

## **Gambaran dan Faktor yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Berulang**

### **Suplemen melalui Internet oleh Mahasiswa**

#### **INTISARI**

Pengguna internet di Indonesia telah mencapai 73,7% dari total penduduk Indonesia. Perkembangan internet juga dapat menyebabkan transaksi jual-beli semakin mudah dan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran pembelian suplemen melalui internet serta hubungan sosiodemografi informasi produk dengan intensi pembelian berulang suplemen oleh mahasiswa melalui internet.

Penelitian dilakukan menggunakan metode *cross sectional* dan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa di seluruh Indonesia dan dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis statistik *chi-square* dengan taraf kepercayaan 95% ( $p < 0,05$ ) dilakukan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik sosiodemografi dan informasi produk terhadap intensi pembelian berulang.

Hasil penelitian dari 277 responden menunjukkan bahwa 89,43% responden memiliki intensi pembelian berulang tinggi. Mayoritas responden melakukan pembelian suplemen, khususnya multivitamin, untuk membantu pencegahan COVID-19. Karakteristik sosiodemografi seperti domisili di pulau Jawa, status kesehatan yang sehat dan domisili institusi di pulau Jawa memiliki hubungan dengan intensi pembelian berulang suplemen melalui internet. Disisi lain, informasi produk yang baik dan keyakinan yang tinggi oleh pembeli juga mempengaruhi intensi pembelian berulang suplemen melalui internet oleh responden. Meskipun demikian, masih perlu adanya pengawasan mengenai informasi produk pada situs penjualan sehingga hak informasi produk pembeli dapat terpenuhi.

**Kata kunci: suplemen, informasi produk, intensi pembelian berulang.**

***Summary and Factors Influencing Students' Repurchase Intentions of  
Supplements via the Internet***

***ABSTARCT***

*Internet users in Indonesia have reached 73.7% of the total population of Indonesia. Internet development can also make buying and selling transactions easier and faster. This study aims to determine the description of purchasing supplements through the internet as well as the sociodemographic influence of product information with the repurchases intention of supplements by students via the internet.*

*The study was conducted using a cross sectional method and data collection was carried out by online questionnaires. Respondents in this study were Indonesian students and were selected using a convenience sampling method. The analysis of this study was descriptive and chi-square statistical with a 95% confidence level ( $p < 0.05$ ) was carried out to determine the relationship between sociodemographic characteristics and product information on repurchase intentions.*

*The results of 277 respondents showed that 89.43% of respondents had high repurchase intentions. Most of respondents buy supplements, especially multivitamins, to prevent COVID-19. Sociodemographic characteristics such as domicile in Java, healthy health status and institutional domicile in Java have a relationship with the intention to purchase supplements over the internet. Besides, good product information and high confidence by buyers also affect the respondents' repurchase intention of supplements via the internet. Nevertheless, there is still a need for inspection regarding product information that is sold on the site so that product information rights of buyers can be fulfilled.*

***Keywords: supplements, product information, repurchase intentions.***