

202210160311561
Difa' Alfatih Admaja Wingyani
Prodi Manajemen

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN PENGALAMAN
PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI
(Studi pada Taman Wisata Desa Jabung, Kabupaten Magetan)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:
Difa' Alfatih Admaja Wingyani
202210160311561

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN PENGALAMAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (Studi pada Taman Wisata Desa Jabung, Kabupaten Magetan)

Oleh :

Difa Alfatih Admaja Wingyani

202210160311561

Diterima dan disetujui
pada tanggal 20 Juni 2026

Pembimbing I,

Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

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

Pembimbing II,

Drs. Noor Azis, M.M.

Ketua Program Studi,

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

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN PENGALAMAN PELANGGAN
SEBAGAI MEDIASI
(Studi pada Taman Wisata Desa Jabung, Kabupaten Magetan)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Difa Alfatih Admaja Wingyani
NIM : 202210160311561
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Juni 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

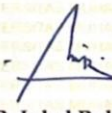
Pembimbing I : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.
Pembimbing II : Drs. Noor Azis, M.M.
Penguji I : Prof. Dr. Widayat, M.M.
Penguji II : Yeyen Pratika, S.E., MBA., Ph.D

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.

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Difa' Alfatih Admaja Wingyani
NIM : 202210160311561
Program studi : Manajemen
Surel : difaalfa123@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 merupakan 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 dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 07 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Difa' Alfatih Admaja Wingyani

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
LOYALTY WITH CUSTOMER EXPERIENCE AS A
MEDIATION
(A Study at Taman Wisata Desa Jabung, Magetan Regency)**

Difa' Alfatih Admaja Wingyani
Management Study Program, Faculty of Economics and Business University of
Muhammadiyah Malang
E-mail: difaalfa123@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer loyalty with customer experience as a mediating variable at the Jabung Village Tourism Park (TWD Jabung), Magetan Regency. This study was motivated by several visitor reviews that indicated a mismatch between tourist expectations and the services provided, thus potentially affecting of customer loyalty. This study used a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to TWD Jabung visitors. The sampling technique used accidental sampling. Information analysis was carried out using the Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS- SEM) method with the help of SmartPLS. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer loyalty and customer experience. Customer experience was also proven to have a positive and significant effect on customer loyalty. In addition, customer experience was able to positively mediate the relationship between service quality and customer loyalty. These findings indicate that improving service quality accompanied by the creation of memorable tourism experiences can increase visitor loyalty to TWD Jabung.

Keywords — service quality; customer loyalty; customer experience; village tourism;

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN PENGALAMAN
PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI
(Studi pada Taman Wisata Desa Jabung, Kabupaten Magetan)**

Difa' Alfatih Admaja Wingyani
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
E-mail: difaalfa123@gmail.com

ABSTRAK

Riset ini bertujuan guna menganalisis pengaruh mutu layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan pengalaman pelanggan selaku variabel mediasi pada Taman Wisata Desa (TWD) Jabung, Kabupaten Magetan. Riset ini dilatarbelakangi oleh terdapatnya sebagian ulasan wisatawan yang menampilkan ketidaksesuaian antara harapan pengunjung serta pelayanan yang diberikan, sehingga berpotensi mempengaruhi tingkatan loyalitas pelanggan. Riset ini memakai pendekatan kuantitatif dengan tata cara survei melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan TWD Jabung. Metode pengambilan ilustrasi menggunakan accidental sampling. Analisis informasi dicoba menggunakan prosedur Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan dorongan SmartPLS. Hasil riset menampilkan bahwa mutu layanan mempengaruhi positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui pengalaman pelanggan. Pengalaman pelanggan pula teruji mempengaruhi positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Tidak hanya itu, pengalaman pelanggan sanggup memediasi secara positif ikatan antara mutu layanan serta loyalitas pelanggan. Penemuan ini menunjukkan bahwa kenaikan mutu layanan yang diiringi penciptaan pengalaman wisata yang berkesan bisa tingkatkan loyalitas wisatawan terhadap TWD Jabung.

