



**PENGARUH *E-SECURITY* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
E-REPURCHASE INTENTION PADA JASA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
(Studi pada Pembeli Tokopedia di Kota Semarang)**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Di Susun Oleh :
Dilla Anggie Juventia
14020217130041**

**Departemen Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro
Semarang
2022**



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Dilla Anggie Juventia
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020217130041
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 26 Mei 1999
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis / S1
5. Alamat : Jl Timoho Barat II RT2 RW III Kel Bulusan,
Kec.Tembalang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh E-Security Dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Pada Jasa E-Commerce Tokopedia (Studi pada Pembeli Tokopedia Di Kota Semarang)

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 15 Desember 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB
NIP. 197806052003122003

Pembuat Pernyataan,

Dilla Anggie Juventia
NIM 14020217130041

Ketua Program Studi

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Security* Dan *E-Service Quality* Terhadap *E-Repurchase Intention* Pada Jasa *E-Commerce* Tokopedia (Studi pada Pembeli Tokopedia di Kota Semarang)

Nama : Dilla Anggie Juventia

NIM : 14020217130041

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang 11 Desember 2022

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.
NIP 196408271990011001

Wakil Dekan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP 196908221994031003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB.

(.....
sari)

2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB.

(.....
Widi)

Dosen Penguji

1. Drs. Handojo Djoko W, M.Si

(.....
Handojo)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Most people say if you don’t give up and work hard you will achieve your goals.

Just remember this, it’s okay if you want to go at your own pace”

Kim Dong Young

“Karena sesungguhnya setelah kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

Al-Insyirah Ayat 5-6

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua saya tercinta, ayah dan ibu yang selalu memberikan doa, dukungan, nasehat serta kasih sayang yang sangat berarti. Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat memberikan sedikit kebanggaan bagi mereka.
2. Kepada adik saya Alvaro semoga dengan selesainya skripsi kakak bisa menjadi contoh dan semangat untuk adek dalam belajar di sekolah.
3. Kepada Ibu Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB. dan Bapak Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB. selaku dosen pembimbing satu dan dua saya, terimakasih telah senantiasa bersabar dalam membimbing saya dan memberikan kemudahan serta bantuannya hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Bapak Drs. Handojo Djoko W, M.Si selaku dosen wali serta dosen penguji, yang telah memberikan arahan selama menguji dan perkuliahan.
5. Kepada sahabat saya sejak SMA Betadine, Bernadin Dinda yang sudah memberikan semangat dan dukungannya kepada saya setiap saat.
6. Kepada sahabat seperjuangan saya Murti, Nur dan Syifa yang telah berjuang bersama dan saling membantu dalam menghadapi kesulitan selama mengerjakan skripsi.
7. Kepada sahabat saya Nadin, Mita yang selalu bersedia membantu dan menjawab pertanyaan-pertanyaan saya mengenai skripsi ditengah kesibukan kalian.

8. Kepada teman dekat saya “*Gendis Endless*” Mey, Murti, Mita, Nadia, Syifa, Naela, Sabrina yang sudah bersama-sama melewati masa perkuliahan.
9. Kepada *Being Inspired and Addicted to Someone* saya Kim Doyoung, Jung Jaehyun, Lee Haechan and NCT sebagai penyemangat dan memberikan inspirasi bagi saya setiap saat.
10. Seluruh teman Administrasi Bisnis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
11. Tidak lupa untuk diri saya sendiri Dilla Anggie Juventia selamat, kamu sudah bekerja keras, tersenyum dan berbahagialah, jangan lupa tetap dan selalu bersyukur dengan mengingat Allah “ *I’m Proud of you, you did your best*”.

ABSTRAKSI

Perekonomian adalah salah satu aspek kehidupan yang utama dengan melibatkan penjual dan pembeli dalam satu tempat yang sama. Namun perlahan dengan berkembangnya teknologi mempengaruhi gaya perekonomian tradisional, dengan munculnya tren berbelanja *online* melalui *e-commerce* terutama di kalangan generasi muda. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia cukup pesat dengan memunculkan berbagai platform belanja salah satunya Tokopedia. Banyaknya pilihan platform belanja menyebabkan persaingannya juga cukup ketat. Tokopedia adalah *e-commerce* terbesar Indonesia namun dalam beberapa tahun mengalami fluktuasi pengunjung bulanan pada web dan aplikasinya. Hal ini diduga terjadi karena dipengaruhi oleh *e-security* (keamanan elektronik) dan *e-service quality* (pelayanan elektronik) sehingga *e-repurchase intention* mengalami penurunan karena jumlah pengunjung web dan aplikasi Tokopedia menurun.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *e-security* dan *e-service quality* terhadap *e-repurchase intention* pada jasa *e-commerce* Tokopedia studi pada pembeli Tokopedia di Kota Semarang. Tipe penelitian ini adalah eksplanatori dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling, purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan dan menggunakan kuesioner yang disebarakan dengan menggunakan metode *online* menggunakan *google form* yang disebarakan kepada 100 responden pembeli pada *e-commerce* Tokopedia di Kota Semarang yang menggunakan aplikasi Tokopedia sejak 2020, berusia 18 ke atas, pernah melakukan pembelian produk/transaksi di Tokopedia dan pembeli yang berniat atau sudah melakukan transaksi pembelian di Tokopedia selama 6 bulan sejak kuesioner diisi. Pada penelitian yang dilakukan terdapat beberapa pengujian di antaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji determinasi, uji analisis regresi sederhana, analisis uji regresi berganda, uji signifikansi (uji t dan uji F). Pada penelitian ini digunakan alat pengukuran SPSS versi 26.

