



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION***

**(Studi pada Pengguna Lazada Mahasiswa Fisip Undip)**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Nadya Aghnia Kurniasari**

**NIM : 14020216140062**

**DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2020**

**SURAT PERNYATAAN**  
**KEASLIAN KARTA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Nadya Aghnia Kurniasari
2. Nomor Induk Mahasiswa: 14020216140062
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 11 Desember 1997
4. Jurusan / Program Studi : S-1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Mangunharjo, RT 005 RW 002, Mangunharjo,  
Tugu, Semarang.

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

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (Studi pada Pengguna Lazada Mahasiswa Fisip Undip)**

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang Saya tulis itu bukan hasil karya ilmiah Saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka Saya sanggup menerima saksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah Saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikianlah surat pernyataan yang saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Semarang, 25 November 2020

Pembuat Pernyataan,



Nadya Aghnia K.  
NIM. 14020216140062

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Lazada (Studi pada Pengguna Lazada Mahasiswa Fisip Undip)

Nama : Nadya Aghnia Kurniasari

NIM 14020216140062

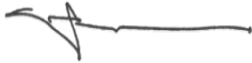
Departemen : Administrasi Bisnis

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

Semarang, 25 oktober 2020

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.  
NIP. 19640827 199001 1 001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin  
NIP. 19690822 199403 1 003

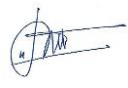
### Dosen Pembimbing

1. Widayanto S.Sos., M.Si.

(  )

### Dosen Penguji

1. Prof. Dr. Dra. Naili Farida M.Si.

(  )

2. Dr.Drs. Ngatno M.M.

(  )

3. Widayanto S.Sos., M.Si.

(  )

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Do the best and pray. God will take care of the rest.*

### PERSEMBAHAN

1. Kedua orang tua saya, ibu Suzy Setyawati, dan Bapak Imam Nurcholis, yang selalu saya sayangi karena telah memberikan dukungan, perhatian, semangat, motivasi dan doa yang tak pernah terhenti.
2. Kakak saya, Dian Laksmi Rahma Ananti yang selalu memberikan motivasi, serta dukungan dan tidak ketinggalan adik saya Imelda Fatta Aulia dan adik sepupu saya Aura Talitha putri yang selalu memberikan hiburan dan celotehan saat saya menyusun skripsi ini.
3. Teman-teman seperbimbingan saya yang selalu membantu dan menyemangati saya dalam penulisan skripsi ini.
4. *My big Family* Bisnis 2016!
5. Serta sahabat dan teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

## ABSTRAK

Salah satu situs belanja *online* berbasis *e-commerce* yang cukup tren di Indonesia adalah Lazada. Lazada merupakan *website* belanja *online* yang menyediakan bermacam jenis produk, mulai dari aksesoris elektronik, peralatan elektronik, fashion pria, fashion wanita, jam tangan, kesehatan, aksesoris, kecantikan, mainan, perlengkapan bayi, elektronik rumah tangga, keperluan rumah, gaya hidup, produk digital, olahraga dan *outdoor*, serta otomotif. Persaingan yang ketat antara *e-commerce* membuat Lazada harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnisnya agar mampu bertahan di era globalisasi. Oleh sebab itu, Lazada mengimplementasikan strategi bisnis *e-quality service* dan *e-trust* terhadap *repurchase intention*.

Sektor bisnis dan pemanfaatan teknologi informasi sangat diperlukan karena untuk menunjang kebutuhan masyarakat di era modern yang mementingkan kecepatan, kepraktisan, kemudahan, keamanan dan kenyamanan dalam kegiatan bisnis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *e-Service Quality* dan *e-Trust* terhadap *repurchase intention* pada Pengguna Lazada Mahasiswa Fisip Undip. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dan pengambilan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*, dengan Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden melalui google form pengguna Lazada Mahasiswa Fisip Undip. Teknik analisis menggunakan kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, signifikansi uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *e-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *e-Service Quality* dan *e-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*,

Saran dalam penelitian ini adalah supaya *Lazada* dapat meningkatkan fitur pada sistem aplikasi untuk memudahkan konsumen mendapatkan informasi. Selain itu melakukan upgrade server ke yang lebih capables (mampu kapasitas) untuk menangani request dengan resource yang lebih besar untuk menghindari overload kapasitas dan meningkatkan kualitas sistem keamanan pada *Lazada* meminimalisir kekhawatiran konsumen jika terjadi gangguan *server*.