Kata Kunci — kualitas layanan; loyalitas pelanggan; pengalaman pelanggan; wisata desa;

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Pengalaman Pelanggan sebagai Mediasi (Studi pada Taman Wisata Desa Jabung, Kabupaten Magetan)” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan serta memberikan fasilitas kepada penulis sehingga dapat menempuh dan menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan dukungan dan kemudahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan arahan serta membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Wali Dosen Kelas J Manajemen, serta Bapak Noor Aziz, Drs., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta berbagai saran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Bapak/Ibu dosen serta staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan selama penulis menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
6. Pihak pengelola TWD Jabung, Panekan, Magetan yang telah memberikan izin, kesempatan, serta bantuan kepada penulis dalam melakukan penelitian. Dukungan dan kerja sama yang diberikan sangat membantu penulis dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan sehingga proses penelitian dapat berjalan dengan baik dan lancar.
7. Seluruh pengunjung TWD Jabung yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga penulis dapat memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis. Segala pengorbanan, perhatian, dan semangat yang diberikan menjadi kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan serta penyusunan skripsi ini.
9. Kepada semua teman-teman seperjuangan skripsi yang telah bersama-sama melewati berbagai kesulitan, proses panjang, serta suka dan duka selama menyelesaikan penelitian ini. Dukungan, semangat, tawa, dan kebersamaan yang terjalin menjadi motivasi besar bagi penulis untuk terus berjuang hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Untuk Malang yang telah menjadi tempat penuh cerita selama perjalanan kuliah dan proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih untuk setiap sudut kota, tempat singgah, dan ruang sederhana yang pernah menjadi saksi proses berpikir, lelah, perjuangan, hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Banyak kenangan, pelajaran, dan perjalanan hidup yang tumbuh di kota ini. Semoga semua langkah yang pernah ditempuh di sini menjadi bagian indah yang selalu dikenang di kemudian hari.
11. Kepada diri sendiri yang telah mampu bertahan dan terus berjuang hingga sampai pada tahap ini. Perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak selalu mudah, penuh dengan rasa lelah, keraguan, dan berbagai tantangan.

Namun, dengan kesabaran, usaha, dan doa, penulis mampu melewati setiap prosesnya.

12. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, serta motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Segala bentuk bantuan dan perhatian yang diberikan sangat berarti bagi penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan serta belum mencapai tingkat kesempurnaan sebagaimana yang diharapkan. Hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan, pengalaman, serta kemampuan yang dimiliki oleh penulis selama proses penyusunan penelitian ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis juga berharap semoga segala usaha, proses, serta kerja keras yang telah dilakukan dalam penyusunan skripsi ini senantiasa mendapatkan ridho dan keberkahan dari Allah SWT serta dapat menjadi amal baik yang bermanfaat bagi banyak pihak.

Malang, 5 Maret 2026

Difa Alfatih Admaja Wingyani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.2 Hubungan Antar Variabel	26
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Konseptual	32
2.5 Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI.....	35
3.1 Lokasi Penelitian.....	35

3.2 Desain Penelitian.....	35
3.3 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling.....	35
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.5 Jenis Dan Sumber Data	38
3.6 Teknik Pengumpulan Dan Pengukuran Data	39
3.7 Uji Instrument	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.2 Deskripsi Data.....	47
4.3 Analisis Data.....	55
4.4 Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data ulasan negatif TWD Jabung di Google Maps.....	2
Tabel 3. 1 Data Jumlah Pengunjung TWD Jabung Bulan Januari-Oktober 2025	35
Tabel 3. 2 Skala Likert	40
Tabel 3. 3 Rentang Skala	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Jumlah Berkunjung Responden.....	50
Tabel 4. 4 Rentang Skala	51
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	52
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan	53
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Pengalaman Pelanggan	54
Tabel 4. 11 Uji Validitas Konvergen (Outer Loading)	57
Tabel 4. 12 Uji Validitas Konvergen (AVE)	58
Tabel 4. 13 Uji Validitas Diskriminan (HTMT)	59
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas (CA & CR).....	59
Tabel 4. 15 Uji R-squared	61
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis (Path Coefficient).....	61
Tabel 4. 17 Uji Mediasi (bootstraping)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Four Realms of Experience.....	24
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4. 1 Hasil Outer Model.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	82
Lampiran 3 Hasil Uji Outer Model SmartPLS.....	91
Lampiran 4 Hasil Uji Inner Model SmartPLS	92
Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis dan Boostraping	92



