

**PENGARUH PELAYANAN DAN PENGALAMAN TERHADAP  
LOYALITAS WISATAWAN DI WISATA POSONG  
KABUPATEN TEMANGGUNG**

**ARTIKEL ILMIAH**

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Hammam Chomsa Altaf Putra  
NIM : 205963  
Program Studi : Pariwisata  
Jenjang : S-1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**2024**

**PENGARUH PELAYANAN DAN PENGALAMAN TERHADAP  
LOYALITAS WISATAWAN DI WISATA POSONG  
KABUPATEN TEMANGGUNG**

**ARTIKEL ILMIAH**

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Hammam Chomsa Altaf Putra  
NIM : 205963  
Program Studi : Pariwisata  
Jenjang : S-1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

Perkembangan ekonomi telah dipengaruhi secara signifikan oleh sektor pariwisata. Pariwisata telah menjadi komponen penting dari kebutuhan dan gaya hidup manusia sebagai hasil dari meningkatnya kesejahteraan dan kemajuan. Ini telah menginspirasi jutaan orang untuk menyelidiki budaya dan alam berbagai wilayah di seluruh dunia. Penelitian ini berupaya mengetahui pengaruh pelayanan dan pengalaman terhadap loyalitas wisatawan di Posong, Kabupaten Temanggung. Penelitian ini menggunakan *metode penelitian eksplanasi* dengan pendekatan kuantitatif. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan IBM SPSS. Temuan penelitian membuktikan bahwa Dinas Pariwisata (X1) memiliki efek positif yang signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Pengalaman Traveler secara bersamaan tidak memengaruhi loyalitas traveler (Y). Pelayanan dan pengalaman mempengaruhi loyalitas wisatawan Posong. mempengaruhi loyalitas turis Posong. Variabel layanan dan pengalaman secara bersamaan menyumbang pengaruh 19,7% terhadap loyalitas wisatawan. Sedangkan 80,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Bagi peneliti berikutnya dimaksudkan untuk dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan dan mempertimbangkan variabel lain seperti kualitas fasilitas, reputasi dan citra tujuan, harga dan nilai, dan sebagainya sebagai variabel yang akan diteliti agar mendapatkan hasil yang bervariasi dan relevan. Sementara itu, bagi pengelola tempat wisata Posong, dimaksudkan agar temuan penelitian ini dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan layanan dan pengalaman pariwisata dalam rangka meningkatkan loyalitas wisatawan. Manajer Pariwisata Posong.

Kata kunci: Pariwisata Posong, Layanan, Pengalaman, Loyalitas Wisatawan.

## **ABSTRACT**

*Economic development has been significantly influenced by the tourism sector. Tourism has become an important component of human needs and lifestyles as a result of increasing well-being and progress. It has inspired millions of people to investigate the cultures and nature of various regions around the world. This study seeks to determine the influence of service and experience on tourist loyalty in Posong, Temanggung Regency. This study uses explanatory research methods with a quantitative approach. The data processing in this study was carried out with the assistance of IBM SPSS. The findings of the study prove that the Tourism Service (X1) has a significant positive effect on tourist loyalty. A Traveler's experience simultaneously does not affect traveler loyalty (Y). Service and experience affect the loyalty of Posong tourists. Service and experience variables simultaneously contributed a 19.7% influence to tourist loyalty. While the remaining 80.3% was influenced by other factors. For the next researcher, it is intended to be able to make this research a reference and consider other variables such as the quality of facilities, reputation and image of the destination, price and value, and so on as variables to be studied in order to obtain varied and relevant results. Meanwhile, for the manager of Posong tourist attractions, it is intended that the findings of this study can be taken into consideration to improve tourism services and experiences in order to increase tourist loyalty. Posong Tourism Manager.*

*Keywords: Posong Tourism, Service, Experience, Tourist Loyalty.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata menjadi sebuah sektor yang menduduki peranan krusial pada pembangunan perekonomian (Bahri & Abdilah, 2022). Peningkatan kemajuan dan kesejahteraan mengubah pariwisata sebagai elemen krusial dalam gaya hidup dan kebutuhan manusia, serta memicu berbagai individu untuk mengeksplorasi budaya maupun alam di berbagai penjuru dunia. Perkembangan dan kemajuan industri pariwisata saat ini merupakan hasil dari kemajuan sosial dan kehidupan masyarakat. Jika pengelolaan pariwisata dilakukan dengan baik, sektor ini dapat menjadi sarana yang efektif untuk mencapai kemajuan sosial dan mempererat hubungan antarbangsa serta negara (Suwarti, 2018). Dengan demikian, industri pariwisata menjadi satu diantara berbagai potensi utama yang memainkan peranan krusial untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta pemerintah Indonesia dan menciptakan lapangan kerja. Hal ini didukung oleh berbagai komponen yang mempunyai keterlibatan secara langsung maupun tidak pada pengembangan industri pariwisata (Amin, 2014).

