

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN, NILAI YANG DIRASAKAN  
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH  
MOTIVASI WISATAWAN DI DUNIA FANTASI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang sarjana  
pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



**Oleh:**

**Nabila Purbaya**

**2007502**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2024**

Nabila Purbaya, 2024

*PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN, NILAI YANG DIRASAKAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS YANG  
DIMEDIASI OLEH MOTIVASI WISATAWAN DI DUNIA FANTASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

## LEMBAR HAK CIPTA

### **PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN, NILAI YANG DIRASAKAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH MOTIVASI WISATAWAN DI DUNIA FANTASI**

Oleh  
Nabila Purbaya  
2007502

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Nabila Purbaya, 2024  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Juli 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari peneliti.

**LEMBAR PENGESAHAN**

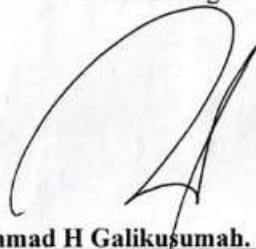
Nabila Purbaya

2007502

**PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN, NILAI YANG DIRASAKAN  
DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH  
MOTIVASI WISATAWAN DI DUNIA FANTASI**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



**Dr. Ahmad H Galikusumah, S.ST.,MM.**  
**NIP. 19810522 201012 1 006**

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



**Dr. Erry Sukriah, S.P., M.SE.**  
**NIP.19791215 200812 2 002**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pengalaman, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Motivasi Wisatawan Di Dunia Fantasi**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku di dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan tersebut, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya.

Bandung, Agustus 2024

Nabila Purbaya

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pariwisata yang telah ditempuh selama masa kuliah di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia dengan judul **Pengaruh Kualitas Pengalaman, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Motivasi Wisatawan Di Dunia Fantasi**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini baik dalam dukungan moral maupun material. Terutama kepada dosen-dosen yang telah membimbing peneliti dari awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Peneliti berharap melalui proses penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi pembaca.

Bandung, Agustus 2024

Nabila Purbaya

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia dan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Selama menempuh pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia khususnya di program studi Manajemen Resort dan Leisure, peneliti menerima banyak bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak hingga peneliti bisa sampai di tahap ini dan dapat menyelesaikan skripsi. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, peneliti hendak mengucapkan terima kasih sebesar - besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Hiran Sari Purbaya dan Ibu Astuti yang selalu mendoakan dan menjadi penyemangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Zulfikar Purbaya dan Siti Miranti Purbaya saudara kandung dari penulis yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
4. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE. selaku ketua program studi Manajemen Resort dan Leisure yang selalu memberikan dukungan, wawasan, ilmu dan perhatian selama peneliti menjalani masa pendidikan di program studi Manajemen Resort dan Leisure.
5. Bapak Dr. Ahmad H Galikusumah. S.ST.,MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dalam memperikan bimbingan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
6. Kepada Ibu dan Bapak dosen pengajar dan staf Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti menjalani masa perkuliahan.
7. Seluruh pihak Dunia Fantasi yang telah memberikan izin dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh responden dalam penelitian ini, terima kasih telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Farhan Dzaki selaku pasangan penulis yang dengan tulus membantu dan memberikan segala dukungannya untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini.
10. Alvira Danti dan Farisa Nur'aini selaku sahabat penulis yang begitu baik dan simpatik, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
11. Bihun selaku binatang peliharaan penulis terima kasih bihun sudah menemani dan menjadi binatang peliharaan penulis sebagai relaksasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh teman angkatan 2020 mahasiswa Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak lain yang kebersamai penulis tetapi tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

## ABSTRAK

### **Pengaruh Kualitas Pengalaman, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Motivasi Wisatawan Di Dunia Fantasi**

Oleh:

Nabila Purbaya

2007502

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pengalaman, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan Dunia Fantasi dimediasi motivasi wisatawan. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, dengan jumlah sampel sebanyak 210 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan populasi responden merupakan pengunjung yang sudah berkunjung ke Dunia Fantasi. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pengalaman memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Faktor yang paling berpengaruh adalah keterlibatan, dalam penelitian ini kualitas pengalaman memiliki dimensi keterlibatan, ketenangan pikiran, pengakuan, melarikan diri dan pembelajaran. Dunia fantasi mengutamakan nilai yang dirasakan dan kepuasan wisatawan ketika berkunjung. Variabel mediasi motivasi wisatawan konstruksi kompleks yang sikap, keyakinan dan emosi pelanggan. Loyalitas wisatawan adalah konsep kunci dalam pemasaran pariwisata.

**Kata Kunci:** Kualitas Pengalaman, Nilai yang Dirasakan, Dunia Fantasi, Kepuasan Wisata, Motivasi Wisatawan, Loyalitas Wisatawan.



## ABSTRACT

### **The Effect of Experience Quality, Perceived Value and Satisfaction on Loyalty Mediated by Tourist Motivation at Dunia Fantasi**

By:

Nabila Purbaya

2007502

*This study was conducted with the aim of analyzing how much influence the quality of experience, perceived value, tourist satisfaction on the loyalty of Dunia Fantasi tourists mediated by tourist motivation. This research uses quantitative descriptive methods. Data collection was carried out in this study by distributing questionnaires to respondents, with a sample size of 210 people. The sampling technique used in this study is non probability sampling with the respondent population being visitors who have visited Dunia Fantasi. The data analysis technique and hypothesis testing used in this study is Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that the quality of experience had a significant effect on tourist loyalty. The most influential factor is involvement, in this study the quality of experience has the dimensions of involvement, peace of mind, recognition, escape and learning. Fantasy world prioritizes the perceived value and satisfaction of tourists when visiting. The mediating variable of tourist motivation is a complex construction of customer attitudes, beliefs and emotions. Tourist loyalty is a key concept in tourism marketing.*

*Keywords: Quality of Experience, Perceived Value, Fantasy World, Tourist Satisfaction, Tourist Motivation, Tourist Loyalty.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penelitian .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Pariwisata .....	8
2.1.1 Destinasi Pariwisata.....	9
2.1.2 Taman hiburan .....	10
2.1.2.1 Jenis Taman hiburan .....	11
2.2 Kualitas Pengalaman .....	12
2.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pengalaman.....	14
2.3 Nilai yang dirasakan .....	14
2.4 Kepuasan Wisatawan.....	15
2.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan .....	16
2.4.2 Manfaat Kepuasan Wisatawan.....	17
2.4.3 Indikator Kepuasan Wisatawan .....	17
2.5 Motivasi.....	18
2.6 Loyalitas Wisatawan.....	20
2.7 Penelitian Terdahulu .....	22
2.8 Kerangka Pemikiran .....	24
2.9 Hipotesis Penelitian.....	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Lokasi Penelitian .....	27
3.2 Populasi dan Sampel .....	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel .....	28
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	29
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3.2 Teknik Pengambilan Data .....	30
3.3.3 Operasional Variabel.....	31
3.3.4 Skala Pengukuran Variabel .....	33
3.4 Uji Validitas .....	34
3.5 Uji Reliabilitas.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	36
3.6.2 Analisis Verifikatif .....	37
3.6.3 Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	37
3.6.5 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	38
3.6.5.1 Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity) .....	39
3.6.5.2 Validitas Diskriminan (Discriminant Validity).....	39
3.6.5.3 Uji Reliabilitas Cronbach Alpha dan Composite Reliability .....	39
3.6.6 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	40
3.6.6.1 Koefisien Determinan Square ( $R^2$ ).....	41
3.6.6.2 Relevansi Prediksi atau Predictive Relevance ( $Q^2$ ) .....	41
3.6.6.3 Fit Model (Kecocokan Model).....	41
3.6.6.4 Analisis SEM-PLS dengan Efek Mediasi .....	42
3.6.6.5 Path Coefficient (Koefisien Jalur).....	43
3.6.6.6 Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Dunia Fantasi.....	45
4.1.1 Aktivitas Wisata Di Dunia Fantasi.....	46
4.1.2 Gambaran Umum Responden Dunia Fantasi.....	46

