

The Influence Of Customer Experience And Lifestyle On Consumers Revisit Intention Toward Nail Art Services At Cansbeauty_Id In Pangkalpinang

Pengaruh Customer Experience Dan Gaya Hidup Terhadap *Revisit Intention* Konsumen Nail Art Pada Cansbeauty_Id Di Pangkalpinang

Dhea Muliya Bayuputri¹, Sarwindah²

Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur, Program Studi Bisnis Digital^{1,2}

dheamly@gmail.com¹, indah_syifa@atmaluhur.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of customer experience and lifestyle on the revisit intention of nail art consumers at Cansbeauty_id in Pangkalpinang. This study employs a quantitative method using a survey approach, involving the distribution of questionnaires to 99 respondents who have previously used nail art services at Cansbeauty_id. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis was conducted using SPSS, including validity and reliability tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results showed that all statement items were valid and reliable. Multiple linear regression analysis yielded the equation $Y = 2.481 + 0.387X_1 + 0.545X_2$. Partially, customer experience had a positive and significant effect on revisit intention with a calculated t-value of 3.819 and significance of 0.000. Lifestyle also has a positive and significant effect on revisit intention with a calculated t-value of 6.590 and a significance level of 0.000. Simultaneously, customer experience and lifestyle have a significant effect on revisit intention with a calculated F-value of 92.443 and a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R^2) value of 0.658 indicates that 65.8% of revisit intention can be explained by customer experience and lifestyle, while 34.2% is influenced by other variables outside the scope of this study. The lifestyle variable is the most dominant factor influencing consumers' revisit intention for nail art services at Cansbeauty_id Pangkalpinang.

Keywords : Customer Experience, Lifestyle, Revisit Intention.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh customer experience dan gaya hidup terhadap revisit intention konsumen nail art pada Cansbeauty_id di Pangkalpinang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 99 responden yang pernah menggunakan jasa nail art pada Cansbeauty_id. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS meliputi uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan reliabel. Analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 2,481 + 0,387X_1 + 0,545X_2$. Secara parsial, customer experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap revisit intention dengan nilai t hitung sebesar 3,819 dan signifikansi 0,000. Gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap revisit intention dengan nilai t hitung sebesar 6,590 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, customer experience dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap revisit intention dengan nilai F hitung sebesar 92,443 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,658 menunjukkan bahwa 65,8% revisit intention dapat dijelaskan oleh customer experience dan gaya hidup, sedangkan 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Variabel gaya hidup menjadi faktor yang paling dominan memengaruhi revisit intention konsumen nail art pada Cansbeauty_id di Pangkalpinang.

Kata kunci: Pengalaman Pelanggan, Gaya Hidup, Niat untuk Kembali.

1. Pendahuluan

Industri kecantikan di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan penampilan, perawatan diri, dan gaya hidup modern. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan ini adalah layanan seni kuku, yang telah

berkembang dari sekadar aksesoris menjadi bagian penting dari tren mode dan ekspresi diri. Tren ini telah memperketat persaingan di industri seni kuku, sehingga memaksa para pelaku usaha untuk memberikan layanan terbaik dan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan mereka.

Pengalaman pelanggan merupakan faktor kritis dalam membangun hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia layanan. Pengalaman pelanggan yang positif—seperti layanan yang ramah, lingkungan yang nyaman, kebersihan, kualitas hasil seni kuku, dan komunikasi yang efektif—dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk kembali atau niat mereka untuk berkunjung kembali. Niat berkunjung kembali adalah niat konsumen untuk menggunakan produk atau layanan yang sama lagi dan berfungsi sebagai indikator utama loyalitas pelanggan.

Selain pengalaman pelanggan, gaya hidup juga diyakini memengaruhi niat untuk kembali. Gaya hidup modern, yang ditandai dengan meningkatnya kepedulian terhadap penampilan, keterlibatan aktif di media sosial, dan mengikuti tren kecantikan, mendorong meningkatnya permintaan akan layanan seni kuku. Konsumen dengan gaya hidup modis yang mengikuti tren kecantikan cenderung memiliki keinginan yang lebih kuat untuk menggunakan layanan seni kuku secara teratur.

Cansbeauty_id, sebuah usaha seni kuku di Pangkalpinang, perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat pelanggan untuk kembali guna meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan dan gaya hidup terhadap niat untuk kembali berkunjung di kalangan pelanggan seni kuku di Cansbeauty_id, Pangkalpinang.

2. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah bagian yang membahas teori-teori dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Penelitian ini mengkaji pengalaman pelanggan, gaya hidup, dan niat untuk kembali mengunjungi tempat tersebut dalam industri jasa kecantikan, khususnya layanan seni kuku di Cansbeauty_id.

1. Customer Experience

Pengalaman pelanggan adalah persepsi dan respons keseluruhan konsumen dari interaksi dengan suatu perusahaan sebelum, selama, dan setelah pembelian. Hal ini sangat penting karena memengaruhi kepuasan dan loyalitas. Dalam penelitian ini, pengalaman pelanggan mencakup kualitas layanan, kebersihan, kenyamanan, keramahan staf, dan kualitas seni kuku.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Iwan Setiawan, Hera Herdiana, dan Apri Budiarto (2022), pengalaman pelanggan berdampak positif terhadap niat untuk kembali mengunjungi Kedai Kopi Biji Ciamis. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan yang baik dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk kembali mengunjungi tempat tersebut.

Studi lain oleh Dida Hilman Maulana, Mohamad Rizan, dan Meta Bara Berututu (2025) juga menyatakan bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan niat untuk kembali, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Selain itu, Debora Oktaviani Sinaga, Fitriani Latief, dan Januar Kulsaputro (2025) menemukan bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pelanggan untuk kembali berkunjung, baik secara parsial maupun simultan.

2. Gaya Hidup

Gaya hidup mengacu pada cara hidup seseorang, sebagaimana tercermin dalam aktivitas sehari-hari, minat, dan pendapatnya. Hal ini menunjukkan bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya, serta bagaimana ia memandang diri sendiri dan

lingkungannya. Dalam industri kecantikan, gaya hidup sangat erat kaitannya dengan tren penampilan, rutinitas perawatan diri, mengikuti mode, dan penggunaan media sosial.

Gaya hidup konsumen saat ini cenderung mengutamakan penampilan dan tren kecantikan modern. Konsumen yang secara aktif mengikuti tren kecantikan biasanya menunjukkan minat yang lebih besar terhadap layanan seni kuku dan mengintegrasikannya ke dalam gaya hidup mereka. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan dan tren kecantikan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial masyarakat modern.

Penelitian oleh Rahayu Mardikaningsih dan Didit Darmawan (2021) menyatakan bahwa gaya hidup secara signifikan memengaruhi minat konsumen untuk kembali mengunjungi suatu tempat. Studi tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang dapat memengaruhi keputusan untuk mengunjungi kembali suatu tempat atau layanan tertentu.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Sarwindah, Marini, dan Anisah (tanpa tahun) mengkaji penggunaan sistem pemasaran digital berbasis web untuk meningkatkan penjualan usaha kecil dan menengah (UKM). Studi tersebut menjelaskan bahwa kemajuan teknologi digital dan media sosial memberikan peluang bagi pemilik usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan membangun kesadaran merek melalui platform seperti situs web, Instagram, dan Facebook.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital berbasis web dapat meningkatkan visibilitas produk, penjualan, dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini relevan dengan penelitian tentang Cansbeauty_id karena media sosial dan pemasaran digital juga berperan dalam membangun pengalaman pelanggan dan meningkatkan niat konsumen untuk kembali mengunjungi industri jasa kecantikan.

3. Revisit Intention

Niat untuk kembali mengacu pada keinginan atau niat konsumen untuk kembali membeli atau menggunakan layanan yang sama di masa mendatang. Niat untuk kembali menunjukkan bahwa konsumen memiliki penilaian positif terhadap pengalaman mereka sebelumnya. Dalam bisnis seni kuku, niat untuk kembali dapat berupa keinginan konsumen untuk kembali menjalani perawatan kuku, mencoba desain baru, atau merekomendasikan salon tersebut kepada orang lain.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Natasya Friseyla, LGLK. Dewi, dan I Nyoman Sudiarto (2023), ditemukan bahwa dimensi pengalaman pelanggan, seperti rasa, pemikiran, dan hubungan, memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk kembali.

Selain itu, penelitian (Reza Pradana Adiharsa, 2021) menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memengaruhi niat untuk kembali, dan hubungan ini diperkuat oleh kesadaran merek.

