

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KREATIVITAS IKLAN DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG DI SITUS BELANJA ONLINE BUKALAPAK.COM**

**Oleh :**

**Akhmad Aldo**

**1812119004p**

Pertumbuhan jumlah pengguna internet akan memicu fenomena baru pada industri perdagangan online atau *online shop*. Munculnya *online shop* skala kecil sampai *online shop* skala besar. *Online shop* merupakan toko yang menjual produk ataupun jasa melalui online atau internet. *Online shopping* adalah konsumen yang membeli produk atau jasa melalui internet. Kegiatan belanja *online* ini merupakan bentuk transaksi baru yang praktis tidak memerlukan komunikasi dan tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan dimana saja dengan adanya teknologi internet, dengan fenomena tersebut munculah banyak *e-commerce* (*C2C*) yang memberikan wadah bagi para online shop seperti halnya Bukalapak. Baru-baru ini ada sebuah topik popular dalam industri *e-commerce* yaitu *e-service quality* yang mana berfokus kepada pelayanan *electronic* dari sebuah *e-commerce* itu sendiri, serta industri *e-commerce* juga berlomba-lomba menayangkan iklan dengan berkolaborasi dengan tokoh-tokoh terkenal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh Kreativitas Iklan dan *E-service Quality* terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Belanja *Online* Bukalapak.com. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif Kasualitas dengan menggunakan metode penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *e-commerce* Bukalapak di Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Kreativitas iklan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada situs belanja *online* Bukalapak.com, sedangkan *E-service quality* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pada situs belanja *online* Bukalapak.com. kemudian Kreativitas Iklan dan *E-service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada situs belanja *online* Bukalapak.com.

**Kata Kunci : Kreativitas Iklan, *E-service Quality* dan Minat Beli Ulang**

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF ADVERTISING CREATIVITY AND E-SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTERESTS IN BUKALAPAK.COM ONLINE SHOPPING SITE**

**By:**  
**Akhmad Aldo**  
**1812119004P**

The growth in the number of internet users will trigger a new phenomenon in the online trading industry or online shop, indicated by the emergence of small scale online shops to large scale online shops. Online shop is a shop that sells products or services via online or the internet. In online shopping consumers buy products or services via the internet. This online shopping activity is a new form of transaction that practically does not require direct communication and face-to-face interaction, but can be done anywhere with the presence of internet technology. With this phenomenon there arises a lot of *e-commerce* (C2C) which provides a place for online shops like Bukalapak. Recently there is a popular topic in the e-commerce industry, e-service quality which focuses on the electronic services of an e-commerce itself, and the e-commerce industry is also competing to display advertisements by collaborating with famous personalities. . The purpose of this study was to examine whether there was an effect of ad creativity and e-service quality on the repurchase interest in Bukalapak.com Online Shopping Site. The type of this study was the quantitative study with the associative research method. The population in this study was Bukalapak e-commerce users in Indonesia. The sampling technique used the *purposive sampling* technique and the method of data analysis used the multiple linear regression. The hypothesis testing used the t test and f test. The results of this study showed that the advertising creativity had no effect on the repurchase interest in Bukalapak.com online shopping site, while e-service quality had a positive effect on the interest on Bukalapak.com online shopping site. Then the ad creativity and e-service quality had a positive and significant effect on the repurchase interest in Bukalapak.com online shopping site.

**Keywords:** Ad Creativity, *E-service Quality* and Repurchase Interest

