

201910160311059
Putri Aulia
Prodi Manajemen

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENGALAMAN
EMOSIONAL POSITIF, NILAI PELANGGAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN WISATAWAN TAMAN WISATA
SENGKALING MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Menejemen



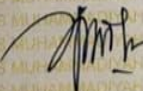
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2026**

SKRIPSI

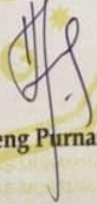
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENGALAMAN EMOSIONAL POSITIF,
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WISATAWAN
DI TAMAN WISATA SENGKALING MALANG**

Oleh :
Putri Aulia
201910160311059

Diterima dan disetujui
pada tanggal 23 Januari 2026

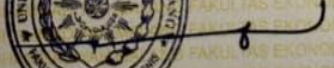


Dr. Eko Handayanto, M.M.

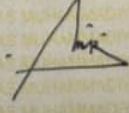


Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Pembimbing I, Pembimbing II,

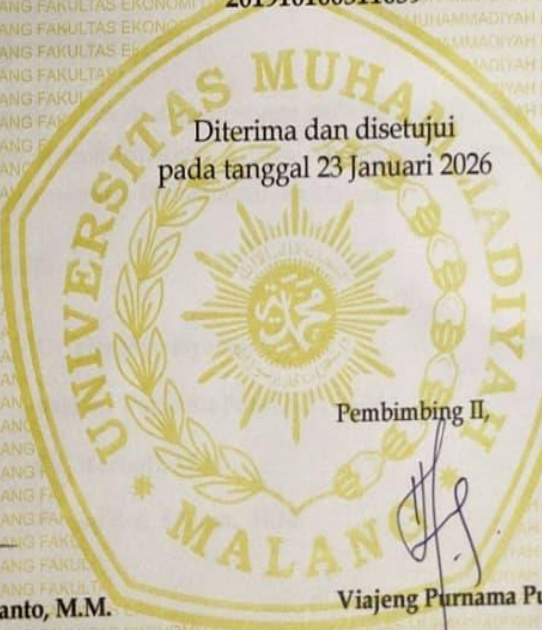


M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.



Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENGALAMAN EMOSIONAL POSITIF, NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WISATAWAN DI TAMAN WISATA SENKALING MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Putri Aulia

NIM : 201910160311059

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 Januari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji II : Kenny Roz, S.Kom., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Putri Aulia
Nim : 201910160311059
Surel : : putriaulia1414@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 10 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



PUTRI AULIA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENGALAMAN EMOSIONAL
POSITIF, NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN WISATAWAN TAMAN WISATA SENGKALING
MALANG**

Putri Aulia, Eko Handayanto, Viajeng Purnama Putri

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang

E-mail: putriaulia1414@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, pengalaman emosional positif, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Wisata Sengkaling, Malang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena fluktuasi jumlah pengunjung serta pentingnya kualitas layanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 140 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, pengalaman emosional positif, dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Di antara ketiganya, pengalaman emosional positif terbukti menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman emosional yang berkesan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan wisatawan, selain faktor layanan dan nilai yang dirasakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan manajemen pariwisata serta rekomendasi praktis bagi pengelola Taman Wisata Sengkaling untuk meningkatkan strategi pelayanan dan daya tarik destinasi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pengalaman Emosional Positif, Nilai Pelanggan, Kepuasan wisatawan, Taman Wisata Sengkaling.

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, POSITIVE EMOTIONAL EXPERIENCE, AND CUSTOMER VALUE ON TOURIST SATISFACTION AT SENGKALING RECREATIONAL PARK, MALANG

Putri Aulia, Eko Handayanto , Viajeng Purnama Putri
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
E-mail: putriaulilia1414@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, positive emotional experience, and customer value on tourist satisfaction at Sengkaling Recreational Park, Malang. The background of this research is based on the fluctuation in visitor numbers and the importance of service quality in creating customer satisfaction. The research method employed was quantitative with an explanatory research approach. Data were collected through questionnaires distributed to 140 respondents selected using purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results indicate that all three independent variables service quality, positive emotional experience, and customer value significantly affect tourist satisfaction. Among them, positive emotional experience proved to be the most dominant variable influencing satisfaction. These findings highlight that memorable emotional experiences play a crucial role in shaping tourist satisfaction, alongside service quality and perceived value. This study is expected to provide theoretical contributions to the development of tourism management as well as practical recommendations for the management of Sengkaling Recreational Park to enhance service strategies and destination attractiveness.

Keywords: Service Quality, Positive Emotional Experience, Customer Value, Tourist Satisfaction, Sengkaling Recreational Park.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala Puji dan syukur saya haturkan ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya yang telah memberi kekuatan serta petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Emosional Positif, Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Wisatawan Taman Wisata Sengkaling Malang". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.

