

ABSTRAK

FIRMANSYAH PRAYOGA PRATAMA. NIM 3402210340. Pengaruh *Influencer* dan *Discount* terhadap *Repurchase* pada Konsumen Pakaian 3Second Tasikmalaya. Dibimbing oleh Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M dan Ibu Dr. Andini Grace Tinia, S.E., M.M.

Penelitian ini di latar belakang oleh fenomena bahwa meskipun 3Second Tasikmalaya telah menggunakan strategi pemasaran melalui *influencer* dan pemberian *discount*, namun tingkat pembelian ulang (*repurchase*) konsumen masih belum optimal. Hal ini terlihat dari masih rendahnya kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk serta kurangnya dorongan untuk bercerita tentang pengalaman positif mereka. Tujuan dalam penelitian ini adalah 1.) pengaruh *influencer* terhadap *repurchase*, 2.) pengaruh *discount* terhadap *repurchase*, 3.) serta pengaruh *influencer* dan *discount* terhadap *repurchase*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *influencer* dan *discount* baik secara parsial maupun simultan terhadap *repurchase* pada konsumen pakaian 3Second Tasikmalaya. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah konsumen 3Second Tasikmalaya yang pernah membeli produk lebih dari satu kali, dengan sampel sebanyak 106 responden yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t, uji F, serta regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1.) *influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase* pada konsumen pakaian 3Second Tasikmalaya, 2.) *discount* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase* pada konsumen pakaian 3Second Tasikmalaya, 3.) *influencer* dan *discount* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase* pada konsumen pakaian 3Second Tasikmalaya

Kata Kunci: *Influencer, Discount, Repurchase, Pakaian Fashion*