

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap Minat Pengguna Ulang Bukalapak di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana tanggapan pengguna Bukalapak terhadap *E-Service Quality* di Bukalapak, bagaimana Minat pengguna ulang di Bukalapak, besarnya pengaruh *E-Service Quality* Bukalapak terhadap Minat pengguna ulang Bukalapak Provinsi Jawa Barat.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 400 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) didapat bahwa variabel *E-Service Quality* Bukalapak berpengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Beli Ulang Pengguna aplikasi Bukalapak di Provinsi Jawa Barat. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa Variabel *E-Service Quality* (X) memiliki nilai $t_{hitung} (19,225) > t_{tabel} (1,962)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa pengaruh variabel *E-Service Quality* (X) terhadap Minat Beli Ulang (Y) adalah sebesar 48,1%.

Kesimpulan dari penelitian ini, pengaruh *E-Service Quality* Bukalapak masuk kedalam kategori Cukup Baik, dan mendapatkan pengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Pengguna Ulang Bukalapak di Provinsi Jawa Barat

Kata Kunci: *E-Service Quality, Minat Pengguna Ulang, Minat Beli Ulang*