

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes Pasaribu, N. F. (2015). Kajian Pustaka Mengenai *Restaurant Atmosphere*. *Binus Business Review*, 6(1), 110-116.
- Al-Kilani, S., & Hedhli, K. El. (2021). How do restaurant atmospherics influence restaurant authenticity? An integrative framework and empirical evidence. *Journal of Retailing and Consumer services*, 63, 10272
- Amaliah, I. F., Zaenal, F. A., & Yusuf, M. Eksplorasi Faktor Pengalaman dan Lokasi dalam Pemilihan Restoran: Perspektif Konsumen. In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series* (Vol. 7, No. 4, pp. 28-39).
- Antara News. (2025, November 5). BPS: Konsumsi rumah tangga tumbuh 4,89 persen, disokong transportasi-komunikasi. ANTARA News. https://www.antaranews.com/berita/5221565/bps-konsumsi-rt-tumbuh-489-persen-disokong-transportasi-komunikasi?utm_source=chatgpt.com
- Antonius, L., & Facrura, D. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Harga terhadap *Revisit Intention* Konsumen pada Kawisari Coffee dan Eatery Jakarta. *MES Management Journal*, 3(2), 369-384.
- Aruan, T., & Engolica, E. (2022). Analisis pengaruh suasana restoran, kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap niat berkunjung kembali ke restoran vegetarian di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2008-2024.
- ÇANAKÇI, T. (2023). The Effect of the *Restaurant Atmosphere* on the Intention to Revisit: The Mediating Role of Food Neophobia. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1087-1103.
- Chen, Q., Huang, R., & Hou, B. (2020). *Perceived Authenticity* of traditional branded restaurants (China): impacts on perceived quality, perceived value, and behavioural intentions. *Current Issues in Tourism*, 23(23), 2950-2971.
- Choi, Y. J., Jung, I. Y., & Na, T. K. (2025). How place attachment moderates the relationship between *Perceived Authenticity* and *Revisit Intention* to timehonored restaurants. *Sustainability*, 17(19), 8602.
- Dewi, P. D. P., Maheswari, A. A. I. A., & Parasari, N. S. M. (2025). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui *Restaurant Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Product Quality: Studi Pengaruh Terhadap Repurchase Intention pada Avera Bali Restaurant di Legian. *Economic Reviews Journal*, 4(4), 2328-2343.

- Fauzi, I. A., & Mulyani, A. (2017). Perancangan Sistem Informasi Kuliner Di Brother Caffé Berbasis Web. *Jurnal Algoritma*, 14(2), 384-391.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21* (Edisi ke-7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang Grmedia
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herdiani, H., Budianto, A., & Setiawan, I. (2024). Pengaruh Perceived Value Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention (Suatu Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Biji Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 79-88.
- <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/690475fe722ca/berapa-kali-anak-muda-indonesia-makan-di-luar-ini-surveinya-pada-2025>
- <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102729>
- <https://www.antaranews.com/berita/5221565/bps-konsumsi-rt-tumbuh-489-persen-disokong-transportasi-komunikasi>
- Huang, J. (2024). Understanding individuals' experience with virtual characters from the perspective of *Perceived Authenticity*.
- Khasanah, A. T. U., Oktafiani, H., Putri, S. A., Anggraini, W., & Suhud, U. (2020). Pengaruh *Customer Experience*, place attachment, customer satisfaction,

dan word-of-mouth terhadap *Revisit Intention* Konsumen Restoran Ayam Cepat Saji asal Amerika. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 1(2), 263-280.

Kosli, J., Yuwono, V. K., & Soediro, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Atmosfer Restoran terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Kajian terhadap Sebuah Restoran X di Makassar). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1317-1326.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Laurina, T. Q., & Tirtadidjaja, A. (2024). ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI RESTAURANT JOONGLA, BANDUNG. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(3), 1359-1364.

Le, T.; Arcodia, C.; Abreu Novais, M.; Kralj, A. Proposing a conceptual framework for authenticity in co-created experiences. In *Proceedings of the CAUTHE 2020: 20:20 Vision: New Perspectives on the Diversity of Hospitality, Tourism and Events: Proceedings of the 30th Annual Conference*, Auckland, New Zealand, 10–13 February 2020.

