

## **O CONSUMO ONLINE DE PRODUTOS DE LUXO DE SEGUNDA MÃO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA COM META-ANÁLISE**

*The Online Consumption of Second-Hand Luxury Products: A Systematic Literature Review with Meta-Analysis*

**JULIANA RIBEIRO GARCIA DONZELLI**  
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**LEONARDO VILS**  
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

### **Comunicação:**

O XII SINGEP foi realizado em conjunto com a 12th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com o Casablanca Climate Leadership Forum (CCLF 2024), em formato híbrido, com sede presencial na ESCA Ecole de Management, no Marrocos.

### **Agradecimento à órgão de fomento:**

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## **O CONSUMO ONLINE DE PRODUTOS DE LUXO DE SEGUNDA MÃO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA COM META-ANÁLISE**

### **Objetivo do estudo**

Este trabalho objetivou realizar uma revisão sistemática da literatura com meta-análise dos estudos que abordam a temática dos fatores que motivam a intenção de compra online de produtos de luxo de segunda mão, buscando compilar os resultados de trabalhos sobre o tema.

### **Relevância/originalidade**

A intenção de compra é frequentemente usada para prever comportamentos futuros de compra e tomar decisões estratégicas de marketing. Assim, é fundamental explorar os principais antecedentes das intenções de compra desses produtos de luxo de segunda mão.

### **Metodologia/abordagem**

Para conduzir e descrever as revisões da literatura foi usado o protocolo PRISMA.

### **Principais resultados**

Foi observado pelo gráficos de forest-plot que não há heterogeneidade entre os estudos selecionados. Como não há variação, a comparação de resultados entre os artigos para mensurar os fatores pode ser feita.

### **Contribuições teóricas/metodológicas**

Espera-se que esse estudo possa contribuir cientificamente.

### **Contribuições sociais/para a gestão**

Para o conhecimento de aplicações de marketing.

**Palavras-chave:** intenção de compra, consumo online, luxo de segunda mão, meta-análise

*The Online Consumption of Second-Hand Luxury Products: A Systematic Literature Review with Meta-Analysis*

**Study purpose**

This work aimed to conduct a systematic literature review with meta-analysis of studies addressing the theme of factors motivating the intention to purchase second-hand luxury products online, seeking to compile the results of research on the topic.

**Relevance / originality**

Purchase intention is often used to predict future buying behaviors and make strategic marketing decisions. Thus, it is essential to explore the main antecedents of purchase intentions for these second-hand luxury products.

**Methodology / approach**

The PRISMA protocol was used to conduct and describe the literature reviews.

**Main results**

It was observed from the forest plot graphs that there is no heterogeneity among the selected studies. Since there is no variation, the comparison of results between the articles to measure the factors can be made

**Theoretical / methodological contributions**

It is expected that this study can contribute scientifically.

**Social / management contributions**

For the knowledge of marketing applications.

**Keywords:** purchase intention, online consumption, second-hand luxury, meta-analysis