

**PENGARUH PHYSICAL EVIDENCE, SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED  
ATMOSPHERE TERHADAP REVISIT INTENTION DI MALALAYANG BEACH WALK**

*THE EFFECT OF PHYSICAL EVIDENCE, SERVICE QUALITY, AND PERCEIVED ATMOSPHERE  
ON REVISIT INTENTION AT MALALAYANG BEACH WALK*

Oleh:

**Petra I. T Suak<sup>1</sup>**

**Bode Lumanauw<sup>2</sup>**

**Jeffry L.A Tampenawas<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

[suakpetra10@gmail.com](mailto:suakpetra10@gmail.com)

[bode.lumanauw@yahoo.co.id](mailto:bode.lumanauw@yahoo.co.id)

[jeffry\\_tampenawas@unsrat.ac.id](mailto:jeffry_tampenawas@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Industri pariwisata di Indonesia tengah mengalami perkembangan yang pesat, mendorong berbagai daerah untuk mengembangkan destinasi wisata baru yang berpotensi menjadi sumber pendapatan ekonomi bagi masyarakat local.. Dengan memanfaatkan potensi pariwisata secara optimal, Indonesia memiliki peluang untuk mempercepat laju pertumbuhan ekonominya, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat citra sebagai tujuan wisata yang menarik di mata dunia. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah Physical Evidence, Service Quality, Perceived Atmosphere secara bersama-sama dapat meningkatkan Revisit Intention di Malalayang Beach Walk. Penelitian ini mengambil populasi pengunjung di Malalayang Beach Walk Pada tahun 2023 ada 23.869 pengunjung.

**Kata Kunci :** Physical Evidence, Service Quality, Perceived Atmosphere, Revisit Intention

**Abstract:** The tourism industry in Indonesia is currently experiencing rapid growth, prompting various regions to develop new tourist destinations that have the potential to become economic sources of income for local communities. By optimally utilizing its tourism potential, Indonesia has the opportunity to accelerate its economic growth, improve community welfare, and strengthen its image as an attractive tourist destination in the eyes of the world. This research aims to examine whether Physical Evidence, Service Quality, and Perceived Atmosphere can collectively enhance Revisit Intention at Malalayang Beach Walk. This study took the population of visitors at Malalayang Beach Walk in 2023 there were 23,869 visitors.

**Keywords:** Physical Evidence, Service Quality, Perceived Atmosphere, Revisit Intention.

## PENDAHALUAN

### Latar Belakang

Manado merupakan ibukota dari provinsi Sulawesi Utara yang dikelilingi oleh pegunungan dan merupakan kota terbesar kedua setelah Makassar di Pulau Sulawesi. Perekonomian di Kota Manado banyak dipengaruhi oleh sektor perdagangan, jasa, dan pariwisata. Pariwisata di kota ini sangat berpengaruh sekali terhadap perekonomiannya. Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2020 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah atau RIPPARDA Kota Manado dibentuk sesuai Rencana Strategis pembangunan Kota Manado yang menjadi sektor andalan untuk dikembangkan karena mempengaruhi sektor pembangunan lainnya yaitu dimensi lingkungan, ekonomi dan sosial budaya. Berbagai kebijakan sistematis pembangunan pariwisata daerah diperlukan. Sehingga, peran pemerintah dalam pariwisata menjadi alasan bagi peneliti memilih implementasi kebijakan pengembangan pariwisata berkelanjutan sebagai fokus penelitian. Hal tersebut menjadi penting dalam mewujudkan pengembangan pariwisata secara berkelanjutan di Kota Manado sesuai visi Kota Manado yaitu "Manado Pariwisata Dunia" bahwa sektor pariwisata siap dijadikan sektor unggulan untuk menjadi tujuan wisata dunia dan berkembang menjadi MICE Tourism. Keberhasilan pembangunan Kota Manado sebagai pariwisata

dunia tahun 2025 didukung komitmen kepemimpinan dan demokratis, adanya kebijakan yang dijalankan setiap pemerintahan berjalan, keberpihakan kepada rakyat dan peran masyarakat serta dunia usaha secara aktif (Muhammad,2022). Berwisata adalah aktivitas atau kunjungan sementara oleh individu ke destinasi tertentu dengan tujuan tertentu, bukan untuk mencari pekerjaan atau menetap di sana (Permenparekraf Nomor 9 Tahun 2021). Mobilitas masyarakat yang melakukan perjalanan untuk mendapatkan pengalaman baru, menjelajahi tempat-tempat yang belum dikenal, mencari suasana yang berbeda, atau sekadar mengatasi kebosanan dari rutinitas harian berkontribusi pada perkembangan industri pariwisata. Di era modern, pariwisata dipandang sebagai faktor penting dalam meningkatkan pendapatan negara (UNWTO, 2023)

