



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FITUR PAYLATER, PROMOSI DAN KEMUDAHAN  
APLIKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA SHOPEE  
(Studi kasus: Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**Inri Yani<sup>a</sup>, Sutarni<sup>b\*</sup>**

<sup>a</sup> Akuntansi, [inriyani@student.amikom.ac.id](mailto:inriyani@student.amikom.ac.id), Universitas Amikom Yogyakarta

<sup>b</sup> Akuntansi, [sutarni@amikom.ac.id](mailto:sutarni@amikom.ac.id), Universitas Amikom Yogyakarta

\* Correspondence

**ABSTRACT**

*This study aims to test empirically the effect of service quality, paylater features, promotions and ease of application on repurchase intention. The population in this study were students using the Shopee marketplace in the Special Region of Yogyakarta. The sample of this research is Shopee user students who have bought on the Shopee marketplace more than once. The analytical method used is Moderated Regression Analysis (MRA). The technique of taking samples using purposive sampling. The results of this study indicate that service quality, paylater features, promotions and ease of application have a positive effect on repurchase intention. Quality of service, paylater features, promotions and ease of application have a joint effect on repurchase intention.*

**Keywords:** Service Quality, Paylater Features, Promotion, Ease of Application, Repurchase Intention, Shopee

**Abstrak**

Penelitian ini tujuannya untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan, fitur paylater, promosi dan kemudahan aplikasi terhadap minat beli ulang. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa pengguna marketplace Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa pengguna Shopee yang pernah membeli pada marketplace Shopee lebih dari satu kali. Metode analisa yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Teknik dalam mengambil sampel memakai purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, fitur paylater, promosi dan kemudahan aplikasi berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Kualitas pelayanan, fitur paylater, promosi dan kemudahan aplikasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Fitur paylater, Promosi, Kemudahan Aplikasi, Minat Beli Ulang, Shopee.

**1. PENDAHULUAN**

Pandemi Covid 19 yang berlangsung sejak tahun 2020 telah memberikan dampak yang besar untuk Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, (2020) dampak tersebut dapat dirasakan pada sektor lapangan pekerjaan dan pendapatan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, (2020) dampak tersebut dapat dirasakan pada sektor lapangan pekerjaan dan pendapatan. Terjadinya perubahan pada pola kehidupan masyarakat ini, telah dirasakan sejak awal terjadinya virus Covid 19, masyarakat yang pada awalnya terbiasa untuk melakukan transaksi secara langsung, secara bertahap mulai beradaptasi untuk melakukan transaksi secara *online*.



**Gambar 1. 1 Data State of Mobile**

Sumber : State of mobile 2022

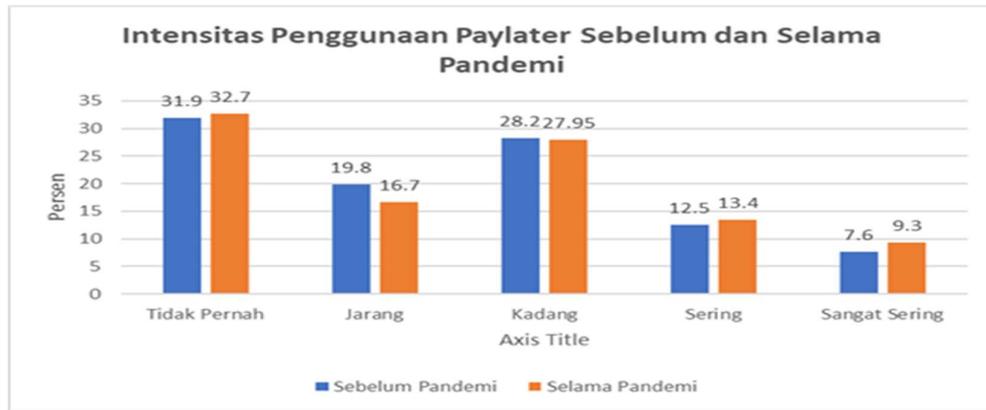
Menurut [1] berdasarkan laporan State of mobile yang dibuat oleh platform penelitian pasar dan konsumen pada Data.ai, dapat diketahui bahwa terdapat peningkatan durasi waktu dalam membuka aplikasi belanja online di Indonesia. Pada gambar 1.1 data state of mobile, dimana orang-orang menghabiskan waktu sebesar 5,56 miliar jam untuk membuka aplikasi belanja online pada tahun 2022, nilai ini meningkat drastis sebesar 52% dari 3,65 miliar jam pada Tahun 2020.