**Kata kunci:** *e-Service Quality*, *e-trust*, *Repurchase Intention*

## ABSTRACT

*One of the most trending e-commerce based online shopping sites in Indonesia is Lazada. Lazada is an online shopping website that offers different types of products ranging from electronic accessories, electronic equipment, mens fashion, womens fashion, watches, health, accessories, beauty, toys, baby stuff, household electronics, household goods, lifestyle, products digital, sports and outdoor, and automotive. The intense competition among ecommerce forces Lazada to implement the right strategy in running his business to survive in the era of globalization. Therefore, Lazada has implemented quality e-service and e-trust business strategy for repurchase intent.*

*The business sector and the utilization of information technology are very necessary because to support the needs of society in the modern era that prioritizes speed, practicality, convenience, security and comfort in business activities.*

*The purpose of this research is to find out the influence of e-Service Quality and e-Trust on repurchase intention on Lazada Student User Fisip Undip. This type of research is explanatory research and sampling using purposive sampling techniques, with data collection techniques using questionnaires distributed to 100 respondents through google user form Lazada Fisip Undip Students. The analysis technique uses quantitative with validity test, reliability, correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression, multiple linear regression, t-test significance and F test.*

*The results showed that e-Service Quality has a positive and significant effect on repurchase intention, e-Trust has a positive and significant effect on repurchase intention, e-Service Quality and e-Trust has a positive and significant effect on repurchase intention,*

*The advice in this research is that Lazada can improve the features on the application system to make it easier for consumers to get information. In addition, upgrading the server to a more capable (capable capacity) to handle requests with larger resources to avoid capacity overload and improve the quality of security systems on Lazada minimizes consumer concerns in case of server disruptions.*

**Key words : e-Service Quality, e-trust, Repurchase Intention**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kepada Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul **“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (Studi pada Pengguna Lazada Mahasiswa Fisip Undip)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, 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. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus dosen penguji yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Widayanto S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr.Drs. Ngatno M.M. dan Prof. Dr. Dra. Naili Farida M.Si. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
7. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.



## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.5 Kerangka Teori .....	8
1.5.1 Pemasaran.....	8
1.5.2 Perilaku Konsumen .....	8
1.5.3 E-Service Quality .....	9
1.5.4 E-Trust.....	13
1.5.5 Repurchase Intention.....	14
1.6 Kajian Empiris .....	16
1.7 Pengaruh antar variabel.....	19
1.7.1 Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention.....	19
1.7.2 Pengaruh E-Trust Terhadap Repurchase Intention .....	19
1.7.3 Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Repurchase Intention	20
1.8 Hipotesis .....	20
1.9 Definisi Konsep .....	21
1.9.1 E-Service Quality .....	21

1.9.2	E-Trust.....	22
1.9.3	Repurchase Intention.....	22
1.10	Definisi Operasional .....	22
1.11	Metode Penelitian .....	24
1.11.1	Tipe penelitian.....	24
1.11.2	Populasi dan sampel .....	24
1.11.2.1	Populasi.....	24
1.11.2.2	Sampel.....	25
1.12	Teknik Pengambilan Sampel .....	25
1.13	Jenis dan Sumber Data.....	26
1.13.1.1	Jenis Data .....	26
1.13.1.2	Sumber Data.....	26
1.13.1.3	Skala Pengukuran.....	26
1.13.1.4	Teknik Pengumpulan Data.....	26
1.5.3	Teknik Analisis .....	27
1.5.3.1	Uji Validitas .....	27
1.5.3.2	Uji Reliabilitas.....	28
1.5.3.3	Koefisien Korelasi.....	28
1.14	Analisis Regresi Sederhana.....	29
1.15	Analisis Regresi Berganda .....	29
1.16	Uji t (Parsial).....	30
1.17	Uji F (Simultan) .....	33
	<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN LAZADA .....</b>	<b>35</b>
2.1	Sejarah Perusahaan .....	35
2.2	Visi Misi Lazada .....	37
2.3	Logo Perusahaan Lazada .....	38
2.4	Struktur Organisasi .....	39
2.5	Layanan Lazada .....	41
2.6	Identitas Responden .....	43
2.6.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
2.6.2	Responden Berdasarkan Usia.....	45
2.6.3	Responden Berdasarkan Asal Kota Mahasiswa Fisip UNDIP.....	45

