

## ABSTRAK

**MEGA KUSUMANINGRUM, 22131061**

**ANALISIS *GREEN TRUST*, *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *GREEN MARKETING* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA EXCELSCO DI SURABAYA**

**Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2024**

**Kata Kunci : *Green Trust*, *Experiential Marketing*, *Green Marketing*, dan *Repurchase Intention***

Di tengah tuntutan konsumen yang semakin sadar akan lingkungan dan keberlanjutan, strategi pemasaran yang berfokus pada aspek kesadaran lingkungan dan keberlanjutan ini menjadi semakin penting bagi bisnis. Oleh karena itu, kafe-kafe dan perusahaan makanan lainnya perlu mengadopsi strategi pemasaran yang menyoroti komitmen mereka terhadap praktik ramah lingkungan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “*Green Trust*, *Experiential Marketing*, dan *Green Marketing* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Excelso di Surabaya”. Populasi dalam penelitian ini yaitu 97 seluruh pembeli Excelso di Surabaya. Jumlah outlet Excelso di Surabaya sebanyak 30 outlet. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling*, yakni pengambilan sampel berdasarkan kebetulan dengan rumus *Lemesshow*. Hasil menunjukkan; *Green Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *Experiential Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *Green Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, dan *Green Trust*, *Experiential Marketing*, *Green Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Data diolah menggunakan *software SPSS 27*.