

ABSTRAK

PertumbuhanLekonomiLdi Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini berdampak pada gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin maju mengikuti perubahan zaman. merupakan kafe yang menawarkan berbagai jenis kopi dan hidangan lainnya, kafe ini sangat terkenal di Indonesia yaitu militrus. TujuanLdari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah niat beli di Militrus Sidoarjo dipengaruhi oleh variabel yang dipilih, yaitu nilai yang dirasakan, pengalaman pelanggan dan dari mulut ke mulut. Sebanyak 112 responden atau informan dijadikan sampel, dimana identifikasi sampelLdilakukan dengan menggunakan teknikLnon-probability sampling dimana data yang diperoleh diperoleh dari instrumen sampling tunggal sampel. validitas dan reliabilitas.Data yang diperoleh kemudian di anslisis memakai regresi linier berganda yang telah melewati pengujian asumsi klasik. Dengan hasil sebagai beriikut $Y = 2,306 + 0,340X_1 + 0,245X_2 + 0,353X_3 + e$. Hasil uji menyatakan bahwa *Repurchase intention* pada Militrus Sidoarjo secara parsial dan positif serta signifikan dipengaruhi oleh *Perceived vaiue*, *Customer Experience*, *Word Of Mouth*, kemudian *Repurchase intention* pada Militrus Krian Sidoarjo. Yang hasilnya positif dan signifikan.

.Kata kunci: *Perceived vaiue*, *Customer Experience*, *Word Of Mouth*, *Repurchase intention*.

ABSTRACT

Economic growth in Indonesia has increased in recent years. This has an impact on the lifestyle of Indonesian people who are increasingly advanced following the changing times. is a cafe that offers various types of coffee and other dishes, this cafe is very famous in Indonesia, namely militrus. The aim of this study is to analyze whether purchase intention at Militrus Krian Sidoarjo is influenced by the selected variables, namely perceived value, customer experience and word of mouth. A total of 112 respondents or informants were sampled, where sample identification was carried out using non-probability sampling technique where the data obtained was obtained from a single sample sampling instrument. validity and reliability The data obtained is then analyzed using multiple linear regression which has passed the classical assumption test. With the following results $Y = 2.306 + 0.340X_1 + 0.245X_2 + 0.353X_3 + e$. The test results state that Repurchase intention at Militrus Sidoarjo is partially and positively and significantly influenced by Perceived value, Customer Experience, Word Of Mouth, then Repurchase intention at Militrus Krian Sidoarjo. The results are positive and significant.

Keywords: *Perceived value, Customer Experience, Word Of Mouth, Repurchase intention.*