Di Indonesia, sektor pariwisata tergolong sebagai satu diantara lima sumber utama pemasukan devisa negara yang sangat potensial dan memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi yang masih mengalami pertumbuhan lambat. Sektor ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Pengembangan yang baik dalam sektor pariwisata mampu menyita atensi wisatawan domestik hingga internasional untuk singgah dan mengeluarkan uang

mereka, yang akhirnya akan menyebabkan peningkatan pada taraf hidup masyarakat di lokasi wisata serta menghasilkan devisa dari wisatawan mancanegara yang menukarkan mata uang mereka dengan rupiah.

Destinasi Wisata Posong Temanggung ada di Desa Tlahab, Kec. Kledung, Kab. Temanggung menyuguhkan lanskap alam yang memukau dengan lanskap pengunungan yang mengelilingi area tersebut. Selain keindahan alam yang menjadi daya tarik utamanya, destinasi wisata ini juga menyediakan berbagai fasilitas wisata yakni gardu pandang, camping ground, spot foto, dan yang lainnya. Berbagai produk wisata ini dipromosikan dengan memanfaatkan media sosial dalam bentuk foto serta video. Wisata Alam Posong ialah satu diantara berbagai objek wisata di Kab. Temanggung yang dikelola oleh pemerintah desa bersama masyarakat setempat melalui Manajerial Wisata Alam Posong "BUMDES Mitra Sejahtera" Yunizar, I. M., Kismartini, K., & Rahman, A. Z. (2022). Tempat wisata ini dapat dianggap sebagai aset penting bagi pemerintah daerah Kabupaten Temanggung. Oleh karena itu, pemerintah daerah dan pengelola wisata harus terus berusaha menjaga dan bahkan meningkatkan keberadaan destinasi ini. Untuk memastikan bahwa eksistensi Wisata Alam Posong terus berkembang, pemerintah dan pengelola perlu menawarkan keunikan serta menciptakan identitas yang meninggalkan kesan positif bagi wisatawan dan menarik minat investor.

Jumlah pengunjung Posong terus meningkat. Dilansir dari [jatengprov.go.id](http://jatengprov.go.id), Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Temanggung Saktiyono Atmaji di ruang kerjanya yang ditemui pada

Selasa (10/5/2022) mengemukakan, sepanjang 29 April hingga 8 Mei 2022d yakni tanggal libur Lebaran, setidaknya 44.051 wisatawan tercatat menyinggahi Kabupaten Temanggung.

Loyalitas pengunjung memainkan peran krusial dalam pengembangan ekonomi, seperti yang dikemukakan oleh Novandaya & Wijaya (2021). Diharapkan, tingkat kepuasan yang tinggi akan mendorong peningkatan jumlah wisatawan yang datang dan ingin kembali. Peningkatan jumlah pengunjung ini berpotensi meningkatkan manfaat wisata bagi masyarakat lokal, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan pendapatan tambahan. Faktor-faktor terkait pendapatan dan pekerjaan ini juga dapat berdampak pada pengembangan ekonomi lokal di tingkat regional.

Loyalitas pengunjung merujuk pada persentase pelanggan yang tetap setia dan ingin terus menggunakan produk maupun jasa, serta bersedia memberikan rekomendasi produk atau jasa tersebut ke orang lain (Payangan, 2014). Menurut Jaya & Pambudy (2017), loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti harga, lokasi, promosi, serta produk. Di luar berbagai faktor tersebut, layanan juga merupakan aspek yang sangat penting karena langsung berdampak pada kepuasan pelanggan. Baiknya pelayanan akan membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan puas, sedangkan pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan dan menghambat pelanggan dari memberi rekomendasi atas jasa atau produk tersebut kepada individu lainnya. Konsumen yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi mereka mempunyai

kecenderungan akan memberi respons positif, seperti melakukan pembelian ulang di masa depan atau merekomendasikannya kepada orang lain.