Hasil dari penelitian ini adalah *e-security* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-repurchase intention*, *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-repurchase intention*, *e-security* dan *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-repurchase intention*. Berdasarkan hasil tersebut terdapat saran penulis, yaitu dengan lebih memperketat sistem keamanan data pengguna dengan penambahan *software* keamanan dan memperketat seleksi seller dan produk yang ditawarkan, selain itu dapat juga dengan mengembangkan aplikasi yang lebih mudah digunakan dan sedikit memakan data internet juga ruang ponsel seperti Tokopedia lite, selain itu Tokopedia juga dapat lebih konsisten dan tegas terhadap aturan seperti gratis ongkir pengguna baru dan promosi menggunakan artis ternama.

Kata kunci : *E-Security, E-Service Quality, E-Repurchase Intention*

ABSTRACT

The economy is one of the main aspects of life by involving sellers and buyers in the same place. However, slowly with the development of technology affecting the style of the traditional economy, with the emergence of online shopping trends through e-commerce, especially among the younger generation. The development of e-commerce in Indonesia is quite rapid with various shopping platforms, one of which is Tokopedia. The large number of choices of shopping platforms causes the competition to be quite tight. Tokopedia is Indonesia's largest e-commerce but in recent years has experienced fluctuations in monthly visitors to the web and its applications. This is thought to have happened because it was influenced by e-security (electronic security) and e-service quality (electronic services) so that e-repurchase intention decreased because the number of visitors to the Tokopedia web and application decreased.

This study aims to determine the effect of e-security and e-service quality on e-repurchase intention in e-commerce services Tokopedia studies on Tokopedia buyers in Semarang City. This type of research is explanatory with the sampling technique using non-probability sampling, purposive sampling. The data collection technique was carried out by studying the literature and using a questionnaire distributed using the online method using the Google form which was distributed to 100 buyer respondents on Tokopedia e-commerce in Semarang City who have used the Tokopedia application since 2020, aged 18 and over, have purchased products/ transactions at Tokopedia and buyers who intend or have made purchases at Tokopedia for 6 months since the questionnaire was filled out. In the research conducted there were several tests including validity tests, reliability tests, correlation coefficient tests, determination tests, simple regression analysis tests, multiple regression analysis tests, significance tests (t test and F test). In this study, the SPSS version 26 measurement tool was used..

The results of this study are e-security has a significant positive effect on e-repurchase intention, e-service quality has a significant positive effect on e-repurchase intention, e-security and e-service quality have a significant positive effect on e-repurchase intention. Based on these results, there is a suggestion by the author, namely by further tightening the user data security system by adding security software and tightening the selection of sellers and products offered, besides that you can also develop applications that are easier to use and consume less internet data as well as cellphone space such as Tokopedia lite In addition, Tokopedia can also be more consistent and strict with rules such as free shipping for new users and promotions using well-known artists.

Keywords: E-Security, E-Service Quality, E-Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kewajiban penulis dalam menempuh pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis sadar bahwa dalam menulis skripsi dengan judul: “ Pengaruh *E-Security* Dan *E-Service Quality* Terhadap *E-Repurchase Intention* Pada Jasa *E-Commerce* Tokopedia (Studi pada pembeli Tokopedia di Kota Semarang)” ini tidak terlepas dari bantuan serta Kerjasama dari berbagai pihak. Oleh sebab itu dengan segenap kerendahan hati penulis, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Hadi Warsono, MT. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan dosen Pembimbing kedua saya yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi..
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si selaku ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB. selaku dosen Pembimbing pertama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan dalam penyusunan skripsi.
5. Drs. Handojo Djoko W, M.Si selaku dosen wali yang telah meluangkan waktunya untuk menguji dan membantu kelancaran perkuliahan penulis.
6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta membantu segala keperluan akademik penulis.

