

SUMMARY

This research is a quantitative study aimed at analyzing the influence of ambience, social environment, and place identity on revisit intention, with customer experience as a mediating variable. The study also seeks to explain inconsistencies found in previous research and to deepen the understanding of factors that drive customer revisit intention. A case study was conducted at Alas House Café in Purwokerto, involving 176 respondents through a non-probability sampling technique. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of AMOS software. The results show that ambience, social environment, and place identity have a positive influence on revisit intention, both directly and through the mediation of customer experience. These findings contribute theoretically by reaffirming the applicability of the Stimulus-Organism-Response (SOR) framework in the context of café services, and by emphasizing the mediating role of customer experience in translating environmental stimuli into behavioral intentions. Practically, the study offers strategic insights for café managers to improve revisit intention by focusing on creating a harmonious ambience, strengthening the social environment, and fostering place identity through thoughtful branding and spatial design. Customer experience should be central to service strategies to ensure memorable and meaningful interactions. However, this study is limited by its geographic scope, which focuses solely on customers of a single café in Purwokerto, thus limiting generalizability. Additionally, some model fit indicators were in the marginal category, suggesting the need for future research to refine model structures and broaden the study scope across different regions and demographics to improve robustness and applicability.

Keywords: *Ambience, Social Environment, Place Identity, Customer Experience, Revisit Intention, SEM, Alas House Café*

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang bertujuan menganalisis pengaruh ambience, lingkungan sosial, dan identitas tempat terhadap niat kunjungan ulang, dengan pengalaman pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini juga berupaya menjelaskan ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya serta memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang mendorong niat kunjungan ulang pelanggan. Studi kasus dilakukan di Alas House Café, Purwokerto, dengan melibatkan 176 responden menggunakan teknik non-probability sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ambience, lingkungan sosial, dan identitas tempat memiliki pengaruh positif terhadap niat kunjungan ulang, baik secara langsung maupun melalui mediasi pengalaman pelanggan. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dengan menegaskan kembali penerapan kerangka Stimulus-Organisme-Respons (SOR) dalam konteks layanan kafe serta menekankan peran mediasi pengalaman pelanggan dalam menghubungkan rangsangan lingkungan dengan niat perilaku. Secara praktis, penelitian ini memberikan wawasan strategis bagi pengelola kafe untuk meningkatkan niat kunjungan ulang melalui pengelolaan ambience yang harmonis, penguatan lingkungan sosial yang inklusif, serta pembangunan identitas tempat yang konsisten melalui branding dan desain ruang yang tepat. Pengalaman pelanggan perlu menjadi fokus utama dalam merancang layanan agar tercipta interaksi yang berkesan dan bermakna. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan geografis yang hanya terbatas pada pelanggan Alas House Café di Purwokerto, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan dengan hati-hati. Selain itu, beberapa indikator kecocokan model menunjukkan nilai marginal, yang menyarankan perlunya penyempurnaan struktur model dan perluasan cakupan penelitian di wilayah dan demografi yang berbeda pada studi-studi selanjutnya untuk meningkatkan kekuatan dan aplikabilitas temuan.

Kata Kunci: *Suasana, Lingkungan Sosial, Identitas Tempat, Pengalaman Pelanggan, Niat Kunjungan Kembali, SEM, Alas House Café*