4.1.2.1	Karakteristik Responden Dunia Fantasi Berdasarkan Demografis	47
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Kunjungan .....	49
4.1.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	49
4.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pengalaman di Dunia Fantasi .....	50
4.1.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Keterlibatan di Dunia Fantasi....	50
4.1.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Ketenangan Pikiran di Dunia Fantasi .....	52
4.1.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Pengakuan di Dunia Fantasi.....	53
4.1.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Melarikan Diri di Dunia Fantasi	54
4.1.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Pembelajaran di Dunia Fantasi..	55
4.1.3.6	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap Kualitas Pengalaman di Dunia Fantasi. ....	56
4.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Nilai Yang Dirasakan di Dunia Fantasi .....	59
4.1.5	Tanggapan Responden Terhadap Motivasi Wisatawan di Dunia Fantasi .....	61
4.1.6	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Wisatawan di Dunia Fantasi .....	63
4.1.7	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Wisatawan di Dunia Fantasi .....	65
4.1.8	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	67
4.1.8.1	Model Penelitian .....	67
4.1.8.2	Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity) .....	67
4.1.8.3	Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity).....	71
4.1.8.4	Uji Reliabilitas (Cronbach alpha).....	72
4.1.9	Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	73
4.1.9.1	Evaluasi Nilai Koefisien Determinasi (R-Square) .....	73
4.1.9.2	Evaluasi Nilai Predictive Relevance (Q-Square) .....	73
4.1.9.3	Standardized Root Mean Square Residual (SRMR).....	74

4.2 Pengaruh Kualitas Pengalaman, Nilai yang Dirasakan, Kepuasan Wisatawan, dan Motivasi Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan.....	75
4.3 Peran Variabel Mediasi Motivasi Sebagai Efek Mediasi Terhadap Loyalitas Wisatawan .....	82
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
BAB IV KESIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI DAN KETERBATASAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Implikasi dan Rekomendasi .....	87
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN.....	98

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Dunia Fantasi Ancol .....	3
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Sebelumnya .....	22
Tabel 3. 1 Jumlah Pengunjung .....	27
Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data .....	29
Tabel 3. 3 Operasional Variabel .....	31
Tabel 3. 4 Uji Validitas .....	34
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 3. 6 Persyaratan Kualitas Model Pengukuran .....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tipe Kunjungan .....	49
Tabel 4. 5 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	49
Tabel 4. 6 Tanggapan Pengunjung Terhadap Keterlibatan di Dunia Fantasi .....	51
Tabel 4. 7 Tanggapan Pengunjung Terhadap Ketenangan Pikiran di Dunia Fantasi .....	52
Tabel 4. 8 Tanggapan Pengunjung Terhadap Pengakuan di Dunia Fantasi.....	54
Tabel 4. 9 Tanggapan Pengunjung Terhadap Melarikan Diri di Dunia Fantasi ....	54
Tabel 4. 10 Tanggapan Pengunjung Terhadap Pembelajaran di Dunia Fantasi ....	55
Tabel 4. 11 Tanggapan Terhadap Kualitas Pengalaman di Dunia Fantasi.....	56
Tabel 4. 12 Tanggapan Pengunjung Terhadap Nilai Yang Dirasakan di Dunia Fantasi .....	60
Tabel 4. 13 Tanggapan Pengunjung Terhadap Motivasi Wisatawan di Dunia Fantasi .....	62
Tabel 4. 14 Tanggapan Pengunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan di Dunia Fantasi .....	64
Tabel 4. 15 Tanggapan Pengunjung Terhadap Loyalitas Wisatawan di Dunia Fantasi .....	65
Tabel 4. 16 Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity) .....	68
Tabel 4. 17 Tabel Crossloading .....	71
Tabel 4. 18 Fornell Larcker.....	72
Tabel 4. 19 Uji Reliabilitas (Cronbach alpha).....	72
Tabel 4. 20 R-Square.....	73
Tabel 4. 21 (Q-Square).....	74

