

Tabel 4.2
Data responden berdasarkan usia

No	Usia	N	%
1	<20 Tahun	24	24%
2	20-30 Tahun	73	73%
3	>30 Tahun	3	3%
Jumlah		100	

Berdasarkan tabel 4.2, dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang pernah melakukan belanja *online* fashion muslim melalui *e-commerce* didominasi oleh responden dengan kelompok usia 20-30 tahun dengan jumlah persentase sebesar 70%.

3. Pekerjaan

Pengelompokan responden berdasarkan kategori pekerjaan dibedakan menjadi lima bagian, yaitu pelajar/mahasiswa, wiraswasta, karyawan swasta, PNS, dan lainnya.

Tabel 4.3
Data responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	N	%
1	Pelajar/mahasiswa	74	74%
2	Wiraswasta	14	14%
3	Karyawan swasta	6	6%
4	PNS	0	0
5	Lainnya	6	6%
Jumlah		100	

Berdasarkan tabel 4.3, dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang pernah melakukan belanja *online* fashion muslim melalui *e-commerce* didominasi oleh responden yang kesehariannya berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah persentase sebesar 74%.

4. Penghasilan (Uang Saku)

Pengelompokan responden berdasarkan kategori penghasilan atau uang saku tiap bulan dibedakan menjadi lima bagian, yaitu < Rp 1000.000,00, Rp 1000.000,00 – Rp 2000.000,00, Rp 2000.000,00 – Rp 3000.000,00, dan >Rp 3000.000,00.

Tabel 4.4
Data responden berdasarkan Penghasilan (uang saku)

No	Penghasilan (uang saku)	N	%
1	< Rp 1000.000,00	45	45%
2	Rp 1000.000,00 – Rp 2000.000,00	25	25%
3	Rp 2000.000,00 – Rp 3000.000,00	21	21%
4	>Rp 3000.000,00	9	9%
Jumlah		100	

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang pernah melakukan belanja *online* fashion muslim melalui *e-commerce* didominasi oleh responden yang penghasilan atau uang saku tiap bulannya sebesar <Rp 1000.000,00 dengan jumlah persentase sebesar 45%.

5. Akses Internet

Pengelompokan responden berdasarkan kategori akses internet berapa jam tiap harinya dibedakan menjadi empat bagian, 1-2 jam, 2-5 jam, 5-10 jam, dan >10 jam.

Tabel 4.5
Data responden berdasarkan akses internet

No	Akses Internet perhari	N	%
1	1 – 2 Jam	9	9%
2	2 – 5 Jam	37	37%
3	5 – 10 Jam	35	35%
4	>10 Jam	19	19%
Jumlah		100	

Berdasarkan tabel 4.5, dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang pernah melakukan belanja *online* fashion muslim melalui *e-commerce* didominasi oleh responden yang tiap harinya mengakses internet 2-5 jam dengan jumlah persentase sebesar 37%.

6. Pencarian informasi produk

Pada tabel berikut terdapat pengelompokan responden berdasarkan sering tidaknya responden mencari informasi produk di situs *e-commerce*.

Tabel 4.6
Data responden berdasarkan pencarian informasi

No	Sering mencari informasi produk	N	%
1	Ya	93	93%
2	Tidak	7	7%
Jumlah		100	

Berdasarkan tabel 4.6 responden sering melakukan pencarian terkait produk yang dibutuhkan ataupun yang diinginkan di situs *e-commerce*.

7. Transaksi e-commerce

Pada tabel berikut terdapat pengelompokan responden berdasarkan sering tidaknya responden melakukan transaksi di situs *e-commerce*.

Tabel 4.7
Data responden berdasarkan kegiatan transaksi

No	Sering melakukan transaksi	N	%
1	Ya	47	47%
2	Tidak	43	43%
Jumlah		100	

Berdasarkan tabel 4.7 responden sering melakukan transaksi untuk produk yang dibutuhkan ataupun yang diinginkan di situs *e-commerce*.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui validitas butir-butir pertanyaan dari hasil kuesioner. Pengujian ini akan dilakukan dengan teknik *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r hitung $>$ r tabel berarti (butir soal) valid dan sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel berarti (butir soal) tidak valid. Uji ini pada SPSS 19 dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang merupakan nilai r hitung untuk masing-masing pertanyaan. Apabila r hitung berada di atas r tabel

kenormalan data sangat penting, karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas Metode One Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.48084894
Most Extreme	Absolute	.066
Differences	Positive	.048
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.658
Asymp. Sig. (2-tailed)		.779

Dari hasil uji normalitas di atas dapat diketahui dengan menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov test sudah menunjukkan distribusi normal pada model yang digunakan dengan nilai signifikan (Asym. Sig 2-tailed) sebesar 0,779. Karena signifikansi lebih dari 0,05, maka residual bertistribusi normal.