Mais, M., Ogi, I. W., & Raintung, M. C. (2024). Pengaruh Lifestyle, Cafe Atmosphere, Dan *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Kalangan Anak Muda Pada De'' Kersen Cafe Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(01), 37-49.

Maulina, A., & Fauzi, M. S. (2022). *Customer Experience*, brand image and its impact towards *Revisit Intention* to Batavia Café Jakarta. *Majalah Ilmiah Bijak*, 19(1), 74-81.

Maulina, A., Sukoco, I., Hermanto, B., & Kostini, N. (2023). Tourists' *Revisit Intention* and electronic word-of-mouth at adaptive reuse building in Batavia Jakarta Heritage. *Sustainability*, 15(19), 14227.

Mulyono, A. V., Septiano, B., & Aprilia, A. (2021). Pengaruh dining experience terhadap kepuasan konsumen dan *Revisit Intention* di restoran korea di surabaya pada era new normal. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(1), 20-31.

Nabila, R. (2025). PENGARUH CAFE ATMOSPHERE, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN BRAND IMAGE TERHADAP *REVISIT INTENTION* GENERASI Z DI KAFE SOFT COFFEE KABUPATEN LUWU UTARA (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negri Palopo).

- Rahmawati, E., & Zuhroh, S. (2023). Pengaruh *Perceived Authenticity* terhadap *Revisit Intention* yang Dimediasi oleh Involvement (Studi pada Pelanggan Cafe Otentik di Jombang). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1(6), 285-289.
- Salsabila, N. I. (2020). ANALISIS PENGARUH SUASANA RESTORAN DAN PERSEPSI KUALITAS MAKANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI (Studi pada Kalluna, Yogyakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Sardanto, R., & Ratnanto, S. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Kota Kediri. *BENEFIT*, 3(1), 31-44.
- Setiawati, T. A. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Bisnis dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi di Angkringan Kalasan Bandar Jaya) (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Shane, L., Kesuma, A., & Kusumawardhana, I. (2023). The Influence of *Perceived Authenticity* and Price Fairness on The Purchase Intention at Samwon House Restaurant Jakarta. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 426, p. 01074). EDP Sciences.
- Sipayung, N. A., & Situmorang, S. H. (2023). Pengaruh Social Media, Servicescape Dan *Customer Experience* Terhadap Minat Berkunjung Kembali (*Revisit Intention*) Pada Maulana Villa Dan Cafe Di Pangambaten Kabupaten Karo. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 5(01), 31-43.
- Siregar, A. I. (2025). Store Atmospher sebagai Sebuah Strategi dalam Meningkatkan Daya Tarik dan Minat Pengunjung Kafe (Sebuah Kajian Konseptual Panduan bagi Peneliti). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3(3), 227-238.
- Sofiani, S. (2022). Pengaruh *Restaurant Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Miss Unicorn. *Jurnal Darmawisata*, 2(1), 14-18.
- Song, H., Wang, Y. C., Yang, H., & Ma, E. (2022). Robotic employees vs. human employees: Customers' *Perceived Authenticity* at casual dining restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 106, 103301.
- Sudarso, E. (2024). Pengaruh *Customer Experience*, Harga dan Lokasi terhadap *Revisit Intention* pada Hotel Grand Mandarin Singkawang: Pengaruh *Customer Experience*, Harga dan Lokasi terhadap *Revisit Intention* pada Hotel Grand Mandarin Singkawang. *FOKUS: Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 22(1), 12-12.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhud, U., & Wibowo, A. (2016). Predicting customers' intention to revisit a vintageconcept restaurant. *Journal of Consumer Sciences*, 1(2), 56-69.
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. I. (2016). Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Revisit Intention* di taman wisata alam gunung tangkuban perahu. *Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 983-994.
- Zhou, G., Chen, W., & Wu, Y. (2022). Research on the effect of authenticity on *Revisit Intention* in heritage tourism. *Frontiers in Psychology*, 13, 883380.