

**PENGARUH *SERVISCESCAPE*, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI
DI AKASA KINTAMANI COFFEE**

Abstrak

Niat Berkunjung Kembali dimunculkan sebagai reaksi seseorang terhadap suatu tempat, yaitu perilaku *approach* (pendekatan) yang merupakan perilaku positif yang didorong karena adanya rasa puas terhadap suatu tempat tertentu yaitu kunjungan kembali, keinginan untuk tinggal, menjelajah dan afiliasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *serviscescape*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali di AKASA Kintamani Coffee.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di AKASA Kintamani Coffee. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 235 responden yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS *Statistic 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Serviscescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali pada AKASA Kintamani Coffee. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali pada AKASA Kintamani Coffee. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali pada AKASA Kintamani Coffee.

Kata kunci: Niat Berkunjung Kembali, *Serviscescape*, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan.

UNMAS DENPASAR