Pesona keindahan Kota Manado terus bermekaran. Banyak perubahan strategis mewarnai setiap sisi Kota Tinutuan ini. Salah satunya wilayah Pantai Malalayang yang kini menjadi pusat perhatian baik masyarakat Kota Manado bahkan dari luar Manado. Betapa tidak, wilayah Pantai Malalayang yang awalnya biasa saja, berubah menjadi salah satu destinasi wisata yang kece serta estetik. Dibranding dengan nama Malalayang Beach Walk (MBW) Pemerintah Kota Manado dalam hal ini Wali Kota Manado Andrei Angouw dan Wakil Wali Kota dr. Richard Sualang (AA-RS) menjadikan MBW lokasi wisata yang viral dan digadang menjadi Icon Kota Manado kedepan. MBW sendiri menyajikan tempat bersantai dengan nuansa estetik yang cocok dengan kaum milenial dan untuk keluarga. Pengunjung dapat menikmati indahnya pemandangan alam berupa pantai teluk manado. Tidak hanya itu, pemandangan matahari terbenam atau sunset, sangat indah dipandang dari MBW. Hal itu ditunjang dengan sarana prasarana yang dibangun Pemkot Manado di MBW. Mulai dari taman bermain bagi anak-anak, bangunan untuk melihat pantai dari ketinggian, serta sejumlah toilet umum yang bersih bagi pengunjung. Semua itu disajikan gratis bagi masyarakat pengunjung. Di MBW juga pengunjung dapat membeli berbagai kuliner yang sudah disediakan. Hal itu tentunya menambah nilai plus bagi pengunjung yang hendak berwisata pemandangan pantai di MBW. Di MBW sendiri sejak dibuka untuk umum, sudah langsung digelar festival berskala nasional, yaitu Manado Underwater Festival (MUF) 2022. Kegiatan tersebut digelar dalam rangka Kejuaraan Selam Nasional. Selain itu juga, MUF 2022 digelar sebagai salah satu promosi Pariwisata di Kota Manado.

Ketika semua elemen fisik di tempat ini terawat dengan baik, pengalaman yang nyaman dan menarik bagi pengunjung dapat tercipta, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya tarik Malalayang Beach Walk sebagai destinasi wisata (Porajow dkk., 2023) Selain itu, pengelolaan yang baik dan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata dapat meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik wisata, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Tinggi atau rendahnya kualitas layanan tergantung pada kesiapan pengelola untuk memaksimalkan pengalaman keseluruhan wisatawan melalui layanan yang berkualitas. Kualitas layanan yang baik bukan hanya penting untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan membangun reputasi positif destinasi wisata, tetapi juga krusial untuk meningkatkan loyalitas pengunjung, daya saing, dan pengalaman pelanggan (Porajow dkk., 2023). Sebagai hasilnya, pengunjung akan merasa lebih terbantu, nyaman, dan dihargai selama kunjungan mereka yang pada akhirnya membuat mereka semakin puas dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk berkunjung kembali di masa depan. Persepsi atmosfer adalah pengalaman emosional yang dirasakan oleh pengunjung terhadap atmosfer atau lingkungan di suatu tempat, termasuk di area wisata. Atmosfer ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pencahayaan, arsitektur, dekorasi, musik, aroma, dan aktivitas yang terjadi di sekitarnya. Hal ini merupakan hal penting dalam membentuk persepsi pengunjung terhadap lingkungan tempat wisata. Sebagai contoh, seorang turis mungkin merasakan ketenangan dan kedamaian di taman yang hijau dan rindang, atau mereka mungkin merasakan keceriaan dan kegembiraan di atraksi wisata yang ramai dan berwarnawarni. Dalam sektor pariwisata, persepsi lingkungan sangat penting karena dapat memengaruhi pengalaman keseluruhan pengunjung, tingkat kepuasan mereka.

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Physical Evidence, Service Quality, Dan Perceived Atmosphere Terhadap Revisit Intention
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Physical Evidence Terhadap Revisit Intention.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Service Quality Terhadap Revisit Intention
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Perceived Atmosphere Terhadap Revisit Intention

## **Manajemen Pemasaran**

Ariyanto (2023), manajemen pemasaran adalah merupakan bidang dalam manajemen yang berpengaruh untuk semua aktivitas lini bisnis. Manajemen pemasaran adalah bagian penting dari kelangsungan hidup perusahaan dan bisnis untuk mencapai tujuan.

## **Pemasaran Jasa**

Indrasari (2019) definisi pemasaran jasa dapat di bedakan menjadi dua bagian baik secara sosial maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial adalah proses Perencanaan, Pelaksanaan Pemikiran, Penetapan Harga, Promosi, dan Penyaluran Gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi.

## **Physical Evidence**

Ramdhan (2020), Physical Evidence adalah Bentuk fisik yang nyata memberikan pilihan tambahan bagi konsumen untuk membeli atau menggunakan barang/jasa yang ditawarkan. Ini mencakup lokasi atau fasilitas, serta berbagai faktor pendukung lainnya. Karim (2020), Physical Evidence merupakan wujud nyata dari perusahaan yang membuat konsumen berinteraksi langsung dengannya. Ini menunjukkan pentingnya elemen fisik dalam menciptakan pengalaman bagi konsumen saat menggunakan jasa. Di sisi lain, Chandrianto (2021), Physical Evidence ialah komponen utama dari perusahaan, karena beberapa hasil dari perusahaan harus memiliki bentuk nyata. Ini menekankan bahwa dalam beberapa jenis layanan, aspek fisik menjadi bagian integral dari pengalaman konsumen. Adapun indikator Physical Evidence yang digunakan dalam penelitian ini Intan (2020) Indikator dari Physical Evidence adalah fasilitas, perlengkapan, dan sarana komunikasi.