DAFTAR PUSTAKA

1. Kemenpar. Kementerian Pariwisata RI. 2025. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Available from: <https://kemenpar.go.id/berita/siaran-pers-wamenpar-sebut-quality-tourism-efektif-benahi-pariwisata>
2. TWD Jabung. twdjabung.com. 2022. Taman Wisata Desa Jabung. Available from: twdjabung.com
3. Jadesta.kemenpar. <https://jadesta.kemenpar.go.id>. 2022. Jadesta Kemenpar. Available from: https://jadesta.kemenpar.go.id/desa/twd_jabung
4. Keller & Kotler. Marketing Management [Internet]. Global Edi. Acquisitions SW, editor. Vol. 37, Journal of Marketing. England: Pearson Education Limited; 2016. Available from: www.pearsonglobaleditions.com
5. Damaschi G, Aboueldahab A, D'Addario M. Decomposing Brand Loyalty: An Examination of Loyalty Subcomponents, Product Price Range, Consumer Personality, and Willingness to Pay. Behav Sci (Basel) [Internet]. 2025;15(2). Available from: <https://doi.org/10.3390/bs15020189>
6. Chang L, Huang X, Meng M. Study on tourist's loyalty of Zhinan Village in the view of tourism landscape. Cogent Soc Sci [Internet]. 2021;7(1). Available from: <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1997403>
7. Zakiah S, Winarno A, Hermana D. Examination of consumer engagement for loyalty in sustainable destination image. Cogent Soc Sci [Internet]. 2023;9(2). Available from: <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2269680>
8. López-sanz JM, Penelas-leguía A, Gutiérrez-rodríguez P, Cuesta-valiño P. Sustainable development and consumer behavior in rural tourism—the importance of image and loyalty for host communities. Sustain [Internet]. 2021;13(9). Available from: <https://doi.org/10.3390/su13094763>
9. Ridolloh R, Munizu M, Alam S, Umar F, Alkanan OMT. Influence of service

- quality, destination facilities, destination image, and satisfaction on tourist loyalty in Pasar Lama Chinatown, Tangerang City. *J Infrastructure, Policy Dev* [Internet]. 2024;8(13):1–19. Available from: <https://doi.org/10.24294/jipd9173>
10. Li Q, Phakdeephrot N, Tan CC. Antecedents of tourist loyalty in China ' s Kangyang tourism : The influence of destination image , service quality , tourist satisfaction , and affective commitment. 2024;8(12):1–20. Available from: <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i12.8732>
 11. Rahman A, Farooq N, Haleem M, Shah SMA, El-Gohary H. Exploring the Pathways to Tourist Loyalty in Pakistani Tourism Industry: The Role of Destination Image, Service Quality, E-WOM, and Social Media. *Sustain* [Internet]. 2023;15(24). Available from: <https://doi.org/10.3390/su152416601>
 12. Wang L, Li X. The five influencing factors of tourist loyalty: A meta-analysis. *PLoS One* [Internet]. 2023;18(4 April):1–21. Available from: <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0283963>
 13. Chi X, Lee SK, Ahn Y joo, Kiatkawsin K. Tourist-perceived quality and loyalty intentions towards rural tourism in China. *Sustain* [Internet]. 2020;12(9):1–18. Available from: www.mdpi.com/journal/sustainability
 14. Wang H, Yang Y, He W. Does Value Lead to Loyalty? Exploring the Important Role of the Tourist–Destination Relationship. *Behav Sci (Basel)* [Internet]. 2022;12(5). Available from: <https://www.mdpi.com/2076-328X/12/5/136>
 15. Talaee Malmiri AR, Norouzi Isfahani R, BahooToroodi A, Abaei MM. A systematic approach for predicting loyalty behavior of tourist destinations. *J Tour Futur* [Internet]. 2021;(October):1–15. Available from: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode> DOI
 16. Wisnawa IMB, Subadra IN, Kartimin IW, Aristana IN, Arsawan IWE,

