diterima. Dan jika nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka hipotesis diterima.

**Tabel 4.10**  
**Uji F**

F tabel	F hitung	Sig
2,70	42,964	0,000

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa nilai signifikansinya adalah 0.000. F tabel dalam penelitian ini adalah 2,70 dan F hitungnya adalah 42,964. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh X1, X2 dan X3 secara stimulan terhadap Y.

**c) Uji t**

Uji statistik t adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh atau seberapa signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

---

<sup>107</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 98.

Jika signifikansi kurang dari 0,05 dan t hitung lebih dari 1,989, maka hipotesis diterima.<sup>108</sup>

**Tabel 4.11**  
**Uji t**

Variabel	Sig	t
<i>E-Service Quality</i>	0,004	2,981
Harga	0,005	2,888
<i>Islamic Bussines Ethics</i>	0,000	4,849

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai t hitung di bawah 1,989 dan tingkat signifikansi di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara individu antara X1, X2 dan X3 terhadap Y.

#### **D. Pembahasan Pengujian Hipotesis**

Riset ini bertujuan buat mengetahui pengaruh *E-Service Quality*, Harga serta *Islamic Bussines Ethics* terhadap perilaku Pembelian kembali pada *Seller Marketplace* Tokopedia. Ulasan tiap-tiap variabel sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh *E-Service Quality* terhadap perilaku Pembelian Kembali (*Repurchase*) pada *Seller Marketplace* Tokopedia.**

Dalam penelitian ini, diketahui nilai t tabel pada variabel *E-Service Quality* adalah sebesar 2,981 > 1,989 dan mempunyai nilai signifikansi 0,004 < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa *E-Service Quality* berdampak secara positif signifikan terhadap pembelianya kembali (*Repurchase*).

Hasil riset ini menjelaskanya bahwa *E-Service Quality* ialah salah satu faktor yang dapat memengaruhi pembelian kembali (*Repurchase*).

---

<sup>108</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 98.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Agnes Purpita Sari dan Wasiun Nugraha yang mengatakan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian kembali (*Repurchase*).<sup>109</sup>

## 2. Pengaruh Harga terhadap perilaku Pembelian Kembali (*Repurchase*) pada *Seller Marketplace Tokopedia*.

Dalam penelitian ini, diketahui nilai t tabel pada variabel Harga adalah sebesar  $2,888 > 1,989$  dan mempunyai nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa Harga berpengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian kembali (*Repurchase*).

Hasil riset ini menjelaskan bahwa Harga merupakan salah diantara faktor yang bisa memengaruhi pembelian kembali (*Repurchase*).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Faradiba dan Tri Astuti tentang Harga yang berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian kembali (*Repurchase*).<sup>110</sup>

## 3. Pengaruh *Islamic Bussines Ethics* terhadap perilaku Pembelian Kembali (*Repurchase*) pada *Seller Marketplace Tokopedia*.

Dalam penelitian ini, diketahui nilai t tabel pada variable *Islamic Bussines Ethics* adalah sebesar  $4,849 > 1,989$  dan mempunyai nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa *Islamic Bussines Ethics* berpengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian kembali (*Repurchase*).

---

<sup>109</sup> Agnes Niken Puspita sari, “*Studi pada Pengguna Nokia di Semarang: Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Mendorong Minat Beli Ulang*”, (Skripsi Sarjana Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2011).

<sup>110</sup>F. Faradiba, dan S. R. Tri Astuti, “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*,” 41.

Hasil riset ini menjelaskan bahwa “*Islamic Bussines Ethics*” ialah salah diantaranya faktor yang dapat memengaruhi pembelian kembali (*Repurchase*).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan dan Nuryana tentang *Islamic Bussines Ethics* yang berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian kembali (*Repurchase*).<sup>111</sup>

**4. Pengaruh *E-Service Quality*, Harga, dan *Islamic Bussines Ethics* terhadap perilaku Pembelian Kembali (*Repurchase*) pada *Seller Marketplace Tokopedia*.**

Analisis informasi memakai uji hipotesis infomasi memakaikan uji f dan uji t. Bersandarkan f hitung yang lebih besar dari f tabel ( $42,964 > 2,70$ ), ini berarti indikator yang menggambarkan variabel *E-Service Quality*, Harga, dan *Islamic Bussines Ethics* secara simultan berpengaruh terhadap variabel Pembelian Kembali. Hasil riset ini mendukung hipoteses *E-Service Quality*, Harga, dan *Islamic Bussines Ethics* yang menyatakan bahwa secara simultan berpengaruh terhadap Pembelian Kembali (*Repurchase*).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Risma Nur Maulidya, Ahmad Molyadi Kosim dan Abrista devi tentang *E-Service Quality*, Harga, dan *Islamic Bussines Ethics* yang menyatakan secara simultan berpengaruh terhadap Pembelian Kembali (*Repurchase*).<sup>112</sup>

Dari riset analisis regresi linier berganda diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan *Ajusted R Square* besarnya 0,570 atau 57,0%. Hal ini

---

<sup>111</sup> Fauzan dan Ida Nuryana, “*Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang*,” 40.

<sup>112</sup> Risma Nur Maulidya dkk, “*Pengaruh etika bisnis Islam, Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah di Bogor*,” *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, (2019): 221-240

berarti sebesar 57,0% kemampuan model regresi dari penelitian ini menerangkan variabel dependen. Artinya 57,0% variabel Pembelian Kembali bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen *E-Service Quality*, Harga, dan *Islamic Bussines Ethics*. Sedangkan sisanya ( $100\% - 57,0\% = 43,0\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini, misalnya *Voucher Cashback* dan *Voucher Gratis Ongkir*.





**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Hipotesis**

No	Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
1	<i>E-Service Quality</i> berdampak positif serta signifikan pada putusan Pembeliannya Kembali	<i>E-Service Quality</i> berdampak positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kembali	Diterima
2	Harga berdampak positif serta signifikan dalam Pembeliannya Kembali	Harga berdampak positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kembali	Diterima
3	<i>Islamic Business Ethics</i> berdampak positif dan signifikan terhadap Pembeliannya Kembali	<i>Islamic Business Ethics</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kembali	Diterima
4	<i>E-Service Quality</i> , Harga dan <i>Islamic Business Ethics</i> secara stimulan berdampak positif serta signifikan terhadap putusan Pembeliannya Kembali	<i>E-Service Quality</i> , Harga serta <i>Islamic Business Ethics</i> secara stimulan berdampak positif serta signifikan terhadap putusan Pembeliannya Kembali	Diterima