**Tabel 1. 1 Data peringkat Marketplace di Indonesia**

Toko Online	Pengunjung bulanan	Rangking AppStore	Rangking PlayStore
<b>Shopee</b>	131,296,667	#1	#1
<b>Tokopedia</b>	158,346,667	#2	#5
<b>Lazada</b>	26,640,000	#3	#2
<b>Bibli</b>	19,736,667	#4	#3
<b>Bukalapak</b>	21,303,333	#5	#6
<b>Klik Indomaret</b>	2,846,667	#6	#8
<b>JD ID</b>	2,343,333	#7	#7
<b>Matahari</b>	1,108,550	#8	
<b>My Hartono</b>	130,490	#9	#11
<b>iStyle</b>	358,620	#10	

Sumber : iprice.co.id

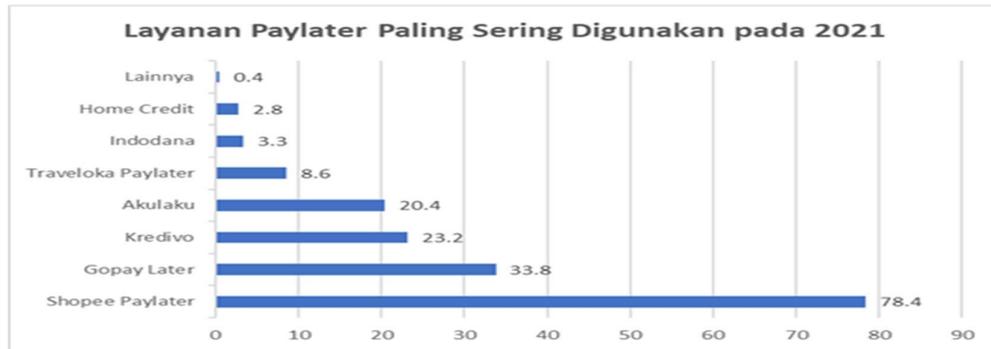
Berdasarkan data dari iprice, (2022) pada tabel 1.1 mengurutkan e-commerce yang ada di Indonesia berdasarkan rata-rata pengunjung aplikasi dengan hasil tahun 2021 bahwa marketplace Shopee berada pada peringkat pertama sebagai e-commerce dengan jumlah kunjungan terbanyak pada aplikasi mobile, sehingga banyak masyarakat yang mulai menggunakannya.



**Gambar 1. 2** Data penggunaan Paylater sebelum dan selama pandemi

Sumber: katadata.co.id

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh [2] melalui katadata.co.id, setelah adanya pandemi covid 19 pengguna fitur paylater mengalami peningkatan, dapat dilihat pada gambar 1.2 pengguna yang sebelumnya jarang menggunakan fitur paylater menjadi sering menggunakannya setelah adanya pandemi.



**Gambar 1. 1** Data layanan *Paylater* yang paling sering digunakan

Sumber: katadata.co.id

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh [3] pada katadata.co.id, dapat dilihat pada gambar 1.3 bahwa fitur paylater pada marketplace Shopee menempati posisi teratas sebagai layanan fitur paylater yang paling sering digunakan



**Gambar 1. 2** Penggunaan Shopee Paylater

Sumber: Research And Markets.com

Berdasarkan data Research and Markets, (2022) pada gambar 1.4 dapat diketahui bahwa pengguna fitur paylater pada marketplace shopee mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan hal tersebut, fitur paylater dapat memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Marketplace

Marketplace ialah salah satu platform e-commerce yang banyak digunakan oleh publik dalam berbelanja online. Perihal ini disebabkan karena berbelanja online melalui marketplace terdapat perantara yang juga menjamin aktivitas belanja online [4]

Menurut [5] beberapa faktor yang dapat mendukung sebuah marketplace, antara lain:

- a. Konsumen berasal dari seluruh dunia, yang surf melalui web.
- b. Barang serta jasa memiliki tipe fisik dan digital. Digital produk ini yaitu barang yang dirancang sebagai format digital dan dikirim melalui internet.
- c. Infrastruktur Network, hardware, aplikasi dan lainnya merupakan infrastruktur yang wajib disiapkan dalam menjalankan marketplace.
- d. Front-end penjual serta pembeli berhubungan pada marketplace melalui sebuah front-end.
- e. Backend aktivitas yang bekerjasama menggunakan pemesanan dan pemenuhan pemesanan, pembelian serta penjualan, akuntansi serta finansial, proses pembayaran.

### 2.2 E-Commerce

E-commerce merupakan penggunaan jaringan komputer yang dapat digunakan untuk melakukan bisnis seperti pembelian, penjualan, bertukar produk, jasa dan informasi. Menurut [4] e-commerce yaitu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat pada bentuk transaksi elektronik.

### 2.3 Shopee

Aplikasi belanja online yang terdapat di Indonesia sangat beragam salah satunya adalah aplikasi Shopee. Menurut [6] Shopee merupakan salah satu aplikasi marketplace online buat jual beli diponsel dengan gampang serta instan.

### 2.4 Kualitas Pelayanan

Menurut [7], kualitas pelayanan adalah kualitas jasa yang diberikan suatu bisnis kepada konsumen untuk memberikan layanan yang baik dan cepat respons terhadap keluhan atau pertanyaan mengenai produk yang akan dibeli. Karena itu perusahaan harus berusaha memberikan kepercayaan kepada konsumen tidak hanya sekedar melayani. tidak ada artinya produk yang memberikan kualitas bila tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan.

### 2.5 Fitur Paylater

Fitur paylater merupakan fitur yang tersedia didalam aplikasi Shopee dan menyediakan metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan dengan bunga yang kecil. Ada beberapa indikator mengenai fitur paylater menurut [8] sebagai berikut:

- a. Feedback pengguna terhadap penggunaan fitur Shopee Paylater
- b. Kelebihan dan Kekurangan Fitur Shopee paylater
- c. Menggunakan Shopee Paylater untuk transaksi pembayaran
- d. Menyarankan orang lain untuk menggunakan shopee paylater

### 2.6 Promosi

Promosi yaitu salah satu variabel yang dilakukan suatu bisnis dalam pemasaran barang atau layanan. Menurut [9] promosi merupakan sarana bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen. Selanjutnya, iklan dan diskon dari berbagai merek banyak ditemukan diberbagai pusat belanja.