- Hartini NM. Analyzing Tourism Brand Loyalty and E-Marketing Development in Bali, Indonesia. *Qubahan Acad J* [Internet]. 2023;3(4):314–31. Available from: <https://doi.org/10.58429/qaj.v3n4a190>
17. Lovelock C, Wirtz J. *Service Marketing Mix* [Internet]. Eighth Edi. Samsudin K, editor. Vol. 4, *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. London: World Scientific Publishing Co. Inc.; 2016. Available from: <http://lccn.loc.gov/2016003724>
18. Liu J, Kuai X, Wang P. Research on the tourism service quality evaluation of Gongbei Lingnan community under the perspective of SERVQUAL theory. *Front Sustain Cities* [Internet]. 2024;6(January):1–12. Available from: <https://www.frontiersin.org/journals/sustainable-cities>
19. Kowalska N, Ostrega A. Using SERVQUAL method to assess tourist service quality by the example of the Silesian Museum established on the post-mining area. *Land* [Internet]. 2020;9(9). Available from: www.mdpi.com/journal/land
20. Ardhani Z, Rohwiyati R, Haryono T, Triatmanto B, Respati H. Building customer loyalty through brand trust, service quality, and satisfaction in religious tourism. *Int J Innov Res Sci Stud* [Internet]. 2025;8(3):2065–76. Available from: www.ijirss.com
21. Silas G, Dung GP, Bagobiri E. Service Quality and Customer Loyalty : The Mediating Effect of Customer Brand Identification in the Nigerian Hospitality Industry. 2022;3(1):38–51.
22. Almasarweh MS, Harb A, Alnawaiseh MB, Almajali TA. Beyond Service Excellence: Exploring Brand Image As the Bridge Between Service Quality and Customer Loyalty in Nature Tourist Camps. *Geoj Tour Geosites* [Internet]. 2024;53(2):725–35. Available from: <https://doi.org/10.30892/gtg.53236-1248>
23. Monferrer Tirado D, Moliner Tena MA, Estrada M. Co-creating customer

- experiences in service ecosystems: a study in a tourist destination. *J Serv Mark* [Internet]. 2024;38(10):1–16. Available from: <https://www.emerald.com/insight/0887-6045.htm>
24. Gao J, Meng F, Guo W, Lin B. Achieving destination sustainability: How tourist-to-tourist interaction quality affects tourist loyalty? *PLoS One* [Internet]. 2024;19(8 August):1–20. Available from: <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0296944>
25. Sasongko G, Kameo DD, Siwi VN, Wahyudi Y, Huruta AD. The Effect of Service Quality and Heritage Tourism on Tourist Loyalty: The Case of Borobudur Temple. *Heritage* [Internet]. 2025;8(2). Available from: <https://doi.org/10.3390/heritage8020077>
26. Gallardo JAF, Rojas RH. Impact of touristic sustainability on satisfaction with touristic services in a world heritage city . The case of the equestrian show rdoaba (Spain) in C o. 2024;(November). Available from: <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>
27. Pine J, Gilmore. *Experience & Economy* [Internet]. Updated Ed. B. Joseph pine ii J h. G p. cm., editor. *Exploding Aesthetics*. United states of america: Harvard Business School Publishing; 1999. Available from: isBn 978-1-4221-6197-5
28. Kim YJ, Kim HS. The Impact of Hotel Customer Experience on Customer Satisfaction through Online Reviews. *Sustain* [Internet]. 2022;14(2):1–13. Available from: <https://doi.org/10.3390/su14020848>
29. Alsiehem A. Events-Based Service Quality and Tourism Sustainability: The Mediating and Moderating Role of Value-Based Tourist Behavior. *Sustain* [Internet]. 2023;15(21). Available from: <https://doi.org/10.3390/su152115303>
30. Agapito D, Sigala M. Experience management in hospitality and tourism: reflections and implications for future research. *Int J Contemp Hosp Manag*