Dalam penelitian ini, indikator niat untuk kembali meliputi niat untuk kembali, menggunakan kembali layanan, menjadikannya pilihan utama, dan merekomendasikannya kepada orang lain.

4. Hubungan Antar Variabel

Pengalaman pelanggan dan gaya hidup merupakan faktor-faktor yang memengaruhi niat untuk kembali. Semakin baik pengalaman pelanggan dan semakin besar perhatian konsumen terhadap penampilan serta tren kecantikan, semakin tinggi pula niat konsumen untuk kembali menggunakan layanan nail art di Cansbeauty_id.

Sebuah penelitian (Mochamad Rizky Khairiyadi, Andi Muhammad Sadat, Rahmi, 2024) menemukan bahwa pengalaman pelanggan dan kepuasan konsumen berdampak positif terhadap niat untuk kembali.

Selain itu, sebuah studi oleh Nila Kamalun Nikmah (2024) menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang pengunjung.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan dan gaya hidup terhadap niat kunjungan ulang konsumen seni kuku di Cansbeauty_id.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Customer Experience (X1)	Pelayanan, kebersihan, kenyamanan, keramahan pegawai, hasil nail art
Gaya Hidup (X2)	Aktivitas, minat, opini, peduli penampilan, mengikuti tren
Revisit Intention (Y)	Niat datang kembali, menggunakan ulang, rekomendasi, pilihan utama

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

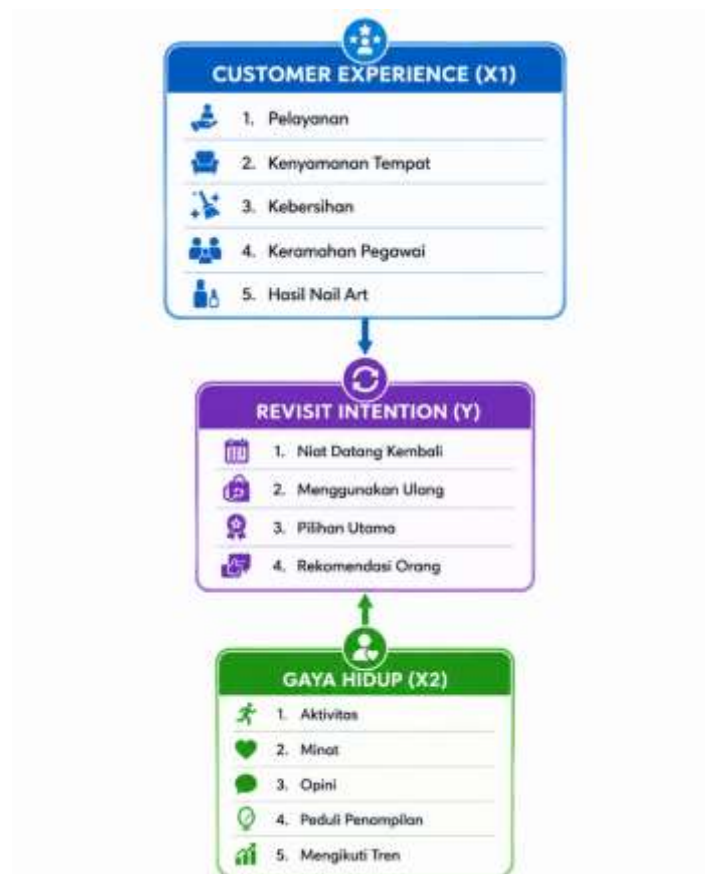


Fig. 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Pengaruh *Customer Experience* dan *Gaya Hidup* terhadap *Revisit Intention* Konsumen Nail Art pada Cansbeauty_id.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis survei untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan dan gaya hidup terhadap niat untuk kembali berkunjung di kalangan konsumen layanan seni kuku di Cansbeauty_id. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026 dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sebelumnya pernah menggunakan layanan seni kuku di Cansbeauty_id.

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh pelanggan Cansbeauty_id, dengan total 7.801 orang. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error

10%, sehingga menghasilkan sampel sebanyak 99 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling purposif, dengan kriteria meliputi responden yang sebelumnya pernah menggunakan layanan seni kuku di Cansbeauty_id, bersedia mengisi kuesioner, dan berusia minimal 17 tahun.

