

**PENGARUH *ATMOSPHERE*, *WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
PENGUNJUNG: STUDI EMPIRIS PADA WISATA
BUKIT GANDRUNG KEDIRI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

NURLAILY ADI PUTRIE

NPM 22201081120



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2026

MOTTO

“Setetes keringat orang tuaku yang keluar, ada seribu langkahku untuk maju.”

-Putri

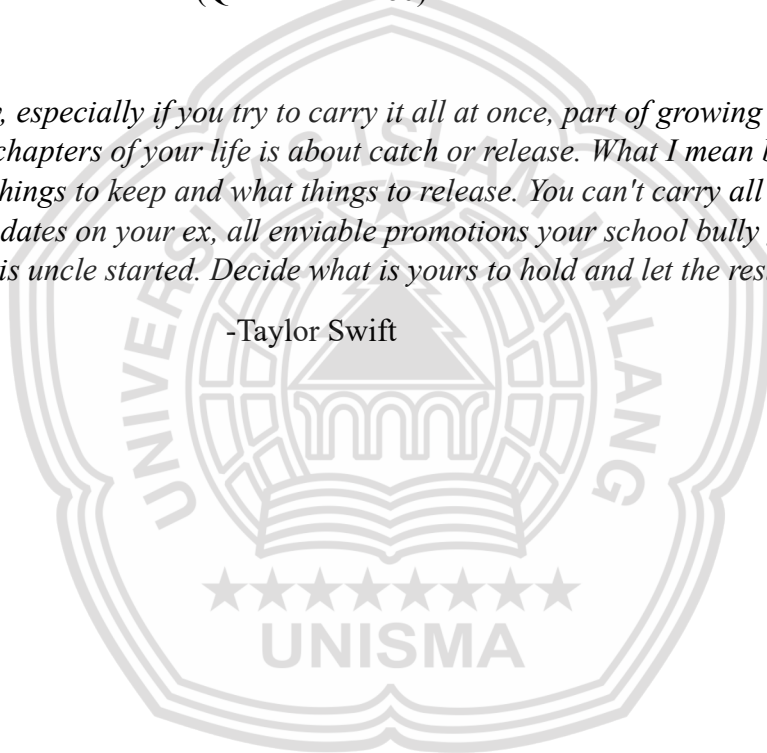
فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ وَلَا يَسْتَخِفُّكَ الَّذِينَ لَا يُوقِنُونَ

" Maka bersabarlah, sesungguhnya janji Allah itu benar dan janganlah orang-orang yang tidak yakin meremehkan (janji-Nya)."

(QS. Ar-Rum: 60)

"Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once, part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch or release. What I mean by that is, knowing what things to keep and what things to release. You can't carry all things, all grudges, all updates on your ex, all enviable promotions your school bully got at the bedge fund his uncle started. Decide what is yours to hold and let the rest go."

-Taylor Swift



LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *ATMOSPHERE*, *WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
PENGUNJUNG: STUDI EMPIRIS PADA WISATA BUKIT GANDRUNG
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Oleh :

NURLAILY ADI PUTRIE

22201081120



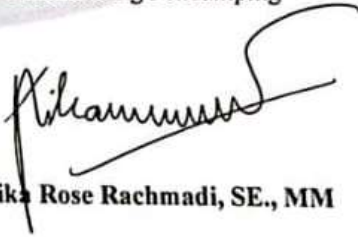
Tanggal di setujui :

Selasa, 24 Februari 2026

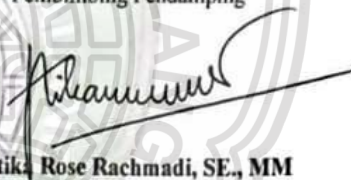
Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Nurhidayah, SE., MM


Kartika Rose Rachmadi, SE., MM

TANDA PERSETUJUAN


SKRIPSI
**PENGARUH *ATMOSPHERE*, *WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
PENGUNJUNG: STUDI EMPIRIS PADA WISATA BUKIT GANDRUNG
KEDIRI**
NURLAILY ADI PUTRIE
NPM. 22201081120
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Hari/tanggal : Selasa, 24 Februari 2026
SUSUNAN DEWAN PENGUJI
Pembimbing Utama Pembimbing Pendamping
 
Dr. Nurhidayah, SE., MM **Kartika Rose Rachmadi, SE., MM**
Anggota Dewan Penguji Lain