- [Internet]. 2024;36(13):57–76. Available from:
<https://www.emerald.com/insight/0959-6119.htm>
31. Ortiz O, Rusu C, Rusu V, Matus N, Ito A. Tourist eXperience Considering Cultural Factors: A Systematic Literature Review. *Sustain* [Internet]. 2024;16(22). Available from: <https://doi.org/10.3390/su162210042> Academic
 32. Ayele LA, Singh A. Tourism Value Chain, Quality Tourism Experience and Competitive Advantage: Evidence From Star-Rated Hotels in Ethiopia. *Geoj Tour Geosites* [Internet]. 2024;54(2):831–41. Available from: <https://doi.org/10.30892/gtg.542spl07-1258> Abstract:
 33. Guerreiro M, Pinto P, Bagheri F, Matos N. Broadening tourism experience and destination image: A cross-cultural approach between international and domestic tourists. *Eur J Tour Res* [Internet]. 2025;39. Available from: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v39i.37431>
 34. Zhang S, Wareewanich T, Yue XG. How to Promote a Destination's Sustainable Development? The Influence of Service Encounters on Tourists' Attitudes and Behavioral Intentions. *Sustain* [Internet]. 2023;15(19). Available from: <https://doi.org/10.3390/su151914087>
 35. Hussain A, Li M, Kanwel S, Asif M, Jameel A, Hwang J. Impact of Tourism Satisfaction and Service Quality on Destination Loyalty: A Structural Equation Modeling Approach concerning China Resort Hotels. *Sustain* [Internet]. 2023;15(9). Available from: <https://doi.org/10.3390/su15097713>
 36. Michael R. S, Bamossy GJ, Askegaard S, Hogg margaret K. *Consumer Behaviour* [Internet]. Sixth Edit. United Kingdom: Pearson education Limited; 2016. Available from: www.pearson.com/uk
 37. Gilmore JH, Pine BJ. *The experience IS the marketing* [Internet]. Strategic Horizons LLP. BrownHerron Publishing ISBN:: 2002. 14 p. Available from: <http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/detail/-/B00006JMDC/%0Ato>

38. Pimic M, Dukic A, Krsmanovic I. Empirical Research on the Impact of Hotel Service Quality on Guest Loyalty and Satisfaction: a Case Study Serbian Hotel Industry. *Ekonomika* [Internet]. 2023;69(march):39–57. Available from: 10.5937/ekonomika2301039P
39. Akbar R, Sukmawati US, Katsirin K. Analisis Data Penelitian Kuantitatif (Pengujian Hipotesis Asosiatif Korelasi). 2023;1(3). Available from: <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
40. Sugiyono PD. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &. D [Internet]. 19th ed. Sugiyono PD, editor. Bandung: ALFABETA; 2013. Available from: www.cvalfabeta.com
41. Dr. Imam Machali MP. Metode Penelitian Kuantitatif [Internet]. 3rd ed. Habib AQ, editor. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan; 2021. Available from: <http://tarbiyah.uin-suka.ac.id/>
42. Sekaran U, Bougie R. Research Methods for Business [Internet]. Seventh Ed. Sons JW&, editor. Chichester, West Sussex, United Kingdom: Printer Trento Srl; 2016. Available from: www.wileypluslearningspace.com
43. Joseph F. Hair Jr., William C. Black, Barry J. Babin REA. Multivariate Data Analysis Multivariate Data Analysis [Internet]. Eighth Edi. Beavis M, editor. United Kingdom: Annabel Ainscow; 2019. Available from: www.cengagebrain.com

Lampiran 6 Hasil Cek Plagiasi

	Lembaga Informasi dan Publikasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang Tanda Terima Cek Plagiasi
Tanggal : 21/5/2026	
Kode	: 2966086983
Nama	: Difa Alfatih Admaja Wingyani
NIM	: 202210160311561
Prodi	: Manajemen
Judul Penelitian	: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Pengalaman Pelanggan sebagai Mediasi (Studi pada Taman Wisata Desa Jabung)
Persentase Plagiasi	: 5%
Keterangan	: LULUS
Kepala LIP  Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M	