## **Service Quality**

Manengal (2021), Kualitas pelayanan merupakan kondisi yang terus berkembang, berkaitan dengan produk, jasa, tenaga kerja, proses, dan lingkungan, yang minimal harus memenuhi atau bahkan melampaui standar kualitas yang diharapkan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan adalah keadaan yang dinamis, mencakup berbagai aspek dalam penyediaan layanan, dengan tujuan untuk mencapai atau melebihi ekspektasi pelanggan. Dzikra (2020), kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang terencana yang melibatkan seluruh bagian dari organisasi, mulai dari manajemen hingga karyawan, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ini menunjukkan pentingnya pendekatan yang sistematis dalam manajemen kualitas pelayanan, yang melibatkan semua komponen organisasi untuk berfokus pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Adapun indikator Service Quality yang digunakan dalam penelitian ini menurut menurut Tjiptono (2019) yaitu, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibles.

## **Perceived Atmosphere**

Sebagaimana dikemukakan oleh Riskiyah (2020) Suasana toko adalah bentuk fisik yang membuat toko terlihat menarik bagi pelanggan. Nugrahaeni (2021), Suasana merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran, karena perusahaan dapat menciptakan kesan positif bagi pelanggan melalui desain interior dan eksterior toko yang dirancang untuk mempengaruhi suasana hati atau perasaan pelanggan. Hal ini, pada akhirnya, dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Adapun indikator *Perceived Atmosphere* yang digunakan dalam penelitian ini Menurut Berman dan Evans dalam (Yulinda dkk., 2021) yaitu, Exterior Facilities, General Interior, Store Layout, Interior Display.

## **Revisit Intention**

Xin Chen (2020) Kemungkinan pelanggan untuk kembali ke suatu tempat atau menggunakan layanan tertentu disebut "niat berkunjung kembali", Peran pelanggan menjadi indikator penting untuk kemajuan suatu bisnis seiring dengan persaingan pasar yang semakin ketat. Adapun indikator *Revisit Intention* yang digunakan dalam penelitian ini menurut Zeithaml dalam Baroroh (2019), Willingness to visit again, Willingness to invite, Willingness to positive stories, Willingness to prioritize the purpose of the visit

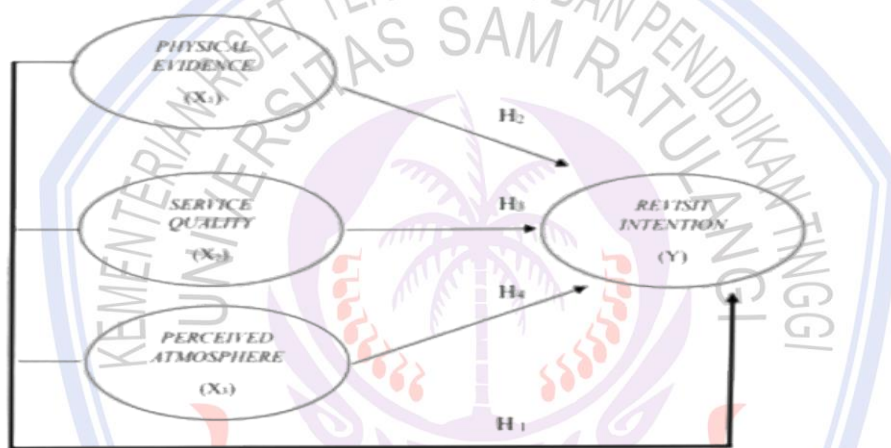
### Penelitian Terdahulu

Khotimah dan Astuti (2022) menjelaskan bahwa bukti fisik (Physical Evidence) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan kembali (Revisit Intention). Temuan ini didukung oleh Ambitan (2023), yang juga menunjukkan bahwa bukti fisik berdampak signifikan pada niat kunjungan kembali. Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Makalew (2019), yang menyimpulkan bahwa bukti fisik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan kembali di objek wisata Batu Angus Bitung.

Selanjutnya, Miastita dkk. (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (Service Quality) memiliki pengaruh parsial terhadap niat kunjungan kembali. Temuan ini sejalan dengan penelitian Peranginangin dkk. (2023), yang juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat kunjungan kembali. Namun, Maisaroh (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan kembali.

Selain itu, (Novia dkk., 2020) menunjukkan bahwa atmosfer (Atmosphere) berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap niat kunjungan ulang. Temuan ini didukung oleh (Christiarini & Lee, 2021) yang menjelaskan bahwa atmosfer memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan niat kunjungan kembali.

### Model Penelitian



**Gambar 1 Model Penelitian**

*Sumber : Kajian peneliti (2024)*

Gambar 1 di atas menjelaskan bahwa terdapat tiga variabel independen yaitu Physical Evidence ( $X_1$ ), Service Quality ( $X_2$ ) dan Perceived Atmosphere ( $X_3$ ) yang berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen yaitu Revisit Intention ( $Y$ ).