### 2.7 Kemudahan Aplikasi

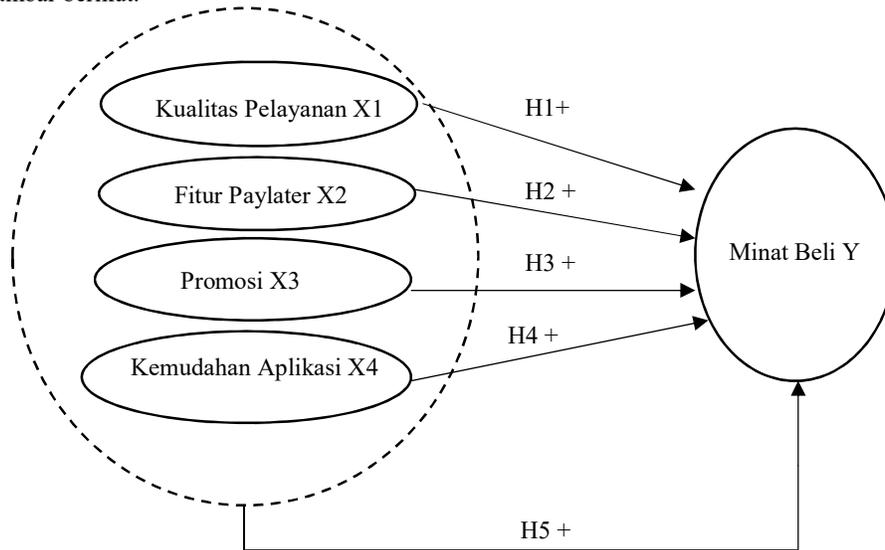
Kemudahan penggunaan aplikasi merupakan suatu tingkatan ataupun keadaan dimana seseorang percaya kalau menggunakan sistem tertentu, tidak diperlukan usaha, dengan kata lain dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna dan dapat membantu aktifitas orang baik waktu maupun tenaga [7]

### 2.8 Minat Beli Ulang

Minat pembelian ulang adalah ekspektasi reaksi pengguna ketika membeli kembali suatu produk, karena ada kepuasan bahwa pengguna menerima apa yang diinginkan dari suatu produk. Menurut [10] minat beli ulang adalah keinginan membeli berdasarkan pada pengalaman melakukan belanja sebelumnya.

### 2.9 Kerangka Pikir

Berdasarkan latar belakang, landasan teori serta penelitian terdahulu, maka dirumuskan kerangka pemikiran pada gambar berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif yaitu penelitian berdasarkan temuan yang diperoleh melalui prosedur statistik, dapat diteliti dari populasi dan sampel, mengumpulkan berbagai data, dan menganalisis berbagai data kuantitatif yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis dan untuk dapat memperoleh penjelasan dari masalah yang telah terselesaikan (Sugiyono 2015).

### 3.1 Populasi dan Sampel

Berdasarkan [11] Populasi adalah sekelompok yang tersusun atas obyek atau subyek yang memiliki mutu serta ciri khas tertentu yang ditentukan penulis dalam memahami serta selanjutnya dibuat simpulan. Adapun populasi dari penelitian ini ialah mahasiswa pengguna *marketplace* Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Menurut [11] Sampel merupakan bagian suatu populasi yang ditentukan dalam berkontribusi pada penelitian. Teknik dalam mengambil sampel yang dipergunakan yaitu menggunakan cara *purposive sampling*. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu [11]. Alasan penggunaan teknik *purposive sampling* adalah tidak seluruh sampel mempunyai syarat/kriteria berdasarkan peristiwa yang diamati. Pengambilan sampel pada penelitian ini mempunyai syarat/kriteria diantaranya:

- Mahasiswa aktif
- Memiliki aplikasi Shopee
- Menggunakan *fitur paylater*
- Berumur minimal 17 tahun
- Sudah pernah melakukan pembelian di aplikasi lebih dari satu kali

### 3.2 Sumber Data

Sumber data yang dipakai pada penelitian ini ialah data primer dari hasil pengumpulan menggunakan kuisioner yang disebar kepada pengguna *marketplace* Shopee pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut [11] dalam kuisioner ini peneliti memakai skala likert, mulai dari 1 hingga 5. Respon paling positif (sangat Setuju) diberi skor tertinggi, sedangkan respon paling negatif (sangat tidak setuju) diberi skor rendah satu. Menurut [11] Skala *Likert* dipakai guna pengukuran pendapat, sikap, serta perspektif individu ataupun sekelompok individu terhadap peristiwa sosial yang menjadi subjek penelitian.

**Tabel 3. 1 Skala Pengukuran *Likert***

No	Skala	Bobot Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

### 3.3 Teknik Analisis Data

#### 3.3.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan [11] Analisa deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan penggambaran umum banyaknya subyek yang akan dianalisa sesuai ciri khas yang berkaitan. Contohnya gender, umur, dsb. Adapun analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan data dalam tiap variabel yang dianalisa berupa banyaknya data ( $n$ ), nilai rata-rata ( $M_i$ ), nilai minimum ( $X_{min}$ ), standar deviasi ideal ( $S_{di}$ ), ataupun nilai maksimum ( $X_{max}$ ).