Kualitas pelayanan memegang peranan penting pada pembentukan loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan jika kebutuhan pribadi mereka terpenuhi dan mereka merasakan pengalaman positif dari layanan yang diberikan. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan kerap diakibatkan karena buruknya layanan yang diberi atau penurunan kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi mereka (Irnandha, 2016).

Kualitas layanan mencerminkan sejauh mana keunggulan yang diharapkan dapat dicapai dan dikelola untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Pelayanan yang berkualitas tinggi mampu mendorong pelanggan membangun interaksi yang erat dengan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan semestinya mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengoptimalkan pengalaman positif dan mengurangi pengalaman negatif (Maulana, 2016).

Mengembangkan kualitas layanan serta mengelola respons emosional pelanggan merupakan pondasi dalam menciptakan loyalitas layanan. Perihal tersebut memperlihatkan bahwa kualitas layanan berdampak langsung pada kepuasan pelanggan, yang menjadi bentuk tanggapan terhadap layanan yang telah mereka terima. Kepuasan pelanggan sendiri menjadi faktor utama yang mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan. Semakin baiknya kualitas layanan yang disajikan akan sebanding dengan besarnya tingkat loyalitas pelanggan serta munculnya respons emosional positif dari mereka (Haryono & Evanita, 2015).

Pengalaman berwisata dapat memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan. Loyalitas wisatawan dapat diartikan sebagai keinginan untuk mengunjungi suatu destinasi lagi atau merekomendasikannya kepada wisatawan lain. Pengalaman berwisata dapat memengaruhi loyalitas wisatawan melalui kepuasan terhadap pengalaman wisata.

Loyalitas terhadap suatu destinasi dibentuk dari pengalaman yang berkesan setelah wisatawan mengunjungi tempat tersebut (Sharma & Kumar Nayak, 2019; Moon & Han, 2018; Tan & Wu, 2016). Wisatawan yang menyinggahi lokasi tersebut kedua kalinya umumnya karena mereka memiliki pengalaman yang mengesankan (Moon & Han, 2018, 2019). Kemampuan wisatawan untuk mengingat pengalaman mereka memiliki dampak signifikan terhadap tingkat loyalitas yang mereka tunjukkan (Huang et al., 2019). Ini karena pengalaman merupakan elemen penting dalam kegiatan pariwisata (Mansour & Ariffin, 2017). Penelitian Huang et al. (2019) mendukung pernyataan ini dengan memperlihatkan bahwa pengalaman berwisata memengaruhi dengan arah positif terhadap tingkat loyalitas.

Pelayanan serta pengalaman pelanggan dapat berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Baiknya pelayanan yang diberikan mampu menyebabkan pelanggan loyal terhadap perusahaan, dan pengalaman positif dapat mendorong pelanggan melakukan pembelian berulang dengan merek yang sama lalu memberi rekomendasi produk tersebut kepada individu lainnya.

Merujuk pada latar belakang yang dijabarkan, peneliti hendak menjalankan penelitian dengan judul “Pengaruh Pelayanan dan Pengalaman Terhadap Loyalitas Wisatawan di Posong Kabupaten Temanggung.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berlandaskan latar belakang permasalahan, maka dirumuskan pertanyaan penelitian yakni:

1. Apakah pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas wisatawan?
2. Apakah pengalaman memberikan pengaruh terhadap loyalitas wisatawan?
3. Apakah pelayanan dan pengalaman memberikan pengaruh terhadap loyalitas wisatawan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Merujuk pada rumusan permasalahan, maka tujuan studi yang hendak dicapai ialah:

1. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas wisatawan.
2. Mengetahui pengaruh pengalaman terhadap loyalitas wisatawan.
3. Mengetahui pengaruh pelayanan dan pengalaman terhadap loyalitas wisatawan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Merujuk ke tujuan yang tercantum, maka manfaat penelitian yang hendak dicapai yakni:

## 1. Manfaat Praktis

Temuan dari studi ini diharap mampu dimanfaatkan sebagai masukan untuk pengelola wisata khususnya wisata Posong supaya dapat memberikan wawasan sehingga dapat meningkatkan loyalitas wisatawan.