H<sub>1</sub>: Physical Evidence, Service Quality, Dan Perceived Atmosphere Berpengaruh Terhadap Revisit Intention

H<sub>2</sub>: Physical Evidence Berpengaruh Terhadap Revisit Intention

H<sub>3</sub>: Service Quality Berpengaruh Terhadap Revisit Intention

H<sub>4</sub>: Perceived Atmosphere Berpengaruh Terhadap Revisit Intention

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif deskriptif adalah suatu jenis penelitian ilmiah yang bertujuan untuk menggambarkan dan mengidentifikasi karakteristik atau fenomena tertentu dalam suatu populasi tanpa melakukan modifikasi pada variabel atau menjelaskan hubungan sebab-akibat. Menurut Wiratna (2022), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian ilmiah yang memanfaatkan data statistik dan angka untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang diamati atau diukur memiliki karakteristik yang dapat dihitung, diukur, atau dikategorikan. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menjalin hubungan antar variabel. Oleh

karena itu, penelitian ini akan menguji hubungan setidaknya tiga variabel Physical Evidence ( $X_1$ ), Service Quality ( $X_2$ ) Perceived Atmosphere ( $X_3$ ), dan Revisit Intention ( $Y$ ).

### **Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Wiratna (2022) populasi merujuk pada kelompok atau kumpulan orang, objek, atau peristiwa yang menjadi subjek penelitian. Dalam penelitian ini, populasinya terdiri dari seluruh pengunjung Malalayang Beach Walk, Pada tahun 2023 ada 23.869 pengunjung yang mengunjungi Malalayang Beach Walk. Sampel dihitung menggunakan rumus slovin maka ditentukan jumlah sampel yang akan diteliti adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling, yaitu purposive sampling. Menurut Wiratna (2022), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu dalam memilih sampel. Dalam penelitian ini, kriteria pengambilan sampel adalah pengunjung yang telah mengunjungi Malalayang Beach Walk setidaknya satu kali.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dan kuesioner. Data sekunder mengacu pada informasi yang tidak diperoleh langsung oleh pengumpul data, melainkan dari sumber seperti situs web, artikel, dan majalah terbitan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode utama yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini melibatkan penggunaan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menjawab serangkaian pertanyaan tertulis yang didistribusikan secara daring kepada responden, dalam hal ini menggunakan Google Forms. Dalam penelitian ini, penilaian setiap variabel dilakukan dengan menggunakan Skala Likert, yang merupakan alat yang banyak digunakan dalam penelitian sosial untuk mengukur sikap atau pendapat individu terhadap pernyataan tertentu. Skala ini, dinamai menurut pencetusnya Rensis Likert, memungkinkan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan tertentu dengan memilih dari serangkaian pilihan yang tersedia. Skala Likert dimulai dari “sangat tidak setuju” “tidak setuju”, “kurang setuju”, “netral”, “setuju”, “sangat setuju”.

### **Uji Validitas dan Realibilitas**

Validitas adalah suatu proses yang digunakan untuk menilai seberapa baik instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Ini mengacu pada sejauh mana alat ukur tersebut benar-benar mengukur variabel yang ingin diteliti. Penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah akurat dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas adalah proses statistik yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana sebuah alat ukur menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan dalam kondisi yang serupa. Ini mengukur keandalan atau stabilitas instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti, bahkan ketika diulang pada waktu atau sampel yang berbeda. Dalam konteks penelitian, uji reliabilitas sangat penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan konsisten dan dapat dipercaya.

### **Uji Normalitas**

Menurut wiratna (2022), uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah nilai residu dalam model regresi memiliki distribusi yang sesuai dengan distribusi normal. Model regresi yang baik diharapkan memiliki variabel residu yang mengikuti distribusi normal.

### **Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas, menurut Wiratna (2022), digunakan untuk mengevaluasi apakah model regresi yang dibuat menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen.. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilakukan uji nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF dibawah 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas, seperti yang dijelaskan oleh Wiratna (2022), digunakan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan dalam variasi residual antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya dalam model regresi. Dalam situasi di mana variasi antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap konstan, uji ini disebut homoskedastisitas, sementara jika ada variasi yang berbeda, uji ini disebut heteroskedastisitas.

### Analisis Linier Berganda

Persamaan regresi berganda digunakan dalam analisis regresi untuk mendapatkan wawasan tentang korelasi antara variabel terikat (variabel yang akan diprediksi) dan satu atau lebih variabel bebas (dikenal sebagai prediktor).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Revisit Intention

X<sub>1</sub> = Physical Evidence

X<sub>2</sub> = Service Quality

X<sub>3</sub> = Perceived Atmosphere

a = Konstanta (jika nilai x sebesar 0, maka y akan sebesar a atau konstanta)

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

e = error

### Uji Hipotesis

#### Uji F (Simultan)

Menurut Sahir (2021:53), uji F digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel independen secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Validasi dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel pada tingkat kepercayaan 10% dan derajat kebebasan df = (n-k-1), dimana n mewakili jumlah responden dan k mewakili jumlah variabel.

#### Uji t (Parsial)

Menurut V. Wiratna (2022), uji statistik t digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variasi pada 68 variabel dependen.

#### Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik model (variabel independen) dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu; semakin tinggi nilainya, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan hampir seluruh variasi dalam variabel dependen.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

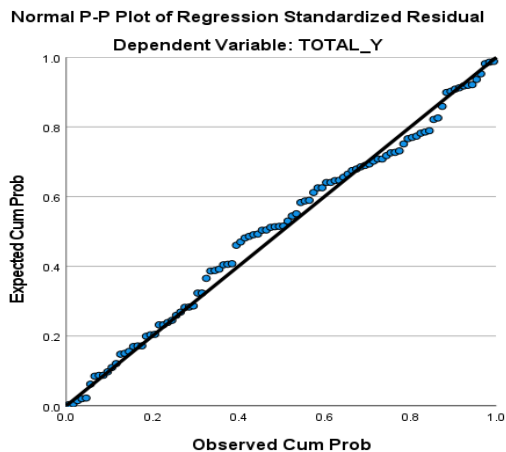
Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Sig.	Rhitung	Rtabel	Keterangan	Cronbach Alpha	Keterangan
Physical Evidence					0,713	Reliable
X1.1	<0,001	0,855	0,196	Valid		
X1.2	<0,001	0,810	0,196	Valid		
X1.3	<0,001	0,724	0,196	Valid		
Service Quality					0,606	Reliable
X2.1	<0,001	0,605	0,196	Valid		
X2.2	<0,001	0,605	0,196	Valid		
X2.3	<0,001	0,510	0,196	Valid		
X2.4	<0,001	0,687	0,196	Valid		
X2.5	<0,001	0,714	0,196	Valid		
Perceived Atmosphere					0,832	Reliable
X3.1	<0,001	0,860	0,196	Valid		
X3.2	<0,001	0,866	0,196	Valid		
X3.3	<0,001	0,812	0,196	Valid		
X3.4	<0,001	0,741	0,196	Valid		
Revisit Intention					0,844	Reliable
X2.1	<0,001	0,832	0,196	Valid		
X2.2	<0,001	0,866	0,196	Valid		
X2.3	<0,001	0,766	0,196	Valid		
X2.4	<0,001	0,839	0,196	Valid		

Sumber : Data Olahan SPSS 27 (2024)

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari rtabel 0,196, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan diketahui bahwa masing-masing variabel yaitu keragaman menu dan potongan harga terhadap keterikatan merek memiliki *cronbach's alpha* lebih dari 0,6 atau ( $\geq 0,6$ ), maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah *reliabel*.

**Pengujian Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas**



**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas**

Sumber: Data Olahan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa titik-titik variabel yang mengikuti arah garis diagonal ini menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal.

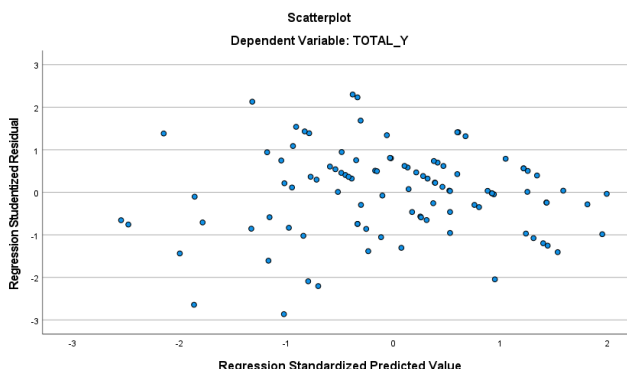
**Tabel 2. Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Physical Evidence	.488	2.048	Non Multikolinieritas
Service Quality	.585	1.708	Non Multikolinieritas
Perceived Atmosphere	.621	1.609	Non Multikolinieritas

Sumber : Data Olahan SPSS 29 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas bisa dilihat bahwa semua variabel Physical Evidence, Service Quality dan Perceived Atmosphere memiliki nilai Tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10,00 maka bisa dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data Olahan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian gambar 3 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta penyebaran titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linier Berganda****Tabel 4. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std.Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.172	1.092		0.158	.875		
<i>Physical Evidence</i>	.392	.126	.264	3.110	.002	.488	2.048
<i>Service Quality</i>	.191	.077	.192	2.472	.015	.585	1.708
<i>Perceived Atmosphere</i>	.500	.076	.494	6.651	<.001	.621	1.609

Sumber: Data Olahan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut;

$$Y = (0.172) + 0,392 X1 + 0.191 X2 + 0,500 X3 + 1.092$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Konstanta ( $\beta_0$ ) = 0.172 ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif, bahwa jika *Physical Evidence* ( $X_1$ ), *Service Quality* ( $X_2$ ), *Perceived Atmosphere* ( $X_3$ ) adalah 0, maka *Revisit Intention* ( $Y$ ) akan tetap sebesar 0.172 dengan asumsi variabel lain tetap
2. Koefisien ( $\beta_1$ ) = Koefisien 0,392 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam *Physical Evidence* akan meningkatkan *Revisit Intention* sebesar 0,392 unit, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan.
3. Koefisien ( $\beta_2$ ) = Koefisien 0.191 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam *Service Quality* akan meningkatkan *Revisit Intention* sebesar 0.191 unit, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan
4. Koefisien ( $\beta_3$ ) = Koefisien 0,500 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam *Perceived Atmosphere* akan meningkatkan *Revisit Intention* sebesar 0,500 unit, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan.

