

## Abstrak

Pola penjualan dan strategi penjualan sudah semakin berkembang dan banyak inovasi baru yang muncul seiring berjalannya waktu. Inovasi dari segi penjualan ini sangat berdampak pada perkembangan ekonomi kreatif dari berbagai negara terutama Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa fashion termasuk menjadi kebutuhan utama dari manusia. Brand Zara sangat terkenal dengan konsep ,mode cepat yang mereka miliki, Dimana perusahaan ini menyediakan serta menjual produk sesuai dengan minat tren pasar. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan pada bab sebelumnya yaitu apakah terdapat pengaruh dari *variable price level, merchandise, customer service, architecture project, store image, perceived value, brand awareness* terhadap *repurchase intention*. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *variable price level, merchandise, customer service, architecture project, store image, perceived value, brand awareness* terhadap *repurchase intention* pada ZARA di Surabaya. Sebuah kerangka pemikiran teoritis dan pengembangan model akan digunakan sebagai landasan teori pada penelitian ini. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan penelitian ini dengan cara melakukan penyebaran kuisioner kepada responden. impilkasi dan rekomendasi yang didasarkan pada analisis pengolahan data, pembahasan serta pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji sebab-akibat yang diperkirakan memiliki hubungan berdasarkan jurnal pendahulu. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi ZARA Surabaya yang menjadi objek dalam penelitian ini.