#### 3.3.3 Uji Validitas

Berdasarkan [12] validitas menunjukkan derajat ketetapan diantara data yang benar-benar dialami suatu obyek menggunakan data yang dapat diperoleh penulis. Pengujian validitas diambil berdasarkan data yang di dapat dari hasil kuisioner. Metode yang digunakan yakni korelasi produk momen (moment product correlation, pearson. Correlation).

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} + \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara X dan Y
- $N$  : Banyaknya subyek
- $\sum X$  : Banyaknya nilai X
- $\sum Y$  : Banyaknya nilai Y
- $\sum XY$  : Banyaknya hasil kali nilai X dan Y
- $\sum X^2$  : Banyaknya kuadrat nilai X
- $\sum Y^2$  : Banyaknya kuadrat nilai Y

Uji signifikan dilakukan sesudah mengetahui skor r-hitung selanjutnya dilakukan perbandingan terhadap skor r-tabel untuk memahami kevalidan poin pertanyaan. Bila skor r-hitung melebihi r-tabel, maka poin soal ataupun variabel tersebut dinyatakan valid. Sementara, bila skor r-hitung dibawah skor r-tabel, maka poin soal atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid. Pengujian validitas dalam penelitian ini bisa dijalankan

pada variabel kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi, kemudahan aplikasi, minat beli ulang dan kepuasan pengguna.

### 3.3.1 Uji Reliabilitas

Berdasarkan [12] reliabilitas/keandalan ialah peralataan dalam pengukuran sebuah angket sebagai parameter suatu variabel ataupun konstruk. Sebuah angket dinyatakan dapat dipercaya (reliabel) bila tanggapan individu pada pernyataan tersebut konsisten tiap waktunya. Pengujian reliabilitas dipakai untuk melakukan pengukuran konsistensi hasil ukur pada angket didalam pemakaian secara berulang-ulang. Dalam uji reliabilitas ini menggunakan persamaan *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_1^2} \right\}$$

Keterangan:

- $r_i$  : Koefisien reliabilitas *alfa cronbach*  
 $k$  : Banyaknya soal/pertanyaan yang diujikan  
 $\sum s_i^2$  : Banyaknya variasi nilai tiap unit  
 $s_1^2$  : Variasi total

## 3.4 Uji Asumsi Klasik

### 3.4.1 Uji Normalitas

Menurut [12] pengujian normalitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan pada suatu pemodelan regresi untuk menguji variabel bebas dan terikat dengan tujuan mengukur setiap variabel pada penelitian apakah sudah mengalami pendistribusian secara normal ataupun tidak. Bila sebuah variabel tidak menunjukkan distribusi secara normal akan mengakibatkan penurunan pada hasil uji statistic. Penelitian ini memakai pengujian *statistic nonparametric Kolmogorov-Smirnov* untuk melakukan pengujian normalitas data dengan syarat bila nilai signifikan > 0,05 maka data terdistribusi normal, namun bila taraf signifikan < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

### 3.4.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dijalankan bertujuan untuk mengetahui apakah suatu model regresi menemukan adanya hubungan antar variabel bebas [12]. Apabila terjadi multikolinearitas pada sebuah pemodelan regresi maka tidak bisa digunakan untuk diteliti lebih lanjut. Maka untuk mengetahui ada atau tidak nya multikolinearitas dalam pemodelan regresi bisa dilihat melalui skor VIF (*variance inflation factor*) dan nilai *tolerance*. Nilai VIF menguji seberapa besar suatu variabel independen yang bisa dipaparkan variabel independen lain. Sedangkan nilai *tolerance* mengukur besarnya varian dari suatu variabel bebas yang diteliti tidak yang tidak dapat dipaparkan variabel bebas lain. Bila skor VIF < 10 serta skor *tolerance* > 0,10 maka bisa disimpulkan bahwa tidak mengalami multikolinearitas dalam regresi.

### 3.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas merupakan pengujian yang menentukan ada atau tidaknya kesamaan varians terhadap residual dalam suatu model regresi [12]. Bila variasi residual antar observasi menunjukkan perbedaan, maka diartikan heteroskedastisitas. Salah satu metode yang dipakai untuk memahami keberadaan gejala heteroskedastisitas dalam pemodelan regresi linier berganda adalah melalui pengujian Glejser dan dapat dijalankan menggunakan cara-cara mengkorelasikan setiap variabel bebas terhadap skor absolut residual. Syarat yang harus dipenuhi agar dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas ialah taraf signifikansinya melebihi 0,05. Jika taraf signifikansi dibawah 0,05 maka dapat dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas.