**Uji Hipotesis****Uji F (Simultan)****Tabel 5. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	788.307	3	262.796	62.699	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	402.333	96	4.191		
	Total	1190.640	99			

a. *Dependent variable : Revisit Intention*

b. *Predictors: (Constant), Perceived Atmosphere, Service Quality, Physical Evidence*

Sumber : Data Olahan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel 5 diperoleh f hitung 62.699 dengan nilai f tabel 2,070 Dengan demikian, dikarenakan nilai f hitung  $\geq$  f tabel yaitu  $62.699 \geq 2,070$  dan tingkat signifikan  $< 0,05$  artinya *Physical Evidence*, *Service Quality*, *Perceived Atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* di Malalayang Beach Walk. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Uji t (Parsial)**

Untuk menguji pengaruh terhadap masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara satu per satu atau parsial maka dapat dilakukan dengan uji t. berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa :

- Variabel *Physical Evidence* ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *revisit intention* pada Malalayang Beach Walk. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung 3.110 yang lebih besar dari t tabel 1,984, dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.002 < 0,05$ . Artinya, *Physical Evidence* memiliki pengaruh positif, pengaruh tersebut signifikan terhadap *revisit intention* di Malalayang Beach Walk.
- Variabel *Service Quality* ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *revisit intention* pada Malalayang Beach Walk. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung 2.472 yang lebih besar dari t tabel 1,984, dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.015 < 0,05$ . Artinya, *Service Quality* memiliki pengaruh positif, pengaruh tersebut signifikan terhadap *revisit intention* di Malalayang Beach Walk.
- Variabel *Perceived Atmosphere* ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* pada Malalayang Beach Walk. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung 6.561 yang lebih kecil dari t



tabel 1,984, dengan tingkat signifikansi sebesar  $<.001 < 0,05$ . Artinya, *Perceived Atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap revisit intention di Malalayang Beach Walk.

### Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 6. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 <sup>a</sup>	.662	.652	2.047

a. *Predictors: (constant), Perceived Atmosphere, Service Quality, Physical Evidence*

b. *Dependent variable: Revisit Intention*

Sumber : Data Olahan SPSS 27 (2024)

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) yang dihasilkan pada Model 1 adalah sebesar 0,814. Angka ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen, yaitu Physical Evidence (X<sub>1</sub>), Service Quality (X<sub>2</sub>), dan Perceived Atmosphere (X<sub>3</sub>), dengan variabel dependen, yaitu Revisit Intention (Y). Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang diperoleh adalah sebesar 0,662, yang berarti bahwa 66,2% variasi dalam variabel dependen (Revisit Intention) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi tersebut. Dengan kata lain, Physical Evidence, Service Quality, dan Perceived Atmosphere secara bersama-sama berkontribusi dalam menjelaskan sebagian besar perubahan atau variasi dalam niat pengunjung untuk kembali (Revisit Intention). Sementara itu, 33,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini, seperti faktor eksternal atau individual yang mungkin juga berperan dalam mempengaruhi Revisit Intention, namun tidak diukur dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### Pengaruh Physical Evidence, Service Quality, Perceived Atmosphere Terhadap Revisit Intention Di Malalayang Beach Walk

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS 27, dapat disimpulkan bahwa variabel *Physical Evidence*, *Service Quality*, dan *Perceived Atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* di Malalayang Beach Walk. Hasil penelitian ini didukung oleh temuan Ambitan (2023) yang menunjukkan bahwa Physical Evidence memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap revisit intention pada objek wisata. Selain itu, penelitian Khotimah dan Astuti (2022) juga menegaskan bahwa Physical Evidence memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap revisit intention, yang juga dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pelanggan sebagai hasil dari kualitas pelayanan yang baik. Dalam penelitian lain, Peranginangin (2023) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan pengunjung untuk kembali. Ramdhani dan Astuti (2019) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Penelitian oleh Lee dan Christiarini (2021) menambahkan bahwa niat untuk berkunjung kembali sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang sangat baik serta atmosfer yang mendukung, yang tidak boleh diabaikan dalam upaya meningkatkan kepuasan dan minat pengunjung. Hasil-hasil penelitian ini memperkuat temuan bahwa Physical Evidence, Service Quality, dan Perceived Atmosphere merupakan faktor-faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi Revisit Intention di Malalayang Beach Walk.

#### Pengaruh Physical Evidence Terhadap Revisit Intention Ke Malalayang Beach Walk

*Physical evidence* yang mencakup kualitas fasilitas, kenyamanan lingkungan, estetika tempat, dan keamanan secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pengunjung untuk kembali berkunjung ke Malalayang Beach Walk. Aspek fisik seperti aksesibilitas, kenyamanan area parkir, ketersediaan fasilitas umum seperti toilet, tempat makan, dan area duduk juga memainkan peran penting. Fasilitas yang memadai dan mudah diakses membuat pengunjung merasa lebih nyaman, yang dapat memotivasi mereka untuk berkunjung kembali. Pengalaman positif yang dihasilkan dari elemen-elemen fisik ini menciptakan kesan yang mendalam dan memotivasi pengunjung untuk mengulangi kunjungan mereka di masa depan. Dengan demikian, pengelolaan dan pemeliharaan physical evidence yang baik sangat penting dalam meningkatkan revisit intention pengunjung ke destinasi wisata ini.