Variabel penelitian terdiri dari Pengalaman Pelanggan (X_1), Gaya Hidup (X_2), dan Niat Kembali (Y). Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner skala Likert 4 poin: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

Prosedur penelitian dimulai dengan identifikasi masalah, tinjauan pustaka, penyusunan proposal penelitian, pengembangan kuesioner berdasarkan indikator variabel, pemilihan responden, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, dan pengolahan data menggunakan SPSS.

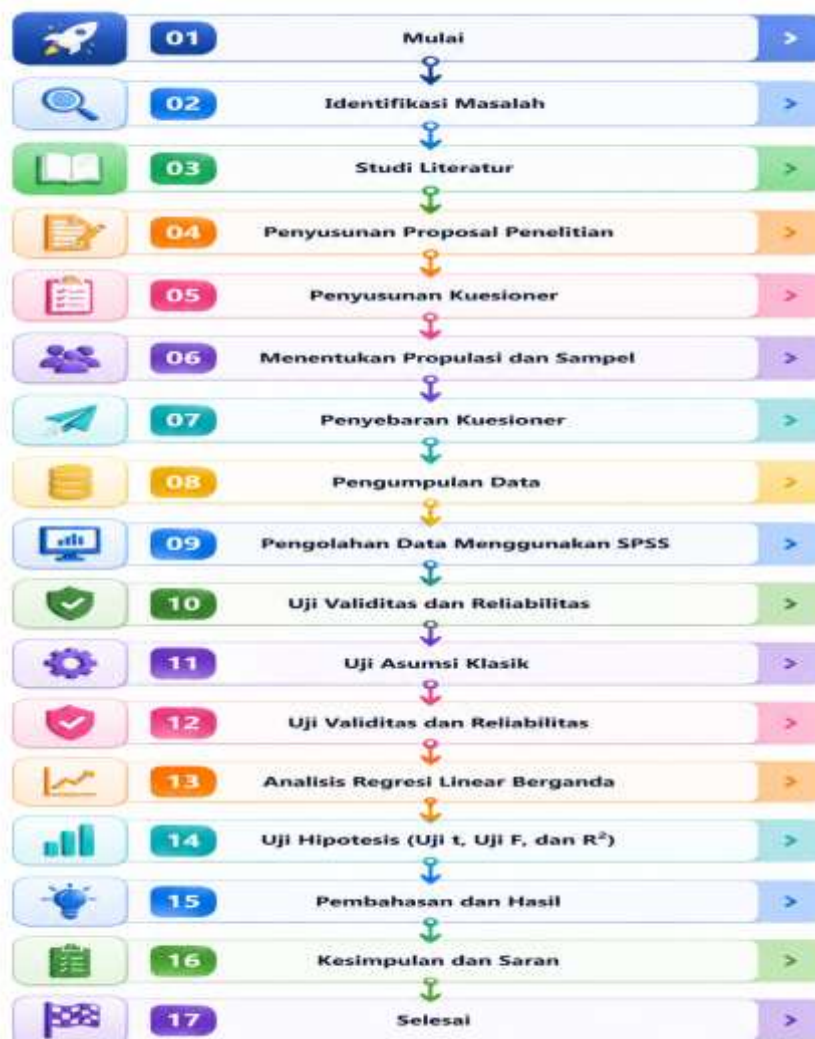
Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji-t, uji-F, dan koefisien determinasi (R^2). Model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- a. $Y = \text{Revisit Intention}$
- b. $a = \text{Konstanta}$
- c. $b_1, b_2 = \text{Koefisien regresi}$
- d. $X_1 = \text{Customer Experience}$
- e. $X_2 = \text{Gaya Hidup}$
- f. $e = \text{Error}$

Alur penelitian menggambarkan tahapan penelitian secara sistematis mulai dari identifikasi masalah hingga penarikan kesimpulan penelitian.



4. Hasil dan Pembahasan

Bagian ini memaparkan temuan penelitian yang diperoleh dari analisis data, beserta pembahasan ilmiah mengenai pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Gaya Hidup terhadap niat untuk kembali berkunjung di kalangan konsumen seni kuku di Cansbeauty_id. Pembahasan ini didasarkan pada hasil analisis statistik yang dilakukan menggunakan SPSS dan dibandingkan dengan teori-teori terkait serta penelitian sebelumnya.

1. Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 99 responden yang pernah menggunakan layanan nail art di Cansbeauty_id. Berdasarkan analisis deskriptif, variabel Pengalaman Pelanggan memiliki rata-rata 37,808, variabel Gaya Hidup memiliki rata-rata 36,616, dan variabel Niat Kembali memiliki rata-rata 37,071. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terkait layanan, gaya hidup, dan niat mereka untuk kembali menggunakan layanan nail art di Cansbeauty_id.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan memiliki nilai r yang dihitung lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,198, sehingga semua item dianggap valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha untuk semua variabel melebihi 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian dianggap reliabel dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,481 + 0,387X_1 + 0,545X_2$$

Persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel Pengalaman Pelanggan (X1) dan Gaya Hidup (X2) memiliki pengaruh positif terhadap Niat Kembali (Y). Koefisien regresi untuk Gaya Hidup lebih tinggi daripada Pengalaman Pelanggan, yang menunjukkan bahwa Gaya Hidup memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap niat konsumen untuk kembali menggunakan layanan seni kuku di Cansbeauty_id.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Pengalaman Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Kembali (nilai p = 0,000, nilai t = 3,819). Variabel Gaya Hidup juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Kembali, dengan nilai p sebesar 0,000 dan nilai t yang dihitung sebesar 6,590.

Selain itu, hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dengan nilai F yang dihitung sebesar 92,443, yang menunjukkan bahwa Pengalaman Pelanggan dan Gaya Hidup secara bersamaan memengaruhi Niat Kembali. Nilai koefisien determinasi (R-kuadrat) sebesar 0,658 menunjukkan bahwa 65,8% variasi dalam Niat Kembali dapat dijelaskan oleh Pengalaman Pelanggan dan Gaya Hidup, sedangkan 34,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar cakupan penelitian ini.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Customer Experience terhadap Revisit Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengalaman Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Kembali. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen yang mendapatkan layanan yang baik, lingkungan yang nyaman, kebersihan yang terjaga, staf yang ramah, serta hasil nail art yang memuaskan, cenderung berniat untuk kembali menggunakan layanan nail art di Cansbeauty_id.

Dalam industri jasa kecantikan, pengalaman pelanggan merupakan faktor kritis karena konsumen tidak hanya mengevaluasi hasil akhir layanan, tetapi juga pengalaman emosional dan kenyamanan selama proses layanan berlangsung. Pengalaman yang positif menumbuhkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, sehingga meningkatkan kemungkinan kunjungan ulang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention* dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan menjadi strategi penting dalam mempertahankan konsumen.

b. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Revisit Intention

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Kembali serta memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Pengalaman Pelanggan. Konsumen yang peduli dengan penampilan, mengikuti tren kecantikan, dan memandang seni kuku sebagai bagian dari gaya hidup modern cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk kembali menggunakan layanan seni kuku.

Hasil ini menunjukkan bahwa perkembangan tren kecantikan dan media sosial memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen, terutama di kalangan konsumen muda. Seni kuku tidak lagi hanya dipandang sebagai perawatan kecantikan, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri dan identitas gaya hidup.

Temuan ini mendukung teori gaya hidup, yang menyatakan bahwa aktivitas, minat, dan pendapat konsumen memengaruhi perilaku konsumsinya. Oleh karena itu, bisnis jasa kecantikan

yang dapat mengikuti tren dan gaya hidup konsumen memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan niat kunjungan ulang pelanggan.

c. Pengaruh Customer Experience dan Gaya Hidup terhadap Revisit Intention

Secara bersamaan, Pengalaman Pelanggan dan Gaya Hidup memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Niat untuk Kembali. Hasil ini menunjukkan bahwa niat konsumen untuk kembali menggunakan layanan seni kuku dipengaruhi oleh pengalaman layanan yang positif serta gaya hidup modern.

Konsumen yang memiliki pengalaman layanan yang memuaskan dan minat yang kuat terhadap tren kecantikan cenderung lebih loyal dan ingin kembali menggunakan layanan seni kuku di Cansbeauty_id.

Temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pengalaman pelanggan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen di industri jasa. Studi ini juga mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan faktor dominan dalam meningkatkan niat untuk kembali di industri kecantikan, khususnya untuk layanan seni kuku, yang sangat terkait dengan tren dan penampilan pribadi.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan studi mengenai pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Gaya Hidup terhadap Niat Kembali Mengunjungi bagi konsumen nail art di Cansbeauty_id, dapat disimpulkan bahwa Pengalaman Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Kembali Mengunjungi. Konsumen yang mendapatkan pelayanan yang baik, lingkungan yang nyaman, kebersihan yang terjaga, staf yang ramah, serta hasil nail art yang memuaskan cenderung memiliki niat untuk kembali menggunakan layanan nail art.

Gaya Hidup juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Kembali. Konsumen yang peduli dengan penampilan, mengikuti tren kecantikan, dan menganggap seni kuku sebagai bagian dari gaya hidup modern mereka lebih cenderung kembali untuk menggunakan layanan seni kuku.

Secara bersamaan, Pengalaman Pelanggan dan Gaya Hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Kembali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel ini merupakan faktor kunci dalam meningkatkan niat konsumen untuk kembali menggunakan layanan seni kuku di Cansbeauty_id. Selain itu, variabel Gaya Hidup memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan Pengalaman Pelanggan..

Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 65,8% dari niat untuk berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh pengalaman pelanggan dan gaya hidup, sedangkan 34,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar cakupan penelitian ini.

1. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diajukan beberapa rekomendasi. Para peneliti di masa mendatang didorong untuk memasukkan variabel tambahan seperti harga, promosi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan guna memperoleh temuan penelitian yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan ukuran sampel yang lebih besar serta mengkaji subjek penelitian yang berbeda di dalam industri jasa kecantikan.

Untuk Cansbeauty_id, disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan, kebersihan, keramahan staf, dan inovasi desain seni kuku guna meningkatkan pengalaman konsumen. Selain itu, perusahaan juga diharapkan lebih aktif mengikuti tren kecantikan dan memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan minat konsumen agar kembali berkunjung di masa mendatang.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini. Terima kasih kepada dosen pembimbing atas arahan dan bimbingan selama proses penelitian, kepada pihak Cansbeauty_id yang telah memberikan izin penelitian, serta kepada seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga, pasangan, teman, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama penyusunan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Debora Oktaviani Sinaga, Fitriani Latief, Januar Kulsaputro, . (2025). Analisis Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Intention To Revisit (Studi Kasus: Niels Coffee & Bakmie). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(3), 326–336. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk/article/view/5404>
- Dida Hilman Maulana, Mohamad Rizan, Meta Bara Berututu, . (2025). Pengaruh Servicescape dan Customer Experience terhadap Revisit Intention melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening: Studi pada Kopi Konnichiwa Menteng Dida. *Indonesia Economic Jurnal*, 1(2), 635–664.
- Iwan Setiawan, Hera Herdiana, Apri Budianto, . (2022). 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://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/5774>
- Mochamad Rizky Khairiyadi, Andi Muhammad Sadat, Rahmi, . (2024). Pengaruh Fitness Experience dan Store Atmosphere terhadap Revisit Intention Pelanggan Fitness dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1093–1108. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i3.872>
- Natasya Friseyla, LGLK. Dewi, I Nyoman Sudiarto, . (2023). Pengaruh Dimensi Customer Experience Terhadap. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 11(1), 92–100.
- Nila Kamalun Nikmah, . (2024). PENGARUH DESTINATION IMAGE , CUSTOMER EXPERIENCE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP REVISIT INTENTION (Studi Kasus : Pengunjung Di Wisata Owabong Waterpark Purbalingga). *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
- Rahayu Mardikaningsih, Didit Darmawan, . (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Lokasi, dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Kunjung Kembali Tujuan Plaza Surabaya. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, vol 2, No(2745–7710), 43–48.
- Reza Pradana Adiharsa, . (2021). Pengaruh Customer Satisfaction Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Moderasi. *Universitas Muhammadiyah Magelang*, 1–39. https://repositori.unimma.ac.id/3236/1/16.0101.0049_BAB_I_BAB_II_BAB_III_BAB_V_DAFTAR_PUSTAKA_-_Adiharsa_Pradana.pdf
- Sarwindah , Marini, Anisah, . (n.d.). Utilization of a web-based Digital Marketing System in increasing sales of MSME Pastries Pemanfaatan Sistem Digital Marketing berbasis web dalam meningkatkan penjualan UMKM Kue Kering UMKM . Untuk mengatasi masalah ini , penelitian bertujuan mengembangkan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, (x), 2–11.
- from <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>