## 3.5 Uji Hipotesis

### 3.5.1 Uji Secara Parsial (Uji t)

Untuk memperhatikan apakah variabel bebas (independent) berpengaruh pada variabel dependent dilakukan uji hipotesis dengan melakukan pengujian t. Menurut [12] menjelaskan bahwa pengujian t digunakan dalam memahami bagaimana pengaruh tiap-tiap variabel independent didalam menjelaskan varian variabel independent. Pada Uji t, nilai tingkat kepercayaan yang dipakai sebesar 95% dengan nilai taraf signifikan

sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ).  $T_{tabel}$  dapat dilihat melalui derajat bebas =  $n-1(k-1)$ . Cara melakukan pengujian Uji t yaitu dengan membandingkan  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$  atau dengan melihat nilai signifikan pada masing-masing  $T_{hitung}$ . Keputusan agar hipotesis diterima dalam perbandingan antara  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$  yaitu apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka hipotesis diterima, yaitu berarti ada signifikansi pengaruh dari suatu variabel independent pada variabel dependent. Sedangkan, bila dilihat dari nilai taraf signifikan pada masing-masing  $T_{hitung}$ , kriteria yang harus terpenuhi agar hipotesis diterima ialah taraf signifikansinya  $< 0,05$  artinya variabel bebas yang telah diuji memiliki signifikansi pengaruh pada variabel terikat. Sementara, apabila taraf signifikansinya  $> 0,05$  maka masing-masing variabel bebas tidak memiliki signifikansi pengaruh pada variabel terikat.

**3.5.2 Uji Secara Simultan (Uji F)**

Pengujian F dijalankan dengan tujuan untuk melakukan pengujian secara bersamaan atau simultan seluruh variabel bebas pada variabel terikat. Menurut [12] pengujian ini tujuannya untuk menunjukkan keberadaan pengaruh secara bersamaan dan signifikan dari variabel bebas pada variabel terikat. Untuk mengetahui pengujian F dapat dilakukan menggunakan perbandingan besarnya skor  $F_{hitung}$  yang didapatkan melalui besarnya nilai  $F_{tabel}$ . Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi tingkat kepercayaan  $< 0,05$ , maka variabel bebas secara bersamaan signifikansinya berpengaruh pada variabel terikat.

**3.5.3 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted  $R^2$ )**

Pengujian koefisien determinasi dijalankan dengan tujuan untuk memahami besar kecilnya keseluruhan variabel bebas secara bersamaan mampu menjelaskan varian variabel terikat [12]. Koefisien determinasi dinyatakan dalam presentase dengan nilai antara  $0 < R^2$ .

**3.6 Analisis Linear Berganda**

Berdasarkan [12] analisa regresi linier berganda ialah teknik analisis yang dipakai untuk mengetahui korelasi dan pengaruh variabel bebas yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat. Bila cuman menggunakan 1 variabel independent (X) pada sebuah pemodelan maka teknik ini diartikan regresi linear sederhana. Bila memakai 2 variabel independent ataupun lebih (X) dalam sebuah pemodelan dikatakan regresi linear berganda. Analisa regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui korelasi dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya melebihi 1 terhadap satu variabel dependen. Tujuan dari analisa regresi linier berganda yaitu untuk memperoleh koefisien regresi yang selanjutnya menetapkan keputusan hipotesis apakah diterima ataukah ditolak.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- $\gamma$  : Minat beli ulang
- $X_1$  ; Kualitas Pelayanan
- $X_2$  : *Fitur paylater*
- $X_3$  : Promosi
- $X_4$  : Kemudahan Aplikasi
- $b_1$  : Koefisien Pengaruh kualitas pelayanan
- $b_2$  : Koefisien Pengaruh fitur patylater
- $b_3$  : Koefisien Pengaruh promosi
- $b_4$  : Koefisien Pengaruh kemudahan aplikasi
- $\alpha$  : konstanta
- $e$  : standar error

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**5.1 Deskripsi Variabel Penelitian**

Berikut hasil pengujian statistik deskriptif menggunakan IBM SPSS *Statistic Version 26*.

**Tabel 4.1 Hasil Deskriptif Statistik Variabel**

Descriptive Statistics
<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fitur Paylater, Promosi Dan Kemudahan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee (Studi kasus: Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta).. (Inri Yani)</i>

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan X1	100	21	40	32.28	4.599
Fitur Paylater X2	100	7	35	28.67	5.405
Promosi X3	100	19	35	29.96	4.067
Kemudahan Aplikasi X4	100	15	35	30.37	4.343
Minat Beli Ulang Y	100	7	20	16.74	2.608
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Olah data peneliti aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengujian data kuisioner pada Tabel 4.1 Deskriptif Statistik, terdapat 100 responden pada penelitian ini. Variabel Kualitas Pelayanan tersusun atas 8 item pertanyaan serta memiliki jawaban skor minimal sejumlah 21 dan skor maksimal senilai 40 dimana jawaban nilai rata-ratanya sejumlah 32,28 serta nilai standar deviasinya senilai 4.599. Variabel Fitur paylater tersusun atas 7 item pertanyaan memiliki jawaban skor minimal senilai 7 serta skor maksimal senilai 35 dengan jawaban skor rata-ratanya senilai 28,67 serta skor standar deviasi sebesar 5.405. Variabel Promosi tersusun atas 7 item pertanyaan serta memiliki jawaban skor minimal senilai 19 dan skor maksimalnya senilai 35 dimana jawaban nilai rata-ratanya sejumlah 29,96 serta nilai standar deviasinya senilai 4.067. Variabel Kemudahan Aplikasi tersusun atas 7 item pertanyaan serta memiliki jawaban skor minimal senilai 15 dan skor maksimal senilai 35 dengan jawaban skor rata-ratanya senilai 30,37 serta nilai standar deviasinya senilai 4.343.