Banyak tantangan yang telah penulis hadapi dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama masa sulit penulis. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. M.Sri Wahyudi S., S.E.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr.Iqbal Robbie,S.E.,M.M.selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr.Eko Handayanto, M.M dan Viajeng Purnama Putri,S.E.,MM. yang telah bersedia meluangkan waktu yang cukup panjang untuk membimbing, mengoreksi, memberikan arahan serta saran dan masukan yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Marsudi,M.M. selaku dosen wali kelas Manajemen B angkatan 2019.
6. Ucapan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang atas ilmu yang telah sangat berharga bagi kami, dari awal masuk perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
7. Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa cinta dan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta.Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang tak terhitung selama perjalanan hidup dan pendidikan saya.Setiap langkah yang saya capai hari ini adalah buah dari kesabaran,keikhlasan, dan dukungan yang selalu kalian berikan.
8. Terima kasih kepada teman saya, Tasya Deviana Putri, yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini, khususnya di saat saya merasa lelah dan hampir menyerah. Semoga segala kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan mendapatkan balasan berupa kebahagiaan dan kesuksesan.
9. Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Partisipasi dan kerja sama responden

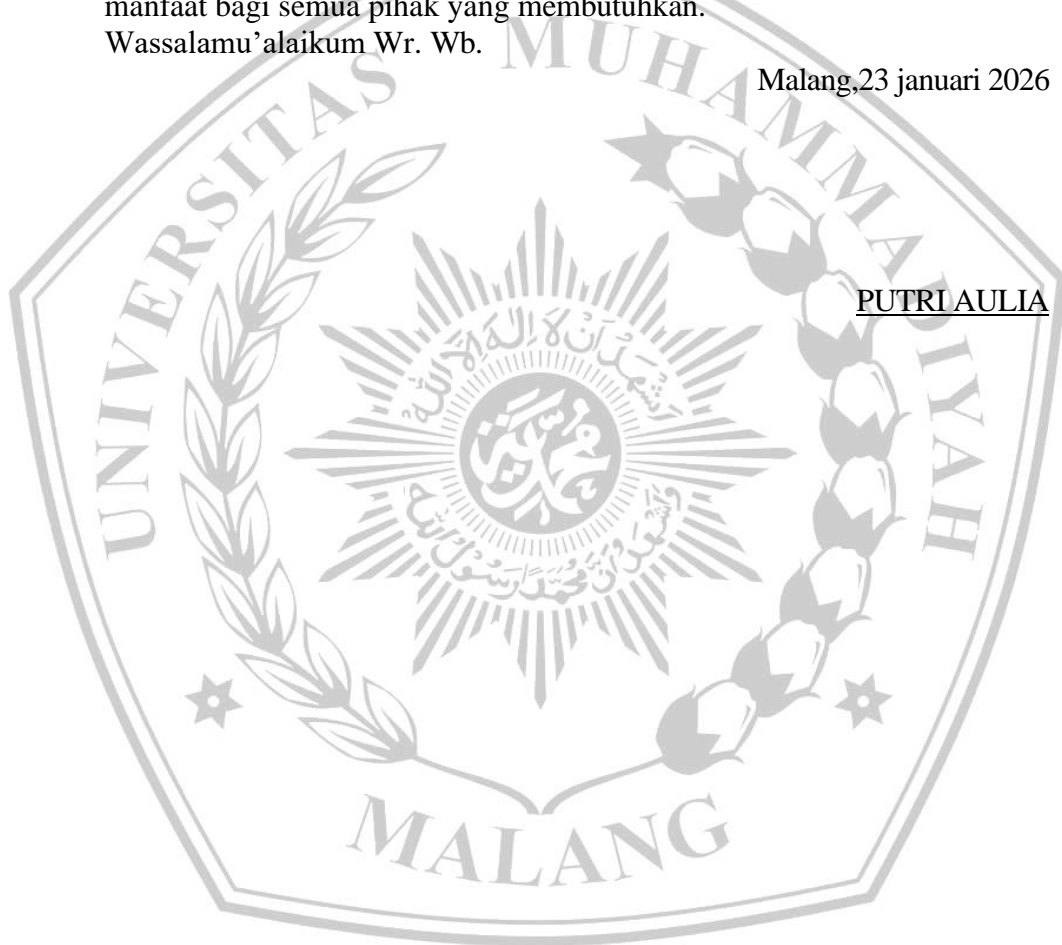
sangat berperan dalam kelancaran proses pengumpulan data serta penyusunan skripsi ini.

10. Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga segala bantuan yang telah diberikan dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu segala bentuk kritik dan saran yang membangun akan penulis terima untuk kedepannya menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 23 Januari 2026



DAFTAR ISI

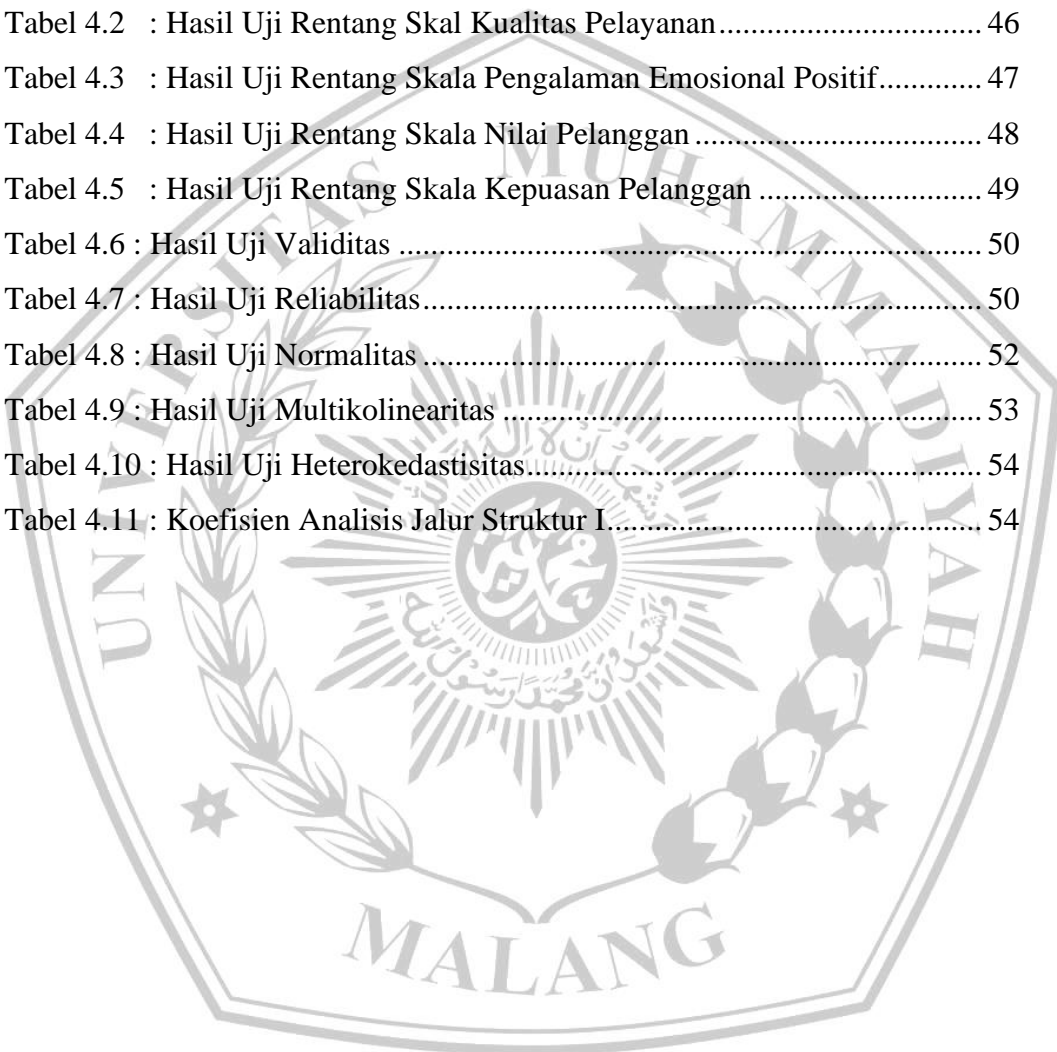
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR PUSTAKA	xiii
CEK PLAGIASI.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Lokasi Penelitian	35
B. Jenis Penelitian	35
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
D. Definisi Operasional Variabel.....	38
E. Jenis dan Sumber Data	39
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Rentang Skala.....	40
H. Pengujian Instrumen	42
I. Uji Asumsi Klasik	44
J. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
B. Diskripsi Variabel Penelitian	52
C. Hasil Penelitian	58
D. Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74

A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
Lampiran	77



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 : Definisi Oprasional Variabel	32
Tabel 3.2 : Skala Likert.....	34
Tabel 3.3 : Rentang Skala	36
Tabel 4.1 : Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
Tabel 4.2 : Hasil Uji Rentang Skal Kualitas Pelayanan.....	46
Tabel 4.3 : Hasil Uji Rentang Skala Pengalaman Emosional Positif.....	47
Tabel 4.4 : Hasil Uji Rentang Skala Nilai Pelanggan	48
Tabel 4.5 : Hasil Uji Rentang Skala Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.8 : Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.9 : Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.10 : Hasil Uji Heterokedastisitas.....	54
Tabel 4.11 : Koefisien Analisis Jalur Struktur I.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Kerangka Pikir	25
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas	51
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas	51
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas	52
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heterokedastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	93
Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden.....	97
Lampiran 3 : Deskripsi Jawaban Responden	114
Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas.....	116
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik	121