## 2. Manfaat Teoritis

Di luar manfaat praktisnya, penelitian ini mempunyai manfaat teoritis yakni guna memberi masukan atau referensi bagi perkembangan wisata di Indonesia khususnya terkait loyalitas wisatawan.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memberi kemudahan guna memahami isi skripsi ini secara keseluruhan, disusunlah sistematika penulisan yang berfungsi sebagai kerangka dan panduan dalam penyusunannya. Sistematikanya yakni:

#### **Bagian Awal Artikel Ilmiah**

Bagian ini mencakup berbagai halaman yakni sampul depan, judul, persetujuan dosen pembimbing, pengesahan, motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, serta abstrak.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini termasuk komponen awal yang mencakup Latar Belakang, Identifikasi dan Rumusan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Batasan Masalah, Lokasi dan Waktu Penelitian, Sistematika Penulisan.

#### **BAB II LITERATUR DAN KAJIAN TEORI**

Bagian ini memuat kajian literatur, kajian teori, serta hipotesis.

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

Bagian ini memuat jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PEMBAHASAN**

Bagian ini memuat penjelasan hasil analisis data, statistika deskriptif, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari temuan penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Segmen ini termasuk komponen akhir yang memuat pembahasan mengenai kesimpulan serta beberapa saran yang diharapkan dapat membangun.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN & SARAN**

#### **3.3 Kesimpulan**

Berlandaskan temuan studi serta pembahasan, ditarik simpulan bahwa Pelayanan Wisata (X1) mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas wisatawan. Namun, pengalaman wisatawan secara keseluruhan (simultan) tidak menunjukkan pengaruh pada loyalitas wisatawan (Y). Pelayanan dan pengalaman wisata secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan di Posong. Secara simultan, variabel pelayanan dan pengalaman memberikan kontribusi senilai 19,7% pada loyalitas wisatawan, sementara 80,3% sisanya dipengaruhi faktor lainnya.

#### **5.2 Saran**

##### **1. Saran bagi peneliti berikutnya**

Temuan studi ini diharap mampu dimanfaatkan menjadi rujukan untuk peneliti kedepannya, serta peneliti selanjutnya diharapkan mampu mempertimbangkan variabel lain seperti kualitas fasilitas, reputasi dan citra destinasi, harga dan nilai, dan lain sebagainya sebagai variabel yang diteliti supaya memperoleh hasil yang bervariasi dan relevan.

##### **2. Saran bagi tempat wisata yang bersangkutan**

Temuan penelitian ini diharap mampu dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan untuk Wisata Posong guna meningkatkan pelayanan serta

pengalaman wisata supaya bisa meningkatkan loyalitas wisatawan. Pengelola Wisata Posong bisa melakukan;

- Analisis Kualitas Pelayanan: Lakukan penelitian untuk mengidentifikasi elemen-elemen pelayanan yang paling penting bagi wisatawan. Survei kepuasan pelanggan dan analisis faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pengalaman positif atau negatif.
- Program Loyalitas: Mengembangkan dan evaluasi program loyalitas. Bandingkan efektivitas berbagai jenis insentif (diskon, akses eksklusif, pengalaman unik) dalam meningkatkan loyalitas wisatawan.
- Meningkatkan Peran Staf: Penelitian tentang pengaruh interaksi antara staff dan wisatawan terhadap pengalaman keseluruhan. Lakukan wawancara atau observasi untuk mengidentifikasi perilaku staf yang berkontribusi pada pengalaman positif.
- Dampak Ulasan dan Media Sosial: Analisis bagaimana ulasan di platform online (seperti Google, TripAdvisor) memengaruhi persepsi calon wisatawan dan dampaknya terhadap loyalitas. Lakukan survei tentang keputusan kunjungan berdasarkan ulasan.
- Peningkatan Fasilitas dan Infrastruktur: Teliti hubungan antara kualitas fasilitas (seperti kebersihan, aksesibilitas, kenyamanan) dan pengalaman wisatawan. Evaluasi pengaruh peningkatan fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, P. M., & Kusumadewi, N. M. W. (2017). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 5061–5087.
- Ahsanah, U., dan Artanti, Y, 2021, The Role of Memorable Tourism Experiences in the Relation between City Image and Visitor Engagement Toward ReVisit Intention to Yogyakarta City, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 56–70
- Apriyani, A. S. K., & Ekawati, R. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Pos Kilat Khusus. *Jurnal Teknik Industri*, 1(2), 96–107.
- Amin, R. (2014). Pengertian Pariwisata. *VALUASI EKONOMI LOKAWISATA TELUK KILUAN MENGGUNAKAN CONTINGENT VALUATION METHOD DAN TRAVEL COST*, 18.
- Arjana, I Gusti Bagus, 2016, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, Edisi 1, Cetakan 2, Rajawali Pers, Jakarta.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., and Kotler, P.: ‘Principles of marketing’ (Pearson Australia, 2014. 2014)
- Atmawati. Rustika dan Wahyuddin. 2007. Analisis pengaruh Kualitas. Pelayanan Terhadap kepuasan konsumen Pada matahari Departement Store di Dolo Grand Mall. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* hal 1-12 Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh fasilitas dan pengalaman pengunjung terhadap loyalitas pengunjung yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung (Survey pada pengunjung wisata umbul ponggok klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 8-18.
- Azwar S. 2013. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bahri, A. S., & Abdilah, F. (2022). Potensi Sumber Daya Manusia Bidang Pariwisata Di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(2), 84-92.
- Bungaran Antonius Simanjuntak, dkk, *Sejarah Pariwisata Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), h.1-2 10 I Gusti Bagus Rai Utama, P