M. Tody Arsyianto, SE., MM
Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar:
SARJANA MANAJEMEN
Pada Hari/tanggal : Selasa, 24 Februari 2026
 
Afifudin, SE., M.SA., Ak., CAP., CBV Ketua Jurusan

Dr. M. Ridwan Basalamah, SE., MM

PERNYATAAN ORISINALITAS

UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jurusan : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah

STATUS : UNGGUL



Alamat : Jl. Mayjen Haryono No.193 Malang 65144 telp 0341 - 551932, 551822, Fax.: 0341 - 552249

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Nama : Nurfally Adi Putrie
NPM : 22201081120
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul :

Pengaruh Atmosphere, Word of Mouth, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pengunjung: Studi Empiris pada Wisata Bukit Gandrung Kediri

Yang diuji pada tanggal : 24 Februari 2026 adalah benar-benar merupakan hasil karya saya.

Dan saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat atau keseluruhan hasil tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat maupun pikiran penulis lain yang diakui sebagai hasil tulisan saya sendiri, dan dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya secara sengaja maupun tidak sengaja melakukan hal tersebut diatas, maka saya menarik Tugas Akhir yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri dan jika terbukti saya melakukan hal tersebut diatas seolah-olah hasil karya saya sendiri, maka gelar dan Ijazah yang diberikan Universitas Islam Malang berhak untuk dibatalkan.

Malang, 21 Februari 2026
membuat pernyataan,

Nurfally Adi Putrie

Ketua Penguji

Anggota

Anggota

Dr. Nurhidayah, S.E., M.M

KARITKA ROSE RACHMADI,
SE., MMM. TODY ARSYANTO, SE.,
MM.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Bismillahirrahmanirrahim, skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya ini juga saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Ayah Drs. Adi Priyono, M.MPd dan Mama Ninik, yang senantiasa melangitkan doa-doa terbaik dan menjadi sumber motivasi dalam setiap langkah saya. Terima kasih telah mengantarkan saya sampai di titik ini, karya sederhana ini dan gelar saya persembahkan untuk Ayah dan Mama.

Selanjutnya, skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, Nurlaily Adi Putrie, yang telah mampu bertahan, berusaha, dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri di tengah berbagai tekanan serta tidak pernah memilih untuk menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini. Tidak lupa kepada Bapak dan Ibu Dosen Sarjana Manajemen yang telah membimbing dan mengarahkan saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Terakhir, terima kasih saya sampaikan kepada keluarga yang telah menemani dalam suka maupun duka, serta memberikan dukungan yang begitu berarti. Terima kasih atas segala waktu, usaha, dan perhatian yang telah diberikan. Semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan dan manfaat bagi orang lain. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, memberikan kesehatan, kesempatan, kemudahan serta melapangkan pemikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Atmosphere*, *Word of Mouth*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pengunjung: Studi Empiris pada Wisata Bukit Gandrung Kediri”. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada kekasih Allah SWT panutan seluruh umat yakni baginda Rasulullah SAW, yang telah memperbaiki akhlak dan budi pekerti manusia seperti yang kita rasakan sekarang ini. Proses pengerjaan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Junaidi, M.pd., Phd., selaku Rektor Universitas Islam Malang.
2. Bapak Afifudin, S.E., M.S.A., Ak., CAP., CBV., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dr. M. Ridwan Basalamah, S.E., MM., selaku Kepala Program Studi Prodi Manajemen.
4. Ibu N. Rachma, S.E., MM., selaku dosen wali yang sudah membimbing sampai ditahap ini.
5. Ibu Dr. Nurhidayah, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Kartika Rose Rachmadi, SE., M.M., selaku dosen pembimbing II, yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh dosen dan staf di lingkungan Universitas Islam Malang yang telah memberikan ilmu serta bantuan selama masa perkuliahan.
7. Dua orang paling berjasa dalam hidup yaitu orang tua, mama Ninik dan ayah Drs. Adi Priyono, M. MPd. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin merantau dari kalian, serta pengorbanan, cinta, do'a, motivasi, semangat dan nasihat serta kata-kata yang sering dilontarkan "*Putrie pasti bisa, libatkan Allah SWT dalam keadaan apapun, tetap semangat*" dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup peneliti, kalian sangat berarti. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan aamiin.
8. Kepada cinta kasih kakak dan adik saya, Ridhwana Adi Rachmawati, S. Pd., Salsabila Adi Fitri, S. Pd., dan Hanifah Adi Afkari, serta kakak ipar saya Muji Slamet, S. H., dan Riyan Fachrurozi, S. T. Terima kasih atas segala do'a, usaha, motivasi yang telah diberikan kepada peneliti. Tak lupa keponakan saya Namira, terima kasih sudah hadir membawa tawa dan selalu menjadi penyemangat di tengah rasa jenuh dan letih menyelesaikan skripsi ini.
9. Annisa, Resa, dan Yussy selaku sahabat penulis yang senantiasa menemani peneliti dalam keadaan sulit dan senang, memberikan dukungan serta motivasi, dan memberikan doa setiap langkah yang peneliti lalui sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Marzuki Alwianto. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup peneliti. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga maupun waktu kepada peneliti.

Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.

11. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Nurlaily Adi Putrie, terima kasih telah bertahan hingga sejauh ini. Terima kasih tidak menyerah ketika jalan yang dilalui terasa panjang dan terjal, ketika keraguan dengan silih berganti, dan ketika langkah terasa berat untuk diteruskan. Terima kasih telah memilih melanjutkan dan menyelesaikan studi hingga selesai, walau sering kali tidak pasti namun arah ini akan membawa arti. Terima kasih telah menjadi teman paling setia bagi diri sendiri, hadir dalam sunyi, dalam lelah, dalam diam yang penuh tanya. Terima kasih sudah mempercayai proses, meski hasil belum sesuai harapan. Meski harus menghadapi kegagalan, kebingungan, bahkan perasaan ingin menyerah. Terima kasih karena tetap jujur pada rasa takut, namun tidak membiarkan rasa takut membatasi langkah, karena keberanian bukanlah ketiadaan rasa takut, melainkan keinginan untuk tetap bergerak meski takut masih melekat erat. Dan paling penting, terima kasih karena sudah berani memilih, memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah kamu mulai.

Malang, 02 Februari 2026

Peneliti,

Nurlaily Adi Putrie

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap	:	Nurlaily Adi Putrie
Tempat, Tanggal Lahir	:	Sidoarjo, 19 Juni 2003
Nomor Pokok Mahasiswa	:	22201081120
Alamat E-Mail	:	lailyputrieee@gmail.com
Nama Orang Tua	:	Ninik (Mama) Adi (Ayah)
Alamat	:	Ds. Gamping RT.03 RW.01 Kec. Krian Kab. Sidoarjo

Pendidikan:

No	Nama Entitas Sekolah	Tahun
1	Tk Dharma Wanita Terik	2007-2009
2	SDN Terik	2009-2015
3	MTsN 2 Sidoarjo	2015-2018
4	SMAN 1 Wonoayu	2018-2021

Pengalaman:

1. Tersertifikasi Microsoft (2023)
2. Mengikuti program AFSI (*Asosiasi fintech*) (2024)
3. Mengikuti pelatihan *leadership* oleh IBS 192 (2025)
4. Tersertifikasi *digital marketing* oleh BNSP (2025)
5. Menjadi bagian dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kota Batu sebagai peserta magang (2025)

ABSTRAK

Sektor pariwisata terus berkembang dan berperan sebagai penggerak perekonomian di Indonesia. Wisata Bukit Gandrung Kediri merupakan salah satu destinasi yang mengalami pertumbuhan pesat, sehingga di tengah persaingan antar destinasi wisata diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan loyalitas melalui kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *atmosphere*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden yang merupakan pengunjung Wisata Bukit Gandrung Kediri dan dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *atmosphere*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Selain itu, *atmosphere*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Kepuasan pengunjung terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa *atmosphere*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pengelola wisata dalam meningkatkan loyalitas melalui kepuasan pengunjung secara berkelanjutan.

