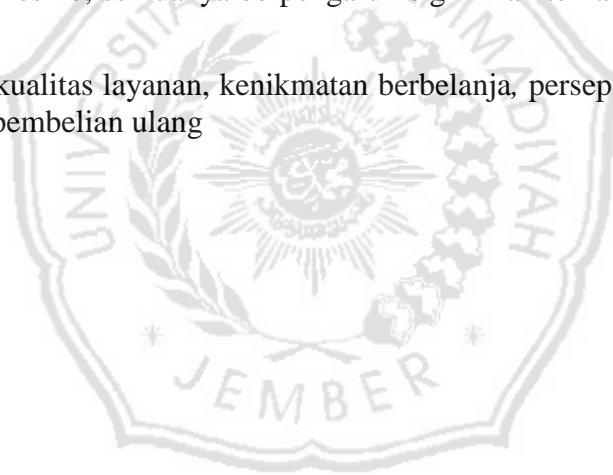


ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember yang pernah menggunakan Situs Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kenikmatan berbelanja dan persepsi akan resiko terhadap minat pembelian ulang. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 74 responden dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan, kenikmatan berbelanja dan persepsi akan resiko, semuanya berpengaruh positif terhadap minat pembelian ulang. Dari uji t diperoleh hasil kualitas layanan, kenikmatan berbelanja dan persepsi akan resiko, semuanya berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Kata kunci: kualitas layanan, kenikmatan berbelanja, persepsi akan resiko, minat pembelian ulang



ABSTRACT

This research was conducted at Muhammadiyah Jember University Students who used the Tokopedia Site. This study aims to determine the effect of service quality, shopping enjoyment and perception of the risk of repurchasing interest. In this study data was collected by means of observations, interviews and questionnaires on 74 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine respondents' perceptions of each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that the variables of service quality, shopping enjoyment and perceived risk, all have a positive effect on repurchase interest. From the t test, the results of service quality, shopping enjoyment and risk perception, all of them have a significant effect on repurchase interest.

Keywords: *service quality, shopping enjoyment, risk perception, repurchase interest*