- Cakici, A. C., Akgunduz, Y., & Yildirim, O. (2019). The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty: the mediating effect of revisit intention. *Tourism Review*, 74(3), 443–462. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0025>
- Chenini, A., & Mustapha Touaiti. (2018). Satisfaction and Destination Image : A Holistic Conceptual Framework Building Destination Loyalty Using Tourist Satisfaction and Destination Image : A Holistic Conceptual Framework. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(2), 37–43
- Dharma, R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. padang tour wisata pulau Padang. *Jurnal Ekobistek*, 6(2).
- Djunaedi, D., Basrie, F. H., Lidiawan, A. R., & Vitasmoro, P. (2022). Dampak Citra Destinasi, Faktor CRM dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Gunung Kelud pada Era New Normal. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 6(1), 26-40.
- Effendi, Sofian. and. Tukiran. 2012. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta. 319 hal. Fajarudin, 2014. Buku Saku Budidaya Kakao.
- Fahmi, M., Gultom, D. K., Siregar, Q. R., & Daulay, R. (2022). Citra Destinasi dan Pengalaman Destinasi Terhadap Loyalitas: Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(1), 58-71.
- Fahmi, M., Gultom, D. K., Siregar, Q. R., & Daulay, R. (2022). Citra Destinasi dan Pengalaman Destinasi Terhadap Loyalitas: Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(1), 58-71.
- Fahmi, M., Gultom, D. K., Siregar, Q. R., & Daulay, R. (2022). Citra Destinasi dan Pengalaman Destinasi Terhadap Loyalitas: Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(1), 58-71.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartini, S., & Mardhiyah, D. (2019). Determinan Loyalitas Wisatawan pada Wisata Bahari. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(4), 524-542.
- Hartini, S., & Mardhiyah, D. (2019). Determinan Loyalitas Wisatawan pada Wisata Bahari. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(4), 524-542.
- Haryono, G., & Evanita, S. (2015). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Jambi Permata Tour Dan Travel Di Sungai Penuh. *E- Jurnal Universitas Negeri Padang*.
- Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS.
- Hendra, T. (2017). Pengaruh nilai, kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2).
- Henriawan, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur). *Jurnal Coopetition (Ikopin) Universitas Sebelas April*, VI(2), 71–82.
- Hermanto, T. A., Moelyati, T. A., & Fitantina, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung Muara Enim. *MOTIVASI*, 7(1), 1-7.
- Huang, Y., Zhang, Y., & Quan, H. (2019). The relationship among food perceived value, memorable tourism experiences and behaviour intention: the case of the Macao food festival. *International Journal of Tourism Sciences*, 19(4), 258–268. <https://doi.org/10.1080/15980634.2019.1706028>
- Inayah, I. (2023). **MEMBANGUN LOYALITAS WISATAWAN MUSLIM DENGAN MEMPERKUAT KEPUASAN MELALUI KUALITAS PENGALAMAN WISATAWAN DAN FASILITAS RAMAH MUSLIM** (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Irnandha. (2016). Pengaruh Kualitas Layan-an terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat. Universitas Negeri Yogyakarta
- Jackson, J., & Murphy, P. (2006). Clusters in regional tourism An Australian case. *Annals of Tourism research*, 33(4), 1018-1035.