Tabel 4. 22 Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) .....	74
Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis .....	76
Tabel 4. 24 Hasil Uji Hipotesis Efek Mediasi.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar 3. 1 Garis Kontinum .....	37
Gambar 3. 2 Diagram Efek Mediasi .....	42
Gambar 4. 1 Peta Kawasan Taman Impian Ancol.....	45
Gambar 4. 2 Diagram Antar Variabel.....	67

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). The Influence of Attitudes on Behavior. Dalam *The handbook of attitudes* (hlm. 173–177). Mahwah, NJ; Lawrence Erlbaum Associates.
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 85–100. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>
- Aliman, N. K., Hashim, M. S., Wahid, S. D. M., & Harudin, S. (2014). Tourist Expectations, Perceived Quality and Destination Image: Effects on Perceived Value and Satisfaction of Tourists Visiting Langkawi Island, Malaysia. *Asian Journal of Business and Management*, 2(3), 212–222. [www.ajouronline.com](http://www.ajouronline.com)
- Anden, T. E. (2021). Masa Depan Industri Pariwisata Kota Palangka Raya (Perspektif dan Solusinya). *Jurnal Penelitian UPR*, 1(1), 9–16. <https://doi.org/10.52850/jptupr.v1i1.3157>
- Barnes G. J., 2000. *Secret of Customer Relationship Management*. Andi. Yogyakarta.
- Binkhorst, E. (2007). Creativity in tourism experiences: The case of Sitges. Dalam *Tourism, Creativity and Development* (hlm. 125–144). Routledge.
- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137–154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Chandra, L. P., & Bernanto, I. (2012). Pengaruh Service Quality dan Perceived Value pada Satisfaction dan Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 7(2).
- Chang, K.-C., Kuo, N.-T., Hsu, C. L., & Cheng, Y.-S. (2014). The Impact of Website Quality and Perceived Trust on Customer Purchase Intention in the Hotel Sector: Website Brand and Perceived Value as Moderators. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(4), 255–260. <https://doi.org/10.7763/IJIMT.2014.V5.523>



- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, *31*(1), 29–35. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, *28*(4), 1115–1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Chi, C. G.-Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, *29*(4), 624–636. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>
- Clave. (2007). *The Global Theme Park Industry* (S. Anton Clavé, Ed.). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781845932084.0000>
- Cong, L. C. (2016). A formative model of the relationship between destination quality, tourist satisfaction and intentional loyalty: An empirical test in Vietnam. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *26*, 50–62. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2015.12.002>
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, *31*(4), 547–552. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.006>
- Dodds, R., & Jolliffe, L. (2016). Experiential Tourism: Creating and Marketing Tourism Attraction Experiences. Dalam *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences* (hlm. 113–129). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78635-290-320161005>
- Firmansyah, D., & Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, *7*(1), 120–128. <http://maj.unnes.ac.id>
- Gale, 2004. *Customer Experience Management: A revolutionary Approach to Connecting with Your Customer*. John Willey and Sons, New York.
- García-Fernández, J., Martelo-Landroguez, S., Vélez-Colon, L., & Cepeda-Carrión, G. (2018). An explanatory and predictive PLS-SEM approach to the relationship between organizational culture, organizational performance and