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., Hussain, K., & Omar, R. (2016). Diagnosing customers experience, emotions and satisfaction in Malaysian resort hotels. *European Journal of Tourism Research*, 12, 25–40.
- Andriani, D., & Putra, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Objek Wisata Selecta Batu. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 45–56.
- Asnawi, S., & Masyhuri. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Graha Ilmu.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2017). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Butz, H. E., & Goodstein, L. D. (1996). Measuring customer value: Gaining the strategic advantage. *Organizational Dynamics*, 24(3), 63–77.
- Dewi, L. (2017). Customer value, satisfaction, and loyalty: Evidence from Indonesian hospitality industry. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 23–34.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Harley, W. C. (2017). *Service quality and customer satisfaction*. New York: McGraw-Hill.
- Hartono. (2016). *Metodologi penelitian bisnis*. Bumi Aksara.
- Hermanto. (2016). *Psikologi Emosi Positif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hosany, S., & Gilbert, D. (2010). Measuring tourists' emotional experiences toward hedonic holiday destinations. *Journal of Travel Research*, 49(4), 513–526.
- Indri, F., & Siagian, R. (2018). Positive emotional experience dan implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Psikologi*

Konsumen, 6(1), 1–10.

- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2015). *Metodologi penelitian bisnis: Konsep & aplikasi*. UMSU Press.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Laporan kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kotler, P. (2014). *Marketing management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy* (7th ed.). Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Mandala Nursa. (2022). Mengukur nilai potensi ekonomi Taman Rekreasi Sengkaling. *Jurnal Pariwisata*, 10(1), 77–88.
- Maulana, A. I. (2024). *Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung (Taman Rekreasi Sengkaling UMM)*. UMM Institutional Repository.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Nugroho, D., & Prasetyo, A. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Alam Gunung Rinjani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 122–135.
- Nurhidayati. (2016). Integrasi alam, budaya, dan mitos dalam daya tarik wisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 11(2), 45–58.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pramudja, A. (2022). *Data kunjungan wisatawan Taman Sengkaling*.

Laporan Statistik Pariwisata Kota Malang.

- Prasetyo, R., & Hidayat, A. (2019). Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Pariwisata*, 8(2), 55–66.
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding destination loyalty. *Journal of Travel Research*, 52(5), 675–688.
- Priyatno, D. (2012). *Belajar analisis data dengan SPSS*. Mediakom.
- Putri, A. R., & Sudarmiatin. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 3(2), 55–66.
- Radar Malang. (2024). Laporan jumlah kunjungan wisata Sengkaling. Malang: Radar Malang.
- Rahmawati, R. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Jatim Park 2 Kota Batu. *Jurnal Pariwisata*, 6(2), 33–42.
- Rosida, S. (2016). *Psikologi emosi dan perilaku konsumen*. Graha Ilmu.
- Salsabila, R., & Ernawadi, D. (2024). Pengaruh pengalaman emosional terhadap kepuasan dan niat kunjungan kembali di destinasi wisata alam. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 12(1), 99–112.
- Sari, M., & Wulandari, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata alam di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. *Jurnal Pariwisata*, 9(2), 50–63.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate*. Free Press.
- Sebayang, M., & Situmorang, R. (2019). Customer value dalam perspektif pemasaran modern. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 215–225.
- Sebayang, R., & Situmorang, T. (2019). Nilai pelanggan dan kepuasan konsumen: Studi kasus pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 219–229.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2021). *Metode penelitian survei*. LP3ES.
- Soodan, V., & Pandey, A. C. (2016). Influence of emotions on consumer

- buying behavior: A study in tourism. *International Journal of Marketing*, 22(3), 12–25.
- Suban, Y. (2021). Pengaruh pengalaman emosional terhadap kepuasan wisatawan dan loyalitas di Taman Wisata Umbul Pongok. *Jurnal Pariwisata*, 10(2), 77–89.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220.
- Syafitri, R. (2016). *Psikologi lingkungan dan perilaku*. UMM Press.
- Tjiptono, F. (2012). *Service management: Mewujudkan layanan prima*. Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Total quality management*. Andi.
- Verina, H. (2022). Pengaruh service quality, positive emotional experience, dan customer value terhadap kepuasan wisatawan di Danau Tiga Warna Kelimutu. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 4(2), 101–112.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 139–153.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.



Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 1/11/2025

Kode : 2799521794
Nama : Putri Aulia
NIM : 201910160311059
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Emosional Positif, Nilai Pelanggan, terhadap Kepuasan Pelanggan Wisatawan Taman Wisata Sengkaling Malang
Persentase Plagiasi : 2%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