2.6.4	Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan .....	46
2.6.5	Responden Berdasarkan Departemen S1 Fisip UNDIP .....	47
2.6.6	Responden berdasarkan jumlah membeli di <i>e-commerce</i> Lazada .....	48
2.6.7	Daftar Alasan menggunakan aplikasi Lazada .....	48
2.6.8	Responden Berdasarkan Angkatan Masuk FISIP UNDIP .....	49
2.6.9	Daftar Online shop yang pernah digunakan .....	50
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>51</b>
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
3.1.1	Uji Validitas .....	52
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	55
3.2	Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian .....	57
3.2.1	Persepsi Responden terhadap Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	57
3.2.1.1	Tanggapan Responden Terhadap informasi mengenai produk di Lazada mudah diakses .....	57
3.2.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Lazada menyediakan informasi yang akurat dan <i>uptodate</i> terkait kondisi produk .....	58
3.2.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Lazada memudahkan dalam proses transaksi .....	59
3.2.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Lazada mempunyai situs web yang menarik .....	60
3.2.1.5	Tanggapan Responden Terhadap Lazada mempunyai situs web yang cepat .....	62
3.2.1.6	Tanggapan responden terhadap Lazada dapat memberikan keamanan atas informasi data pribadi konsumen.....	63
3.2.1.7	Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>E-Service Quality</i> ..	64
3.2.1.8	Kategorisasi Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	65
3.2.2	Presepsi Responden Terhadap E-Trust .....	67
3.2.2.1	Tanggapan Responden Tentang bersedia memberikan informasi pribadi ke Lazada .....	67
3.2.2.2	Tanggapan Responden percaya terhadap keamanan untuk membagikan informasi pribadi kepada Lazada .....	68
3.2.2.3	Tanggapan Konsumen Terhadap percaya bahwa transaksi melalui situs Lazada dapat dipercaya.....	69
3.2.2.4	Tanggapan Responden Tentang percaya Lazada adalah perusahaan yang professional dalam bidangnya.....	70

3.2.2.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel E-Trust .....	71
3.2.2.6 Kategorisasi E-Trust.....	73
3.2.3 Presepsi Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	75
3.2.3.1 Tanggapan Responden Terhadap saudara akan melakukan pembelian kembali pada Lazada.....	75
3.2.3.2 Tanggapan Responden Tentang Saudara berniat untuk terus menggunakan Lazada.....	76
3.2.3.3 Tanggapan Responden Tentang Saudara berniat untuk menggunakan aplikasi lain selain Lazada .....	77
3.2.3.4 Tanggapan Responden Tentang Saudara berniat untuk menggunakan aplikasi Lazada dengan mengurangi pencarian informasi sebelumnya. .	78
3.2.3.5 Tanggapan Responden Tentang Saudara lebih memilih menggunakan pembelian barang secara online daripada offline.....	79
3.2.3.6 Rekap Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	80
3.2.3.7 Kategorisasi <i>Repurchase Intention</i> .....	81
3.3 Analisis Pengaruh E-Service Quality terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	83
3.3.1 Koefisien Korelasi <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ....	83
3.3.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	84
3.3.3 Regresi Linier Sederhana .....	85
3.3.4 Uji t.....	87
3.4 Analisis Pengaruh <i>E-Trust</i> dengan <i>Repurchase Intention</i> .....	89
3.4.1 Koefisien Korelasi <i>E-Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	89
3.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	90
3.4.3 Regresi Linier Sederhana .....	91
3.4.4 Uji t.....	92
3.5 Analisis Pengaruh <i>E-SERVICE QUALITY</i> dan <i>E-Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	94
3.5.1 Koefisien Korelasi.....	94
3.5.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	95
3.5.3 Regresi Linier Berganda.....	96
3.5.4 Uji F.....	98
3.6 Pembahasan.....	100
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>104</b>
4.1 Kesimpulan .....	104