- customer loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 438–454. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2017-0100>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2016). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, -2/E*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:64677184>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial least squares : konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3 untuk penelitian empiris*.
- Gursoy, D., Chen, J. S., & Chi, C. G. (2014). Theoretical examination of destination loyalty formation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 809–827. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0539>
- Hafeman, D. M., & Schwartz, S. (2009). Opening the black box: A motivation for the assessment of mediation. *International Journal of Epidemiology*, 38(3), 838–845. <https://doi.org/10.1093/ije/dyn372>
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (Seventh Edition). Pearson.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Dalam *Handbook of Market Research* (hlm. 1–40). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8\\_15-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1)
- Han, H., & Hyun, S. S. (2018). Eliciting customer green decisions related to water saving at hotels: impact of customer characteristics. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(8), 1437–1452. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1458857>
- Han, H., & Hyun, S. S. (2018). Role of motivations for luxury cruise traveling, satisfaction, and involvement in building traveler loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, 70, 75–84.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen*. Intermedia Personalia Utama.
- Hidayat, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata* (Cet.1). Alfabeta.
- Hung, W.-L., Lee, Y.-J., & Huang, P.-H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763–770. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.877422>

- Jin, N. P., Lee, S., & Lee, H. (2015). The Effect of Experience Quality on Perceived Value, Satisfaction, Image and Behavioral Intention of Water Park Patrons: New versus Repeat Visitors. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 82–95. <https://doi.org/10.1002/jtr.1968>
- Juliana, J., Pramono, R., Sartjie, I., Roon, J., Orlina, M., & Daicy, V. (2022). Determining Experience Quality on Customers' Perceived Value, Satisfaction and Loyalty. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 21(2), 132–146. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v21i2.52>
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2020). *Foundations of Behavioral Research*. Harcourt College Publisher.
- Kotler, P. (2011). Philip Kotler's Contributions to Marketing Theory and Practice. Dalam *Principles of Marketing* (hlm. 87–120). Pearson. [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2011\)0000008007](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2011)0000008007)
- Kustini, H. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Wisatawan di Obyek Wisata “Ndayu Park” Kabupaten Sragen. *Hotellier Journal Politeknik Indonusa Surakarta*, 1(2), 22–28.
- Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2011). Customer experience quality: an exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(6), 846–869. <https://doi.org/10.1007/s11747-010-0219-0>
- Liou, Y., & Tsao, W. Y. (2010). A study on the service model of public transportation: Taiwan Railways vs. Taiwan High Speed Rail Corporation. *International Journal of Service Science*, 1(2), 32–42.
- Lovelock, C. H., Widyanoro, A., Samosir, M., & Wright, L. K. (2017). *Manajemen pemasaran jasa*. Indeks.
- Lumansik, J. R. C., Kawung, G. M. V., & Sumual, J. I. (2022). ANALISIS POTENSI SEKTOR PARIWISATA AIR TERJUN DI DESA KALI KECAMATAN PINELENG KABUPATEN MINAHASA. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(1), 13–23.
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

- Maisaroh. (2016). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Experiential Purchasing terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Pengunjung Domestik Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta). *Jurnal Manajemen*, 1(1).
- Murphy, P. E., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21, 43–52. <https://doi.org/10.1016/S0261-5177%2899%2900080-1>
- Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modeling. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), 1849–1864. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0302>
- Nowacki, M. M. (2009). Quality of visitor attractions, satisfaction, benefits and behavioural intentions of visitors: verification of a model. *International Journal of Tourism Research*, 11(3), 297–309. <https://doi.org/10.1002/jtr.689>
- Pine II, J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata : Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, Dan Dampak-Dampak Pariwisata*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:149736015>
- Prasiasa, D. P. O. (2013). *Destinasi pariwisata berbasis masyarakat*. Penerbit Salemba Humanika.
- Pratama, D. A., Jumraidin, & Ratmaja, H. L. (2024). Strategi Tour Guide Dalam Meningkatkan Citra Desa Wisata Lantan Lombok Tengah Menggunakan Metode Push and Pull. *Jurnal Riset Ekonomi*, 3(6), 827–836.
- Prebensen, N. K., Woo, E., Chen, J. S., & Uysal, M. (2013). Motivation and Involvement as Antecedents of the Perceived Value of the Destination Experience. *Journal of Travel Research*, 52(2), 253–264. <https://doi.org/10.1177/0047287512461181>
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>

