

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *HEDONIC EXPERIENCE* DAN *SOCIAL EXPERIENCE* SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *REVISIT INTENTION*

(Studi pada Konsumen *Coffee Shop Starbuck* di Kota Tasikmalaya)

Oleh:

Mochammad Fachri Faturochim

NPM 203402210

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2024**

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *HEDONIC EXPERIENCE* DAN *SOCIAL EXPERIENCE* SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *REVISIT INTENTION*
(Studi pada Konsumen *Coffee Shop Starbuck* di Kota Tasikmalaya)

Oleh:

Mochammad Fachri Faturachim

NPM 203402210

dibawah Bimbingan:

Prof. Dr. H. Kartawan S.E., M.P.

Adhitya Rahmat Taufiq S.E., M.Si.

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2024**