2) Uji Multikolonieritas

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>E-Loyalty</i> (X1)	0.675	1.482	Non Multikolonieritas
<i>Islamic Perceived of Risk</i> (X2)	0.675	1.482	Non Multikolonieritas

Hasil uji multikolonieritas pada tabel 4.9 terlihat bahwa tidak terjadi masalah multikolonieritas pada masing-masing variabel bebas dimana nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolonieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Signifikan	Keterangan
1	<i>E-Loyalty</i>	1.00	Non Heteroskedastisitas
2	<i>Islamic Perceived of Risk (X2)</i>	1.00	Non Heteroskedastisitas

Berdasarkan output di atas dapat diketahui bahwa Korelasi *E-Loyalty* dengan Unstandardized Residual nilai signifikansi sebesar 1.00, korelasi *Islamic Perceived of Risk* dengan Unstandardized Residual nilai signifikansi sebesar 1.00. Karena signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas.

Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda antara *E-Loyalty* (X1), dan *Islamic Perceived of Risk* (X2), terhadap keputusan *repurchase* (Y),

dengan dibantu program spss dalam proses perhitungannya diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = -1.260 + 0.184 X_1 + 0.253 X_2$$

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar -1.260, Artinya jika *E-Loyalty* (X_1), dan *Islamic Perceived of Risk* (X_2) nilainya 0, maka keputusan *repurchase* (Y) nilainya sebesar -1.260.
- 2) b_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0.184, artinya jika *E-Loyalty* (X_1) mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan *repurchase* (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.184 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.
- 3) b_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,253, artinya jika *Islamic Perceived of Risk* (X_2) mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan *repurchase* (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.253 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

4. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan nilai R^2 , nilai R^2 seperti dalam tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.660 ^a	.436	.424	1.49604
---	-------------------	------	------	---------

Dari analisis pada tabel 4.11 diperoleh hasil R² (koefisien determinasi) sebesar 0,424 atau (42,4%) yang memiliki arti bahwa pengaruh *E-Loyalty* (X1), dan *Islamic Perceived of Risk* (X2) terhadap keputusan *repurchase* (Y) adalah sebesar 42.4% dan sisanya 57.6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.812	2	83.906	37.489	.000 ^a
	Residual	217.098	97	2.238		
	Total	384.910	99			

a. Predictors: (Constant), *E-Loyalty* (X1), *Islamic Perceived of Risk* (X2)

b. Dependent Variable: keputusan *repurchase* (Y)

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas dapat diketahui bahwa Fhitung menunjukkan nilai sebesar 37.489 dengan hasil signifikannya sebesar 0,000,

sedangkan *degree of freedom* 2 ($n-k-1$, $100-2-1=97$) pada angka 2 dan 96 dalam tabel F diperoleh sebesar 3.09, sehingga nilai F hitung sebesar 37.489 lebih besar dari nilai F tabel = 3.09.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Loyalty* (X1), *Islamic Perceived of Risk* (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel keputusan *repurchase* (Y). Maka hipotesis menyatakan adanya pengaruh variabel *E-Loyalty* dan *Islamic Perceived of Risk* secara simultan terhadap keputusan *repurchase* pelanggan *e-commerce* fashion muslim.

b. Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap dependen. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji dapat dilihat tabel di bawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.260	1.437		-0.877	.383
x1	.184	.074	.230	2.474	.015
x2	.253	.047	.502	5.404	.000

a. Dependent Variable: Keputusan *repurchase*

Dari hasil pengujian t pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu:

- 1) Variabel *E-Loyalty* (X1) adalah nilai t hitung sebesar 2.474 nilai t tabel sebesar 1.983. Karena nilai signifikansi lebih kecil 0,015 dari 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima yakni terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel *E-Loyalty* (X1) terhadap keputusan *repurchase* pelanggan *e-commerce* fashion muslim.
- 2) *Islamic Perceived of Risk* (X2) adalah nilai thitung sebesar 5.404 t tabel sebesar 1.983. Karena nilai signifikansi lebih kecil 0,000 dari 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima yakni terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari *Islamic Perceived of Risk* (X2) keputusan *repurchase* pelanggan *e-commerce* fashion muslim.