## 5.2 Pengujian Validitas dan Realibilitas

### 4.2.1 Uji Validitas

Pengujian validitas ini dijalankan dalam variabel kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi, kemudahan aplikasi dan minat beli ulang.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Hasil Uji Validitas		
		R hitung	R tabel	Keterangan
X1 Kualitas Pelayanan	KP1	0,654	0,1966	VALID
	KP2	0,565	0,1966	VALID
	KP3	0,693	0,1966	VALID
	KP4	0,654	0,1966	VALID
	KP5	0,708	0,1966	VALID
	KP6	0,682	0,1966	VALID
	KP7	0,733	0,1966	VALID
	KP8	0,572	0,1966	VALID
X2 Fitur Paylater	FP1	0,884	0,1966	VALID
	FP2	0,875	0,1966	VALID
	FP3	0,814	0,1966	VALID
	FP4	0,854	0,1966	VALID
	FP5	0,896	0,1966	VALID
	FP6	0,755	0,1966	VALID
	FP7	0,828	0,1966	VALID
X3 Promosi	P1	0,643	0,1966	VALID
	P2	0,845	0,1966	VALID
	P3	0,717	0,1966	VALID
	P4	0,707	0,1966	VALID
	P5	0,792	0,1966	VALID
	P6	0,791	0,1966	VALID
	P7	0,723	0,1966	VALID

X4 Kemudahan Aplikasi	KMP1	0,758	0,1966	<b>VALID</b>
	KMP2	0,681	0,1966	<b>VALID</b>
	KMP3	0,774	0,1966	<b>VALID</b>
	KMP4	0,805	0,1966	<b>VALID</b>
	KMP5	0,796	0,1966	<b>VALID</b>
	KMP6	0,772	0,1966	<b>VALID</b>
	KMP7	0,844	0,1966	<b>VALID</b>
Y Minat Beli Ulang	MBU1	0,828	0,1966	<b>VALID</b>
	MBU2	0,750	0,1966	<b>VALID</b>
	MBU3	0,793	0,1966	<b>VALID</b>
	MBU4	0,742	0,1966	<b>VALID</b>

Sumber: Olah data peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa masing-masing hasil pengujian validitas variabel independen dan yang terdiri dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), *Fitur paylater* (X2), Promosi (X3), dan Kemudahan Aplikasi (X4) serta variabel dependen yaitu Minat beli ulang (Y). Hasil dari semua uji validitas menunjukkan bahwa keseluruhan skor  $r$  hitung  $> r$  tabel (0,1966) dan seluruh nilai signifikan  $< 0,05$  dari beberapa item pertanyaan. Hal ini dapat dikatakan semua butir pertanyaan yang dipakai pada penelitian ini valid.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Ketika mengambil keputusan, bila skor Cronbach Alpha melebihi 0,6 maka respon atau jawaban subjek dalam setiap variabel tersebut reliabel [11]. Pengujian reliabilitas dijalankan pada variabel kualitas pelayanan, fitur paylater, promosi, kemudahan aplikasi, dan minat beli ulang.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	8 item pertanyaan	0,956	Reliabel
<i>Fitur paylater</i> (X2)	7 item pertanyaan	0,956	Reliabel
Promosi (X3)	7 item pertanyaan	0,956	Reliabel
Kemudahan Aplikasi (X4)	7 item pertanyaan	0,956	Reliabel
Minat Beli Ulang (Y)	4 item pertanyaan	0,956	Reliabel

Sumber: Olah data peneliti aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari variabel kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi, kemudahan aplikasi dan minat beli ulang menunjukkan bahwa keseluruhan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  atau 60%. Sehingga bisa dinyatakan bahwa keseluruhan tiap variabel dikatakan reliabel.

### 5.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Pengujian Normalitas dijalankan untuk tujuan mengukur setiap variabel pada penelitian apakah sudah mengalami pendistribusian secara normal atau tidak. Penelitian ini memakai pengujian *statistic nonparametric Kolmogorov-Smirnov* untuk melakukan pengujian normalitas data dengan syarat bila taraf signifikan  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal, namun bila taraf signifikan  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal. Berikut hasil pengujian normalitas yang telah diolah menggunakan IBM SPSS Statistic Version 26.

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fitur Paylater, Promosi Dan Kemudahan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee (Studi kasus: Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta).. (Inri Yani)*

Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.77538671
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.074
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Olah data peneliti aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil pengujian normalitas nilai signifikansinya  $0,145 > 0,05$ , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

#### 4.3.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas digunakan sebagai pengujian untuk memastikan apakah ditemukan keterkaitan diantara variabel bebas pada pemodelan regresi. Apabila terjadi multikolinieritas pada sebuah pemodelan regresi maka tidak bisa digunakan untuk diteliti lebih lanjut. Maka untuk mengetahui ada atau tidak nya multikolinieritas dapat dilihat melalui skor VIF (*variance inflation factor*) serta skor *tolerance*. Bila skor VIF  $< 10$  serta skor *tolerance*  $> 0,10$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak mengalami multikolinieritas dalam regresi. Berikut hasil uji multikolinieritas:

**Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.652	4.235		-.390	.697		
Kualitas Pelayanan	.081	.089	.095	.905	.368	.755	1.325
<i>Fitur paylater</i>	.093	.051	.181	1.821	.072	.847	1.181
Promosi	.128	.076	.173	1.676	.097	.779	1.283
Kemudahan Aplikasi	.279	.088	.307	3.160	.002	.881	1.135

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Olah data peneliti aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas nilai *tolerance* pada keseluruhan variabel kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi dan kemudahan aplikasi memiliki nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF (*variance inflation factor*) memiliki nilai pada keseluruhan variabel  $< 10$ . Sehingga dapat dibuat simpulan bahwa tidak terjadinya multikolinieritas.