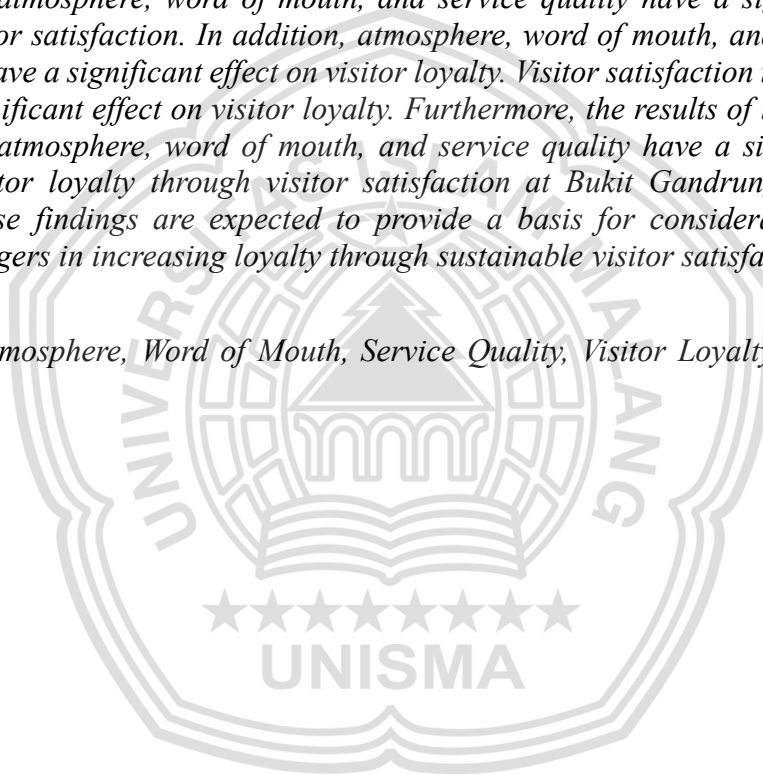
Kata kunci: *Atmosphere*, *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pengunjung, Kepuasan Pengunjung.



ABSTRACT

The tourism sector continues to grow and plays a key role in driving the Indonesian economy. Wisata Bukit Gandrung in Kediri is one destination experiencing rapid growth, so amidst competition among tourist destinations, appropriate strategies are needed to increase loyalty through visitor satisfaction. This study aims to analyze the influence of atmosphere, word of mouth, and service quality on loyalty through visitor satisfaction at Wisata Bukit Gandrung Kediri. This study uses a quantitative approach with an explanatory research type. Research data were obtained by distributing questionnaires to 120 respondents who were visitors to Bukit Gandrung Kediri Tourism and were selected based on predetermined criteria. The data analysis technique used was Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) with the help of Smart PLS 4.0 software. The results of the study indicate that atmosphere, word of mouth, and service quality have a significant effect on visitor satisfaction. In addition, atmosphere, word of mouth, and service quality also have a significant effect on visitor loyalty. Visitor satisfaction is proven to have a significant effect on visitor loyalty. Furthermore, the results of the study indicate that atmosphere, word of mouth, and service quality have a significant effect on visitor loyalty through visitor satisfaction at Bukit Gandrung Kediri Tourism. These findings are expected to provide a basis for consideration for tourism managers in increasing loyalty through sustainable visitor satisfaction.

Keywords: *Atmosphere, Word of Mouth, Service Quality, Visitor Loyalty, Visitor Satisfaction.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan penggerak utama perekonomian global, termasuk di Indonesia. Pertumbuhan industri pariwisata menunjukkan tren positif, ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara (Safitri et al., 2025). Fenomena ini menciptakan persaingan yang ketat antar destinasi wisata, yang menuntut setiap pengelola untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pengunjung. Pengelola destinasi wisata dituntut untuk mampu menciptakan pengalaman wisata yang berkesan, tidak hanya dalam rangka meningkatkan kepuasan pengunjung, tetapi juga untuk membentuk loyalitas pengunjung. Dalam pariwisata, kepuasan pengunjung mencerminkan keberhasilan pengelolaan destinasi wisata, sedangkan loyalitas pengunjung berperan dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing destinasi.

Sejalan dengan tren positif tersebut, sektor pariwisata di Provinsi Jawa Timur terus berkembang. Kabupaten Kediri menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi besar dengan jumlah wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya. Beragam destinasi wisata tersedia di wilayah ini, mulai dari wisata budaya, wisata alam, hingga wisata buatan. Salah satu destinasi yang mengalami pertumbuhan cukup pesat adalah Wisata Bukit Gandrung (WBG) yang semakin diminati pengunjung. Meskipun belum ada data resmi pemerintah mengenai jumlah kunjungan ke Wisata Bukit Gandrung, pengelola menyampaikan bahwa terjadi peningkatan jumlah pengunjung.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Kabupaten Kediri 2020-2022