Hal ini didukung pada hasil uji T pada pengolahan data menggunakan SPSS 27, menunjukkan bahwa variabel *Physical evidence* secara parsial berpengaruh terhadap revisit intention. Maka penelitian ini membuktikan variabel *Physical evidence* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Khotimah dan Astuti (2022) yang menunjukkan bahwa *Physical Evidence* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung yang menyebabkan terjadinya kunjungan ulang (*Revisit Intention*),

serta dalam penelitian Ambitan (2023) yang menyatakan bahwa *Revisit Intention* dipengaruhi secara signifikan oleh *Physical Evidence*. Dan juga penelitian ini membantah penelitian yang dilakukan oleh Makalew(2019) yang menyatakan bahwa *Physical Evidence* tidak berpengaruh terhadap *Revisit Intention*

### **Pengaruh Service Quality Terhadap Revisit Intention Kepada Pengunjung Malalayang Beach Walk**

*Service Quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Revisit Intention* ke Malalayang Beach Walk. Kualitas pelayanan yang diberikan, seperti keramahan petugas, kecepatan respons, dan pemenuhan kebutuhan pengunjung, secara langsung memengaruhi kepuasan dan pengalaman pengunjung. Ketika pengunjung merasa puas dengan layanan yang diterima, mereka cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk kembali mengunjungi destinasi ini di masa mendatang. Selain itu, pelayanan yang konsisten dan melebihi harapan pengunjung dapat menciptakan loyalitas yang kuat, sehingga meningkatkan peluang kunjungan ulang. Dengan demikian, menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan menjadi kunci penting dalam menarik dan mempertahankan minat pengunjung untuk terus kembali ke Malalayang Beach Walk.

Hal ini didukung pada hasil uji T pada pengolahan data menggunakan SPSS 27. Maka penelitian ini membuktikan variabel *Service Quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Peranginangin (2023) yang menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap terjadinya kunjungan ulang (*Revisit Intention*), serta dalam penelitian yang menyatakan bahwa *Revisit Intention* dipengaruhi secara signifikan oleh *Service Quality*. Dan juga penelitian Ariani & Yolanda (2024) menunjukkan bahwa niat berkunjung kembali secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Serta membantah penelitian yang dilakukan oleh Maisaroh (2023) yang menyatakan bahwa *Service Quality* tidak berpengaruh terhadap *Revisit Intention*.

### **Pengaruh Perceived Atmosphere Terhadap Tingkat Revisit Intention Di Malalayang Beach Walk**

*Perceived Atmosphere* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Revisit Intention* ke Malalayang Beach Walk. Suasana yang dirasakan pengunjung, termasuk keindahan lingkungan, kenyamanan, dan harmoni tata ruang, berperan penting dalam membentuk pengalaman wisata yang memuaskan. Ketika pengunjung merasa terkesan dengan suasana yang menyenangkan dan harmonis di destinasi tersebut, mereka lebih cenderung untuk kembali di masa depan. Suasana yang positif tidak hanya meningkatkan kepuasan pengunjung, tetapi juga menciptakan kenangan yang mendorong niat mereka untuk mengulangi kunjungan. Oleh karena itu, menciptakan dan mempertahankan suasana yang menarik dan nyaman menjadi faktor kunci dalam meningkatkan *revisit intention* ke Malalayang Beach Walk.

Hal ini didukung pada hasil uji T pada pengolahan data menggunakan SPSS 27. Maka penelitian ini membuktikan variabel *Perceived Atmosphere* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Yulinda (2021) yang menunjukkan bahwa *Perceived Atmosphere* berpengaruh terhadap terjadinya kunjungan ulang (*Revisit Intention*), serta dalam penelitian yang menyatakan bahwa *Revisit Intention* dipengaruhi secara signifikan oleh *Perceived Atmosphere* yang dicapai melalui kepuasan pelanggan. Dan Oktavio (2023) menunjukkan bahwa jika klien merasa nyaman dengan suasananya, misalnya kerapian dan tingkat kebisingan yang rendah, mereka pasti akan kembali ke tempat tersebut. Hal ini membuktikan bahwa suasana menjadi peranan yang sangat penting terhadap *Revisit Intention*

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data penelitian diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Physical Evidence*, *Service Quality*, dan *Perceived Atmosphere* secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengunjung untuk kembali.
2. *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap niat kunjung ulang.
3. Kualitas pelayanan yang mencakup keramahan petugas, kecepatan respons, dan pemenuhan kebutuhan pengunjung, juga berpengaruh signifikan terhadap niat kunjung ulang.
4. *Perceived Atmosphere* atau suasana yang menyenangkan dan harmonis di Malalayang Beach Walk berpengaruh signifikan terhadap niat pengunjung untuk kembali.