#### 4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan ialah pengujian Glejser dapat dijalankan menggunakan cara mengkorelasikan setiap variabel bebas dengan nilai absolut residual. Syarat yang harus dipenuhi agar dapat dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas ialah taraf signifikansinya melebihi  $0,05$ . Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

**Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.705	2.782		.972	.333
Kualitas Pelayanan	-.016	.051	-.037	-.326	.745
<i>Fitur paylater</i>	-.081	.055	-.154	-1.476	.143
Promosi	.025	.044	.066	.574	.567
Kemudahan Aplikasi	.029	.050	.061	.581	.563

a. Dependent Variable: Abs RES

Sumber: Olah data peneliti aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4.6 yaitu hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan taraf signifikansi pada keseluruhan variabel  $> 0,05$ . Sehingga dapat dibuat simpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam keseluruhan variabel yang digunakan pada penelitian ini.

#### 5.4 Uji Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh variabel kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promo dan kemudahan aplikasi terhadap variabel minat beli ulang. Tujuan dari analisis regresi linier berganda untuk memperoleh koefisien regresi yang selanjutnya akan menentukan keputusan hipotesis diterima atau ditolak.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.389	2.487		2.569	.012
Kualitas Pelayanan	.153	.060	.264	2.537	.013
<i>Fitur paylater</i>	.102	.041	.223	2.516	.014
Promosi	-.133	.060	-.228	-2.214	.029
Kemudahan Aplikasi	.238	.048	.474	4.933	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Olah data peneliti aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.7 tersebut, maka diketahui persamaan penelitian hubungan variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut:

$$y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + e \dots \dots \dots (1)$$

$$y = 6,389 + 0,153x_1 + 0,102x_2 - 0,133x_3 + 0,238x_4 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada konstanta memiliki nilai sebesar 6,389 yang menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi dan kemudahan aplikasi dinyatakan konstanta, maka variabel minat beli ulang memiliki nilai 6,389.
2. Variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,153 maka kualitas pelayanan dalam mempengaruhi minat beli ulang sebesar 0,153.
3. Variabel *fitur paylater* memiliki koefisien sebesar 0,102 maka *fitur paylater* dalam mempengaruhi minat beli ulang sebesar 0,102.
4. Variabel promosi memiliki koefisien sebesar -0,133 maka promosi dalam mempengaruhi minat beli ulang sebesar -0,133.

---

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fitur Paylater, Promosi Dan Kemudahan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee (Studi kasus: Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta).. (Inri Yani)*

5. Variabel kemudahan aplikasi memiliki koefisien sebesar 0,238 maka kemudahan aplikasi mempengaruhi minat beli ulang sebesar 0,238.

## 5.5 Uji Hipotesis

### 4.5.1 Uji Secara Parsial (Uji t)

Berikut hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) yang telah diolah menggunakan IBM SPSS *Statistic Version* 26:

**Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.389	2.487		2.569	.012
Kualitas Pelayanan	.153	.060	.264	2.537	.013
<i>Fitur paylater</i>	.102	.041	.223	2.516	.014
Promosi	-.133	.060	-.228	-2.214	.029
Kemudahan Aplikasi	.238	.048	.474	4.933	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Olah data peneliti aplikasi SPSS, 2022

Pada tabel 4.8 telah diperoleh hasil uji t pengaruh variabel kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi dan kemudahan aplikasi sebagai berikut:

#### 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang ( $H_1$ )

Hasil pengujian pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,013 yang mana nilai signifikansi tersebut  $< 0,05$  dan nilai t hitung  $2,537 > 1,986$  t tabel. Berdasarkan pada hasil pengujian tersebut maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli ulang.

#### 2) *Fitur paylater* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang ( $H_2$ )

Hasil pengujian pada variabel *fitur paylater* menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,014 yang mana nilai signifikansi tersebut  $< 0,05$  dan nilai t hitung  $2,516 > 1,986$  t tabel. Berdasarkan pada hasil pengujian tersebut maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *fitur paylater* berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel minat beli ulang.

#### 3) Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang ( $H_3$ )

Hasil pengujian pada variabel promosi menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,029 yang mana nilai signifikansi tersebut  $< 0,05$  dan nilai t hitung  $-2,214 > 1,986$  t tabel. Berdasarkan pada hasil pengujian tersebut maka  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh negatif secara parsial terhadap variabel minat beli ulang.

#### 4) Kemudahan Aplikasi berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang ( $H_4$ )

Hasil pengujian pada variabel kemudahan aplikasi menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilai signifikansi tersebut  $< 0,05$  dan nilai t hitung  $4,933 > 1,986$  t tabel. Berdasarkan pada hasil pengujian tersebut maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan aplikasi berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel minat beli ulang.