7. Seluruh responden atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner penunjang penelitian yang peneliti lakukan.
8. Serta tidak lupa berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu kelancara penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam penuliskan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis tetap membutuhkan kritik dan saran yang membangun bagi penulis agar tercapai hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak dimasa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kemajuan bersama.

Semarang 11 Desember 2022

Penulis

Dilla Anggie Juventia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.5 Kerangka Teori	14
1.5.1 Perilaku Konsumen	14
1.5.2 <i>E-Commerce</i>	15
1.5.3 <i>E-Repurchase Intention</i>	19
1.5.4 <i>E-Security</i>	20
1.5.5 <i>E-Service Quality</i>	22
1.5.6 Hubungan Antar Variabel	23
1.5.7 Penelitian Tedahulu	25
1.6 Hipotesis	26
1.7 Definisi Konsep	28
1.7.1 <i>E-Security</i>	28
1.7.2 <i>E-Service Quality</i>	28
1.7.3 <i>E-Repurchase Intention</i>	28
1.8 Definisi Operasional	29
1.8.1 <i>E-Security</i>	29
1.8.2 <i>E-Service Quality</i>	30

1.8.3	<i>E-Repurchase Intention</i>	31
1.9	Metode Penelitian.....	35
1.9.1	Tipe Penelitian.....	35
1.9.2	Populasi.....	36
1.9.3	Sampel.....	36
1.9.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	37
1.9.5	Jenis Data.....	38
1.9.6	Sumber Data.....	38
1.9.7	Skala Pengukuran.....	38
1.9.8	Teknik Pengmpulan Data.....	39
1.9.9	Teknik Pengolahan Data.....	40
1.9.10	Instrumen Penelitian.....	41
1.10	Teknik Analisis.....	41
1.10.1	Uji Validitas.....	42
1.10.2	Uji Reliabilitas.....	42
1.10.3	Uji Koefisien Korelasi.....	43
1.10.4	Uji Determinasi.....	43
1.10.5	Uji Analisis Regresi.....	44
1.10.6	Uji Signifikansi.....	45
BAB II GAMBARAN UMUM DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN TOKOPEDIA		49
2.1	Tokopedia.....	49
2.1.1	Sejarah dan Perkembangan Tokopedia.....	49
2.1.2	Profil Tokopedia.....	50
2.1.3	Visi Tokopedia.....	51
2.1.4	Misi Tokopedia.....	52
2.1.5	Struktur Organisasi Tokopedia.....	53
2.1.6	Budaya Perusahaan.....	56
2.1.7	Maskot dan Logo Tokopedia.....	57
2.1.8	Bisnis Tokopedia.....	59
2.1.8.1	Marketplace dan Produk Digital.....	60
2.1.9	Layanan yang Ditawarkan.....	62
2.1.10	Penjual atau Seller.....	63
2.2	Identitas Responden.....	63

2.2.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	64
2.2.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia Responden.....	65
2.2.3	Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	66
2.2.4	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden	66
2.2.5	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan	67
2.2.6	Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	68
2.2.7	Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Selama 6 Bulan Terakhir	69
2.2.8	Identitas Responden Berdasarkan Produk Yang Sering Dibeli	69
2.2.9	Identitas Responden Berdasarkan Kepercayaan Keamanan Data di Tokopedia.....	70
BAB III PENGARUH <i>E-SECURITY</i> DAN <i>E-SERVICE QUALITY</i> TERHADAP <i>E-REPURCHASE INTENTION</i> PADA JASA <i>E-COMMERCE</i> TOKOPEDIA (Studi pada Pembeli Tokopedia di Kota Semarang)		
72		
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	72
3.1.1	Uji Validitas.....	73
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	77
3.2	Analisis dan Intrepretasi Hasil Penelitian	78
3.2.1	Persepsi Responden Terhadap <i>E-Security</i>	78
3.2.1.2	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Indikator dan Rata-Rata Skor <i>E-Security</i>	78
3.2.1.3	Kategorisasi Untuk Variabel <i>E-Security</i>	85
3.2.2	Persepsi Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i>	86
3.2.2.1	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Indikator & Rata-Rata Skor <i>E-Service Quality</i>	87
3.2.2.2	Kategorisasi Untuk Variabel <i>E-Service Quality</i>	97
3.2.3	Persepsi Responden Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	98
3.2.3.1	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Indikator & Rata-Rata Skor <i>E-Repurchase Intention</i>	99
3.2.3.2	Kategorisasi Untuk Variabel <i>E-Repurchase Intention</i>	103
3.3	Analisis <i>E-Security</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	104
3.3.1	Analisis Koefisien Korelasi Variabel <i>E-Security</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	105
3.3.2	Analisis Koefisien Determinasi	106
3.3.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	107
3.3.4	Uji t.....	108