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas, maka dapat dijelaskan saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan daya tarik Malalayang Beach Walk, fokuslah pada perbaikan fasilitas, peningkatan kualitas pelayanan, penciptaan suasana yang nyaman, dan penyelenggaraan acara yang menarik. Dengan begitu, pengunjung akan lebih betah dan ingin kembali
2. Untuk peneliti selanjutnya, sangat diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan acuan bagi penelitian sejenis dan sekiranya bisa lebih dikembangkan lagi untuk memperluas variabel lainnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Al-Baroroh, H. R. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention melalui Customer Satisfaction pada Waroeng De'u di Nganjuk. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang
- Ariyanto, Aris, et al. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Edited by Saripudin, CV. Widina Media Utama,
- Ariani, E., & Yolanda, M. (2024). The influence of price, service quality, and location on revisit intention through tourist satisfaction as an intervening variable in The Kandi Animal Park Tourism object in Sawahlunto City. *Marketing Management Studies*, 4(1), 78-89. <https://doi.org/10.24036/mms.v4i1.477>
- Ambitan, O., Lopian, J., dan Poluan, J. G. (2023). Pengaruh Faktor Harga, Citra Wisata Physical Evidence Dan Overall Satisfaction Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Objek Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon The Influence Of Price, Tourism Image, Physical Evidence, And Overall Satisfaction On Tourism Object In Tomohon City. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1283–1294.2021) <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46463>
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Chen, Xin, Cheng, Z. Feng, & Kim, G. B. (2020). Make It Memorable: Tourism Experience, Fun, Recommendation And Revisit Intentions Of Chinese Outbound Tourists. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–24 . <https://doi.org/10.3390/su12051904>
- Cibro, B., & Putri, I. (2021). Pengaruh Marketing Mix terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi di Kota Medan). <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5897>
- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil UD. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 262-267.
- Tjiptono F. (2019). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (Pertama)*. Surabaya :Unitomo Press.
- Karim, K. (2020). *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*
- Khotimah, K., & Astuti, P. B. (2022). Pengaruh Aksesibilitas Dan Physical Evidence Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bocor Di Kebumen). Dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Nomor 4). <https://doi.org/10.32639/jimmmba.v4i4.148>
- Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2023). Kian Melesat Di 2023, Pariwisata Indonesia Bersiap Menuju Level Prapandemi. Media Keuangan.
- Lee, H. G., & Christiarini, R. (2021). Analysis Of Service Quality, Food Quality, Atmosphere Against Revisit Intention and Positive Word of Mouth at Casual Dining Restaurant in Batam City. *ECo-Buss*, 4(2), 230–241. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i2.274>
- Makalew, A. J. L., Mananeke, L., Ch, D. A., & Lintong, . A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus Di Bitung Analysis of Factors That Influence Revisit Intention Of Tourism Interest In Tourism Object In Alam Batu Angus Di Bitung. 7(3), 2631–2640. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.23712>

- Manengal, B., Kalangi, J. A. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42–46. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/32285>
- Miastita, A., Hidayah, T., & Maspufah, H. (2023). Analisis Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Keuangan* (Vol. 4, Nomor 1). [www.jurnal.itsm.ac.id](http://www.jurnal.itsm.ac.id)
- MAISAROH, S., Umam, M., & Khairul, R. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang) (Doctoral dissertation, UIN Surakarta)*.
- Muhammad, F. J., Irawati, I., & Halimah, M. (2022). Implementasi Kebijakan Program Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kota Manado. *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 7(1), 63-83. <https://doi.org/10.14710/jekkk.v7i1.13234>
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230–243. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4651>
- Novia, F., Safitri, A., & Mugiono, S. (2020). Analysis Of Atmosphere, Social Environment, Food Quality, And Price Through Revisit Intention By Customer Satisfaction As A Mediation Variable (Case Study On Customer In Loe Mien Toe Coffee, Malang City). *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 21.
- Oktavio, F., Maharani, D. A. S., Diana, I. C., & Lim, J. (2023). Analisa Pengaruh Price, Location, Responsiveness Dan Atmosphere Terhadap Revisit Intention Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 81-94.. <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i1.6024>
- Peranginangin, P., Hefri, H., & Ariyanto, S. (2023). Analisa Pengaruh Destination Image, Perceived Satisfaction, Service Quality, Price, dan Experience terhadap Revisit Intention Masyarakat Batam ke Negara Tetangga Singapura dan Malaysia. Dalam *Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 1, Nomor 4). <https://jebiman.joln.org/index.php/jebiman/article/view/47>
- Porajow, C. P., Kawatak, S. Y., Walansendow, Y. A., & Anggoh, D. Z. (2023). Kualitas Pelayanan dan Keputusan Berkunjung di Atraksi Alam dan Buatan Malalayang Beach Walk Kota Manado. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 2(4), 59-64. <https://doi.org/10.55123/toba.v2i4.2640>
- Ramdhan, K., & Juju, H. U. (2020). Pengaruh Bauran Promosi dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Penumpang pada Bus Executive Primajasa Rute Bandung–Jakarta (Survei pada Penumpang Bus Executive Primajasa Rute Bandung–Jakarta). (Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas). <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/49041>
- Ramdhani, A. S., & Astuti, S. R. T. (2019). The Analysis of Relationship Between Experiential Marketing, Service Quality, Visitors' Satisfaction, and Revisit Intention: Study on Tourism Industry. *Diponegoro International Journal of Business*, 2(2), 107-111. <https://doi.org/10.14710/dijb.2.2.2019.107-111>
- Riskiyah, N, et al. (2020). "Store Atmosphere Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Restoran Kapal Jodoh Batu Marmar Pamekasan." *Al Iqtishod*, Vol. 8, No. 2, Jul. 2020, Pp. 54-62.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna (2022). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. Pustakabarupress. Yogyakarta: Wiratna Sujarweni, V. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif.
- International Tourism Highlights, (2023) Edition—The Impact of COVID-19 on Tourism (2020–2022). UNWTO Madrid, Spain.
- Yulinda, A., Febriansyah, E., & Riani, F. (2021). Pengaruh Store's Atmosphere dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1-14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>