### 4.5.2 Uji Secara Simultan (F)

Berikut hasil uji hipotesis secara simultan (uji f) yang telah diolah menggunakan IBM SPSS *Statistic Version* 26:

**Tabel 4.9 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	190.845	4	47.711	9.998	.000 <sup>b</sup>
	Residual	453.345	95	4.772		
	Total	644.190	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang  
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Aplikasi, *Fitur paylater*, Promo, Kualitas Pelayanan

Sumber: Olah data peneliti aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari pengujian hipotesis secara simultan (bersama-sama) sebesar 0,000 yang mana nilai signifikan  $< 0,05$  dan nilai  $f$  hitung  $9,998 > 2,31$   $f$  tabel. Berdasarkan pada hasil pengujian tersebut maka  $H_0$  ditolak dan  $H_5$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi dan kemudahan aplikasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap variabel minat beli ulang.

#### 4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted $R^2$ )

Berikut hasil uji koefisien determinasi yang telah diolah menggunakan IBM SPSS *Statistic Version 26*:

**Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 <sup>a</sup>	.296	.267	2.18450

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Aplikasi, *Fitur paylater*, Promo, Kualitas Pelayanan

Sumber: Olah data peneliti aplikasi SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi dan kemudahan aplikasi terhadap minat beli ulang memiliki nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,296. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi dan kemudahan aplikasi memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel minat beli ulang sebesar 29,6% dan sisanya sebesar 70,4% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa terhadap minat beli ulang. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan total responden yang diperoleh sebanyak 100 responden. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), *fitur paylater* (X2), promosi (X3) dan kemudahan aplikasi (X4) dan variabel dependen adalah minat beli ulang (Y). Data yang diperoleh dianalisis dengan analisis regresi linier berganda dengan kesimpulan sebagai berikut:

- Hipotesis pertama ( $H_1$ ) dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

- b. Hipotesis kedua ( $H_2$ ) dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *fitur paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
- c. Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) dalam penelitian ini ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
- d. Hipotesis keempat ( $H_4$ ) dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
- e. Hipotesis kelima ( $H_5$ ) dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, *fitur paylater*, promosi dan kemudahan aplikasi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

## 5.2 Saran

- a. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menambah variabel independen lain yang merupakan faktor yang mempengaruhi minat beli ulang, seperti persepsi harga dan kualitas produk. Hal ini bertujuan untuk menambah teori dan referensi penelitian selanjutnya.
- b. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang sama tetapi pada perusahaan yang berbeda, sehingga dapat memperoleh hasil yang berbeda, atau menggunakan variabel yang berbeda tetapi perusahaan yang sama.
- c. Bagi perusahaan, berdasarkan penelitian ini, promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Pengaruh negatif pada promosi disebabkan oleh harga promo, potongan ongkos kirim dan *cashback*. Oleh karena itu, Shopee dapat mengurangi biaya yang digunakan dalam melakukan promosi tersebut dan lebih baik digunakan untuk peningkatan *fitur paylater* dan kualitas pelayanan. Dengan adanya peningkatan pada *fitur paylater* dan kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan minat beli ulang pengguna

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Pahlevi, "Waktu Orang Indonesia Mengakses Aplikasi Belanja Online Meningkat Drastis Di 2021.tle," *Databoks.Katadata.*, 2022. .
- [2] D. J. Bayu," *Konsumen Makin Sering Gunakan Paylater Saat Pandemi.*, 2021. Katadata.Co.Id.
- [3] C. M. Annur, "No Title," *Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan Pada 2021*, 2022. Databoks.Katadata.Co.Id.
- [4] R. Setiawan, *Antara E-Commerce, M-Bisnis & E-Bisnis Dalam Bisnis Online*, 2019. .
- [5] D. A. Y. S. Apriadia, Deni, "No Title," *J. Resti (Rekayasa Sist. Dan Teknol. Informasi)*, vol. 1(2), pp. 131–136, 2017.
- [6] Yulianti, "Minat Beli Pengguna E-Commerce Pada Mahasiswa Kota Palembang (Studi Pada Toko Online Shopee)," 2020.
- [7] D. I. A. Puspitasari, Riana, *Easy Effect Of Application Usage, Service Quality And Promotion On Re-Buying Interest (Case Study On Grab Application Customers At Pt Sido Muncul Kebon Jeruk)*. 2020, pp. 1–14.
- [8] D. I. C. Rahima, Phyta, "Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram," *Target J. Manaj. Bisnis*, vol. 4(1), pp. 39–50, 2022.
- [9] L. A. dan N. R. F. Adika, "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna, Promosi, Religiusitas Terhadapkepuasan Pengguna Dan Keputusan Penggunashopeepaylater Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara.," Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2021.
- [10] U. Justika, "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kec. Kramat Jati).," STIE Indonesia Jakarta, 2021.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. 2015.
- [12] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Ibm Spss*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- [13] Kurniawan, D., & Nikhlis, N. (2020). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN WEBSITE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-COMMERCE BUKALAPAK. *Elkom: Jurnal Elektronika dan Komputer*, 13(2), 158-168.