4.2 Saran .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Data Pengunjung Lazada tahun 2016 - 2019 .....	4
Tabel 1.2	Jumlah Pengaduan Konsumen Lazada.....	5
Tabel 1.3	Kajian Empiris .....	16
Tabel 1.4	Tabel Koefisien Korelasi.....	29
Tabel 2.1	Identitas Responden Jenis Kelamin .....	44
Tabel 2.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 2.3	Identitas Responden berdasarkan asal kota Fisip UNDIP.....	46
Tabel 2.4	Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	46
Tabel 2.5	Identitas Responden berdasarkan Jurusan Fisip UNDIP .....	47
Tabel 2.6	Identitas Responden Berdasarkan Jumlah berkunjung di <i>e-commerce</i> Lazada .....	48
Tabel 2.7	Daftar Alasan Menggunakan Aplikasi Lazada .....	49
Tabel 2.8	Identitas Responden berdasarkan angkatan masuk FISIP UNDIP .....	49
Tabel 2.9	Daftar Online shop yang pernah digunakan .....	50
Tabel 3.1	Uji Validitas Variabel E-Service Quality .....	53
Tabel 3.2	Uji Validitas Variabel E-trust .....	54
Tabel 3.3	Uji Validitas Variabel Repurchase Intention .....	55
Tabel 3.4	Uji Reliabilitas Variabel .....	56
Tabel 3.5	Produk Informasi mengenai produk di Lazada mudah diakses... ..	58
Tabel 3.6	Spesifikasi yang dimiliki Lazada menyediakan informasi yang akurat dan uptodate terkait kondisi produk .....	59
Tabel 3.7	Lazada memudahkan dalam proses transaksi .....	60
Tabel 3.8	Lazada mempunyai situs web yang menarik.....	61
Tabel 3.9	Lazada mempunyai situs web yang cepat .....	62
Tabel 3.10	Lazada dapat memberikan keamanan atas informasi data pribadi konsumen .....	63
Tabel 3.11	Rekapitulasi Jawaban Partisipan Perihal Variabel E-Service Quality.....	64
Tabel 3.12	Kategorisasi Variabel E-Service Quality .....	64
Tabel 3.13	Bersedia Memberikan Informasi Pribadi ke Lazada .....	68
Tabel 3.14	Responden percaya terhadap keamanan untuk membagikan informasi pribadi kepada Lazada .....	69
Tabel 3.15	Percaya bahwa Transaksi melalui Situs Lazada dapat dipercaya .....	70
Tabel 3.16	Percaya Lazada adalah Perusahaan yang Professional dalam Bidangnya .....	71
Tabel 3.17	Hasil Rekap Jawaban Partisipan Perihal Variabel E-Trust.....	72
Tabel 3.18	Kategorisasi Variabel E-Trust .....	73
Tabel 3.19	Saudara akan Melakukan Pembelian kembali pada Lazada.....	75
Tabel 3.20	Saudara berniat untuk terus Menggunakan Lazada.....	76
Tabel 3.21	Saudara berniat untuk menggunakan aplikasi lain selain Lazada .....	77

<b>Tabel 3.22 Saudara berniat untuk menggunakan aplikasi Lazada dengan mengurangi pencarian informasi sebelumnya .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 3.23 Saudara lebih memilih menggunakan pembelian barang secara online daripada offline .....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 3.24 Rekapitulasi Jawaban Partisipan Perihal Variabel Repurchase Intention .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 3.25 Kategorisasi Variabel Repurchase Intention .....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 3.26 Hasil Uji Korelasi E-Service Quality terhadap Repurchase Intention .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 3.27 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Coefficients<sup>a</sup> E-Service Quality terhadap Repurchase Intention .....</b>	<b>86</b>
<b>Tabel 3.28 Hasil Uji Korelasi E-Trust terhadap Repurchase Intention .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 3.29 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Coefficients E-Trust terhadap Repurchase Intention .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 3.30 Hasil Uji Korelasi E-Service Quality dan E-Trust terhadap Repurchase Intention.....</b>	<b>94</b>
<b>Tabel 3.31 Hasil Uji Regresi Linier Berganda E-Service Quality dan E-Trust terhadap Repurchase Intention .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabel 3.32 Uji F Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Repurchase Intention.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Hipotesis .....	21
Gambar 1.2	Kurva Hasil Uji t ( <i>two tail</i> ).....	32
Gambar 1.3	Kurva Uji F .....	34
Gambar 2.1	Logo Lazada.....	39
Gambar 2.2	Struktur Organisasi Lazada Indonesia .....	40
Gambar 3.1	Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	88
Gambar 3.2	Pengujian Hipotesis menggunakan t-Test Variabel <i>E-Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	93
Gambar 3.3	Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Trust</i> Terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	100



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Surat Penelitian .....	113
<b>Lampiran 2.</b> Kuesioner Penelitian .....	114
<b>Lampiran 3.</b> Tabel Induk .....	116
<b>Lampiran 4.</b> Uji Validitas .....	120
<b>Lampiran 5.</b> Uji Reliabilitas .....	121
<b>Lampiran 6.</b> Uji Korelasi Dan Determinasi.....	122
<b>Lampiran 7.</b> Uji Regresi Linier Sederhana.....	123
<b>Lampiran 8.</b> Uji Regresi Linier Berganda .....	124
<b>Lampiran 9.</b> Uji F .....	124
<b>Lampiran 10.</b> Tabel R.....	125
<b>Lampiran 11.</b> Tabel T Dan Tabel F.....	127