- Sánchez-Fernández, R., Bonillo, M. Á. I., & Holbrook, M. B. (2009). The Conceptualisation and Measurement of Consumer Value in Services. *International Journal of Market Research*, 51(1), 93–113. <https://doi.org/10.2501/S1470785308200328>
- Shahijan, M. K., Rezaei, S., & Amin, M. (2018). Qualities of effective cruise marketing strategy. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(10), 2304–2327. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-07-2017-0135>
- Srisusilawati, P., Kusuma, G. P. E., Budi, H., Haryanto, E., & Nugroho, H. (2022). *Manajemen Pariwisata*. WIDINA MEDIA UTAMA.
- Steinmayr, R., Dinger, F. C., & Spinath, B. (2012). Motivation as a Mediator of Social Disparities in Academic Achievement. *European Journal of Personality*, 26(3), 335–349. <https://doi.org/10.1002/per.842>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development/R&D)*. Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2018). Tourist satisfaction with souvenir shopping: evidence from Indonesian domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 663–679. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1265487>
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2019). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867–879. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568400>
- Suharti, L., & Sugiarto, A. (2020). A QUALITATIVE STUDY OF GREEN HRM PRACTICES AND THEIR BENEFITS IN THE ORGANIZATION: AN INDONESIAN COMPANY EXPERIENCE. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 200–211. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11386>

- Suhartono, Degeng, I. N. S., Suyitno, I., & Sulton. (2019). A comparison study: Effects of the group investigation model and the direct instruction model toward science concept understanding. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 8(2), 185–192. <https://doi.org/10.15294/jpii.v8i2.18135>
- Sutono, S., & Meitasari, K. (2021). Sistem Informasi Objek Wisata Di Kabupaten Cianjur Berbasis Media Sosial. *Media Jurnal Informatika*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.35194/mji.v13i1.1394>
- Tan, S. T., Falahat, M., & Sia, B. K. (2018). Perceived Consumption Values, Satisfaction and Loyalty in the Tourism: Case of Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3.21), 368-373.
- Uno, H. (2009). *Profesi Kependidikan (Problema, Solusi, dan Reformasi Pendidikan di Indonesia)*. Bumi Aksara.
- Usman, A. Pengaruh Kualitas Pengalaman dan Kepuasan terhadap Loyalitas Wisatawan dalam Pariwisata Kreatif Yogyakarta. *Tantangan Indonesia Menghadapi Era Society 5.0*, 203.
- White, G. F., & Muldoon, C. V. (2015). Convenience stores and routine activities in a summer tourist destination. *Criminal Justice Studies*, 28(3), 280–296. <https://doi.org/10.1080/1478601X.2015.1032521>
- Williams, P., & Soutar, G. N. (2009). VALUE, SATISFACTION AND BEHAVIORAL INTENTIONS IN AN ADVENTURE TOURISM CONTEXT. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 413–438. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.02.002>
- Wu, Y.-L., & Li, E. Y. (2018). Marketing mix, customer value, and customer loyalty in social commerce. *Internet Research*, 28(1), 74–104. <https://doi.org/10.1108/IntR-08-2016-0250>
- Xu, J. B., & Chan, A. (2010). A conceptual framework of hotel experience and customer-based brand equity. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(2), 174–193. <https://doi.org/10.1108/09596111011018179>
- Yamin, S. (2021). *Smartpls 3, amos & stata: Olah data statistik (mudah & praktis)*. Dewangga Energi Internasional Publishing.

- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
- Zeng, L., & Yi Man Li, R. (2021). Tourist Satisfaction, Willingness to Revisit and Recommend, and Mountain Kangyang Tourism Spots Sustainability: A Structural Equation Modelling Approach. *Sustainability*, 13(19), 10620. <https://doi.org/10.3390/su131910620>
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>