

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik vendor (yang terdiri dari keunggulan harga, diferensiasi produk, dan interaksi sosial), kepercayaan, dan persepsi penggunaan *platform* (yang terdiri dari kemudahan penggunaan, kondisi fasilitasi, dan kebiasaan) pada niat membeli kembali produk fesyen di Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah strategi riset kuantitatif dengan metode survei dan menggunakan sampel sebesar 200 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan tipe *purposive*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang didistribusikan secara daring. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa keunggulan harga, kepercayaan terhadap vendor, kemudahan penggunaan, dan kondisi fasilitasi terbukti berpengaruh positif signifikan pada niat membeli kembali produk fesyen di Instagram. Selain itu, terdapat beberapa variabel yang terbukti tidak berpengaruh terhadap niat membeli kembali yaitu diferensiasi produk, interaksi sosial, dan kebiasaan. Variabel kondisi fasilitasi merupakan variabel yang paling berpengaruh pada niat membeli kembali produk fesyen di Instagram.

**Kata Kunci:** Karakteristik Vendor, Keunggulan Harga, Diferensiasi Produk, Interaksi Sosial, Kepercayaan, Persepsi Penggunaan *Platform*, Kemudahan Penggunaan, Kondisi Fasilitasi, Kebiasaan, Niat Membeli Kembali

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of vendor characteristics (which consists of price advantage, product differentiation, and social interaction), trust, and perceived platform usage (which consists of ease of use, facilitating conditions, and habits) toward repurchase intention. Research method used in this study is a quantitative research strategy with a survey method and used data of 200 respondents. Sampling method used in this research is Non-Probability Sampling with purposive sampling type. The data were collected using questionnaire method distributed online. Data analysis method being used is a multiple regression analysis.*

*The results of this study showed that price advantage, trust, ease of use, and facilitating conditions proved to have a significant positive effect on intention to repurchase fashion products at Instagram. In addition, there are several variables that have proven to have no effect on repurchasing intentions, namely product differentiation, social interaction, and habits. The facilitating condition variable is the variable that most influences the intention to repurchase fashion products on Instagram.*

*Keywords: Vendor Characteristics, Price Advantage, Product Differentiation, Social Interaction, Trust, Perceived Platform Usage, Ease of Use, Facilitating Conditions, Habit, Repurchase Intentions.*