

## ABSTRAK

*Fashion* merupakan salah satu hal yang mendapat banyak perhatian di kalangan masyarakat. Pesatnya perkembangan di industri ini terbukti melalui industri fashion telah menjadi penyumbang PDB terbesar pada Ekonomi Kreatif terbesar kedua dengan persentase 18,15%. Pada tahun 2018 fashion juga masih menempati urutan ke-2 dengan persentase 17,77%. Salah satu tolak ukur keberhasilan suatu bisnis adalah meningkatnya pendapatan dan keuntungan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan dan keuntungan perusahaan adalah *E-Service Quality* dan *Product Differentiation*. Perusahaan yang memiliki *E-Service Quality* dan *Product Differentiation* yang baik akan meningkatkan *Repurchase Intention* konsumen di suatu perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *Product Differentiation* terhadap *Repurchase Intention* pada Sepatu Compass. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode analisis deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan populasi seluruh individu yang pernah melakukan pembelian pada Sepatu Compass baik melalui instagram, tokopedia maupun website. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel *E-Service Quality* memiliki persentase sebesar 69,4% dengan kategori baik, variabel *Product Differentiation* memiliki persentase sebesar 82,5% dengan kategori baik dan variabel *Repurchase Intention* memiliki persentase sebesar 79,6% dengan kategori baik. Kesimpulan penelitian ini adalah *E-Service Quality* dan *Product Differentiation* berpengaruh terhadap *Repurchase Intention* pada Sepatu Compass dengan persentase sebesar 84,5% dan sisanya 15,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut dapat diartikan dengan semakin baik *E-Service Quality* dan *Product Differentiation* yang dimiliki oleh Sepatu Compass maka akan semakin baik juga *Repurchase Intention* konsumen pada Sepatu Compass.

**Kata Kunci:** *E-Service Quality*, *Product Differentiation* dan *Repurchase Intention*