

PENGARUH *PERCEIVED AUTHENTICITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH *INVOLVEMENT*
(STUDI PADA PELANGGAN KAFÉ OTENTIK DI JOMBANG)

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program
Studi Manajemen**



Eris Rahmawati

1861064

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

PGRI DEWANTARA

JOMBANG

2022