

ABSTRAK

Persaingan bidang usaha yang terjadi di era globalisasi adalah salah satu alasan utama terciptanya ragam produk dan ragam fasilitas dan pelayanan yang disuguhkan para pengusaha bisnis kepada konsumen. Dalam melakukan persaingan itu, sebuah perusahaan ataupun seorang pemasar harus memiliki keunggulan bersaing untuk dapat terus bertahan pada produk yang mereka tawarkan pada konsumen. Salah satu hal utama yang harus dilakukan untuk meraih keunggulan bersaing tersebut adalah dengan *focus* terhadap konsumen. Persaingan bisnis yang terjadi membuat para pebisnis termotivasi membuat strategi-strategi untuk membuat para konsumen puas terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan, karena perilaku konsumen dapat berubah sewaktu-waktu karena beberapa alasan tertentu. Perkembangan bisnis Toko Busana tidak terlepas dari pertumbuhan penduduk, kemampuan, daya beli, serta gaya hidup masyarakat yang berubah seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi yang pesat. Hal ini juga kemudian memberikan dampak bagi masyarakat untuk memilih dan menilai toko mana yang akan dijadikan pilihan untuk berbelanja dalam mencukupi kebutuhannya. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisa pengaruh *experience marketing*, dan kepercayaan konsumen terhadap niat beli ulang pada Toko Abadi Busana Silo Kabupaten Jember. Jenis penelitian ini penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Bakso Sopyonyono Banyuwangi. Sampel yang digunakan sebanyak 70 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa *experience marketing*, dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang pada Toko Abadi Busana Silo Kabupaten Jember.

Kata kunci: *Experience Marketing*, Kepercayaan Konsumen, Niat Beli Ulang.

ABSTRACT

Competition in the business sector that occurs in the era of globalization is one of the main reasons for creating a variety of products and a variety of facilities and services offered by business entrepreneurs to consumers. In carrying out this competition, a company or a marketer must have a competitive advantage to be able to continue to survive in the products they offer to consumers. One of the main things that must be done to achieve this competitive advantage is to focus on consumers. The business competition that occurs makes business people motivated to make strategies to make consumers satisfied with the products and services offered, because consumer behavior can change at any time for several reasons. The development of the Fashion Store business is inseparable from population growth, ability, purchasing power, and people's lifestyles that change along with the rapid development of technology and information. This also then has an impact on the community to choose and assess which store will be the choice for shopping to meet their needs. The purpose of this study was to test and analyze the effect of experience marketing and consumer trust on repurchase intentions at the Abadi Busana Silo Store, Jember Regency. This type of research is causality research. The population in this study are consumers of Bakso Sopyono Banyuwangi. The sample used was 70 respondents using purposive sampling. The analysis tool uses multiple linear regression. The results of the study prove that experience marketing and consumer trust have a significant effect on repurchase intentions at the Abadi Busana Silo Store, Jember Regency.

Keyword: *Experience Marketing, Consumer Trust, Repurchase Intentions.*