3.4 Analisis <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	109
3.4.1 Analisis Koefisien Korelasi Variabel <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	110
3.4.2 Analisis Koefisien Determinasi	111
3.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	112
3.4.4 Uji t.....	113
3.5 Analisis <i>E-Security</i> dan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	114
3.5.1 Analisis Koefisien Korelasi Variabel <i>E-Security, E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	115
3.5.2 Analisis Koefisien Determinasi	115
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	116
3.5.4 Uji F.....	118
3.6 Pembahasan	120
BAB IV PENUTUP	125
4.1 Kesimpulan.....	125
4.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengunjung <i>E-Commerce</i> Di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Ulasan Pengguna Tokopedia.....	10
Tabel 1. 3 Matriks Konsep.....	32
Tabel 1. 4 Tabel Untuk Menentukan Koefisien Korelasi.....	43
Tabel 2. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	66
Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	67
Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran	68
Tabel 2. 7 Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Selama 6 Bulan	69
Tabel 2. 8 Identitas Responden Berdasarkan Produk Yang Sering Dibeli.....	70
Tabel 2. 9 Identitas Responden Berdasarkan Kepercayaan Terhadap.....	71
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Security</i> (X1).....	73
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i> (X2).....	74
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Repurchase Intention</i> (Y)	76
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 3. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Indikator dan Rata-Rata Skor <i>E-Security</i>	79
Tabel 3. 6 Kategorisasi Variabel <i>E-Security</i>	86
Tabel 3. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Indikator & Rata-rata Skor <i>E-Service Quality</i>	87
Tabel 3. 8 Kategorisasi Untuk Variabel <i>E-Service Quality</i>	98
Tabel 3. 9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Indikator & Rata-rata Skor <i>E-Repurchase Intention</i>	99
Tabel 3. 10 Kategorisasi Variabel <i>E-Repurchase Intention</i>	104
Tabel 3. 11 Hasil Uji Koefisien Korelasi Variabel <i>E-Security</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	105

Tabel 3. 12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi <i>E-Security</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	106
Tabel 3. 13 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana <i>E-security</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	107
Tabel 3. 14 Hasil Uji Koefisien Korelasi Variabel <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	110
Tabel 3. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	111
Tabel 3. 16 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	112
Tabel 3. 17 Hasil Uji Koefisien Korelasi Variabel <i>E-Security, E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	115
Tabel 3. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel <i>E-Security, E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	116
Tabel 3. 19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variabel <i>E-Security, E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	117
Tabel 3. 20 Hasil Uji F <i>E-Security, E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-Commerce Pilihan Generasi Muda (Maret 2022).....	4
Gambar 1. 2 Berita Kebocoran Data 2020	6
Gambar 1. 3 Kebocoran Data Di Indonesia	6
Gambar 1. 4 Jumlah Data Pengguna E-commerce Yang Dicuri.....	7
Gambar 1. 5 Rata-Rata Kunjungan Web Tokopedia.....	8
Gambar 1. 6 Tampilan Web Tokopedia	9
Gambar 1. 7 Model Hipotesis <i>E-Security</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	27
Gambar 1. 8 Kurva One Tail Uji t.....	47
Gambar 1. 9 Kurva One Tail Uji F.....	48
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Tokopedia.....	53
Gambar 2. 2 Maskot Tokopedia.....	58
Gambar 2. 3 Logo Tokopedia	59
Gambar 2. 4 Visualisasi Official Store Di Tokopedia	59
Gambar 2. 5 Jenis-Jenis Layanan Market Place Tokopedia.....	60
Gambar 2. 6 Jenis layanan Pembayaran Tokopedia.....	61
Gambar 2. 7 Mitra Tokopedia	61
Gambar 2. 8 Tampilan Aplikasi Tokopedia.....	62
Gambar 2. 9 Tampilan Tokopedia dalam bentuk PC.....	62
Gambar 2. 10 Layanan Tokopedia	63
Gambar 3. 1 Kurva One Tail Uji t <i>E-Security</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	109
Gambar 3. 2 Kurva Uji <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	114
Gambar 3. 3 Kurva Uji F <i>E-Security</i> dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Repurchase Intention</i>	120

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Keterangan Penelitian	133
LAMPIRAN 2 Kuesioner Penelitian.....	134
LAMPIRAN 3 Identitas Responden	140
LAMPIRAN 4 Tabel Induk.....	147
LAMPIRAN 5 Uji Validitas	151
LAMPIRAN 6 Uji Reliabilitas.....	157
LAMPIRAN 7 Korelasi	158
LAMPIRAN 8 Uji Determinasi	160
LAMPIRAN 9 Uji Regresi Linier Sederhana	161
LAMPIRAN 10 Uji Regresi Linier Berganda	162
LAMPIRAN 11 Distribusi r tabel	163
LAMPIRAN 12 Distribusi t tabel	165
LAMPIRAN 13 Distribusi F tabel	167