- James J. Spillane, 2001, *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta, Kanisius
- Jaya, D. R., & Pambudi, A. P. (2017). PENGARUH FASILITAS DAN BRAND IMAGETERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN TERMINAL BAKSO DI KEC LAREN LAMONGAN. *JURNAL EKBIS*, 18(2), 979-085.
- Kandampully, J., and Suhartanto, D.: 'Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2000, pp. 3
- Kementrian Pariwisata. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan dalam pasal 1
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism management*, 23(5), 521-530.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke. Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Buku Satu, salemba Empat Prenticel Hall, Jakarta.
- Kusumah, A. H. G. DESAIN PENGALAMAN DESA WISATA. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15(1), 49-58.
- Lathifa, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen di Bandung). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 55-71.
- Lee, S. H. (2013). Major Moderators Influencing the Relationships of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Asian Social Science*, 9(2).
- Liu, Y., Hultman, M., Eisingerich, A. B., & Wei, X. (2020). How does brand loyalty interact with tourism destination? Exploring the effect of brand loyalty on place attachment. *Annals of Tourism Research*, 81, 1–30. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.10.2879>
- Mansour, J. S. A., & Ariffin, A. A. M. (2017). The Effects of Local Hospitality, Commercial Hospitality and Experience Quality on Behavioral Intention in Cultural Heritage Tourism. *Journal of Quality Assurance in*

Hospitality and Tourism, 18(2), 149–172.  
<https://doi.org/10.1080/1528008X.2016.1169474>

- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Moon, H., & Han, H. (2019a). Tourist experience quality and loyalty to an island destination: the moderating impact of destination image. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(1), 43–59.  
<https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1494083>
- Mosahab, R., Mahamad, O., & Ramayah. (2010). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation. *International Business Research*, 3(4).
- Muharto, *Pariwisata Berkelanjutan*, (Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama, 2020), h.8
- Novandaya, Z., & Wijaya, H. B. (2021). Pengaruh Nilai Kepuasan Faktor Suplai terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Objek Wisata Posong. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 10(4), 251-259.
- Oliver, R.L.: ‘Whence consumer loyalty?’, the *Journal of Marketing*, 1999, pp. 33-44
- Pradana, F. (2018). Pengaruh manajemen hubungan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kualitas pengalaman terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada nasabah PT Fac Sekuritas Indonesia di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193-212.
- Prayoga, P. B., W, K. N. M., & A, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Ramayana Department Store di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(10), 2942–2959.
- Pribadi, A. K. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PO. Bugar Indah Tour Caruban. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
- Ratu Maesaroh, *Dampak Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan Dan Harapan Wisatawan Wisata*, (Guepedia:2019) h. 46-48.

- Rojuaniah, R., Savira, K. P., Syah, T. Y. R., Havidz, I. L. H., & Winanta, T. T. (2024). Kualitas Pelayanan, Pengalaman, Kepuasan, dan Perilaku Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 329-336.
- Sharma, P., & Kumar Nayak, J. (2019). Examining event image as a predictor of loyalty intentions in yoga tourism event: A mediation model. *Journal of Convention and Event Tourism*, 20(3), 202–223. <https://doi.org/10.1080/15470148.2019.1633721>
- Sharma, P., & Kumar Nayak, J. (2019). Examining event image as a predictor of loyalty intentions in yoga tourism event: A mediation model. *Journal of Convention and Event Tourism*, 20(3), 202–223. <https://doi.org/10.1080/15470148.2019.1633721>
- Sinaga, H. P. P. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang). Universitas Diponegoro.
- Sofi, M. R., Bashir, I., Parry, M. A., & Dar, A. (2020). The effect of customer relationship management (CRM) dimensions on hotel customer's satisfaction in Kashmir. *International Journal of Tourism Cities*, 6(3), 601–620. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0075>
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). *Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). *Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tanoto, E., Purwati, A. A., Komardi, D., & Hamzah, M. L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image (Citra Merek), Pengalaman Konsumen dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

- Pada PT. Kertajaya Utama Pekanbaru. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 171-183.
- Tjiptono, Fandy. 2019. Pemasaran Jasa. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono. Fandy. 2000. Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi offset
- TPayangan, Otto R. (2014). Pemasaran Jasa Pariwisata. Bogor: Percetakan IPB.
- Tripayana, S., & Pramono, J. (2020). Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali. *Jemap*, 2(2), 182.
- Yunizar, I. M., Kismartini, K., & Rahman, A. Z. (2022). Mengembangkan Wisata Alam Posong Melalui Pendekatan Brand Hexagon Di Kabupaten Temanggung. *Dialogue: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 4(1), 215-231.