Jumlah Wisatawan Kabupaten Kediri				
No.	Wisatawan	2020	2021	2022
1.	Nusantara	446.874	520.998	1.307.694
2.	Mancanegara	9	-	121
Jumlah Wisatawan		446.883	520.998	1.307.815

Sumber: BPS, 2023

Wisata Bukit Gandrung Kediri terletak di Desa Medowo, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Kediri. Dengan posisi ketinggian 700 meter di atas permukaan laut, Bukit Gandrung menawarkan keindahan alam dengan pemandangan Gunung ditambah hamparan sawah serta bukit-bukit hijau yang luas yang tentu menyejukkan mata. Wisata Bukit Gandrung juga menyediakan berbagai fasilitas serta wahana yang menyenangkan.

Tabel 1.2 Daftar Fasilitas dan Wahana WBG

Fasilitas	Wahana
1. <i>Spot photo</i> (Balon Udara, Rumah Hobbit, dan Menara Pohon) 2. Kolam Renang 3. <i>Cafe</i> 4. <i>Camping Ground</i> 5. Gazebo 6. Pendopo 7. Mushola 8. Toilet 9. Area Parkir Luas	1. <i>Playground</i> (Ayunan, perosotan, dan jungkat-jungkit)

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Dalam konteks pengelolaan destinasi wisata, loyalitas pengunjung menjadi tujuan jangka panjang yang mencerminkan keberhasilan destinasi dalam menciptakan pengalaman berwisata yang bernilai. Menurut Ginting (2021) loyalitas pengunjung adalah komitmen yang kuat dari seorang pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang secara berkelanjutan ke destinasi wisata yang sama di masa mendatang. Loyalitas tidak hanya tercermin dari keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang, tetapi juga dari kesediaan mereka untuk merekomendasikan destinasi wisata kepada orang lain, sehingga loyalitas berperan penting dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata (Hermanto et al., 2022).

Namun demikian, loyalitas pengunjung tidak terbentuk secara langsung, melainkan melalui proses evaluasi pengalaman berwisata yang dirasakan pengunjung. Proses tersebut tercermin pada kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung merupakan perasaan yang muncul setelah pengunjung membandingkan antara harapan sebelum berkunjung dengan pengalaman yang dirasakan selama berada di destinasi wisata (Suhartapa, 2022). Kepuasan menjadi tahapan penting yang menjembatani pengalaman berwisata dengan terbentuknya perilaku loyal pengunjung (Adillah & Nazmah, 2024).

Atmosphere merupakan salah satu faktor yang berperan dalam membentuk kepuasan pengunjung (Natashya & Rosanto, 2025). Menurut (Suak et al., 2024) *atmosphere* merupakan pengalaman emosional yang dirasakan oleh para pengunjung terhadap suasana atau lingkungan di suatu lokasi, termasuk di tempat wisata. *Atmosphere* ini dapat terpengaruh oleh sejumlah faktor seperti pencahayaan, desain, ornamen, lagu, bau, dan kegiatan

yang berlangsung di sekitarnya. *Atmosphere* yang dikelola dengan baik mampu menciptakan rasa nyaman dan pengalaman yang menyenangkan, sehingga pengunjung dapat menikmati aktivitas wisata secara optimal. Pengalaman *atmosphere* yang positif terbukti mampu meningkatkan penilaian pengunjung terhadap destinasi wisata dan memperkuat kepuasan mereka (Razak & Shamsudin, 2021). Namun, Ummah (2025) menunjukkan bahwa *atmosphere* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung, sehingga faktor ini tidak selalu menjadi penentu dalam pembentukan loyalitas.

Selain *atmosphere*, *word of mouth* juga memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas melalui kepuasan pengunjung destinasi wisata. Amananti (2024) menjelaskan bahwa *word of mouth* adalah proses pemasaran yang terjadi secara tidak sengaja dari pengunjung kepada orang lain. Pemasaran ini dilakukan melalui komunikasi dari mulut ke mulut. *Word of mouth* melibatkan komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik di antara orang-orang yang membahas keunggulan atau pengalaman mengunjungi suatu destinasi wisata. Informasi dan rekomendasi yang disampaikan oleh pengunjung sebelumnya sering kali menjadi rujukan utama bagi calon pengunjung dalam membentuk ekspektasi terhadap destinasi wisata. *Word of mouth* yang positif mampu menciptakan persepsi awal yang baik, sehingga ketika pengalaman berwisata sesuai dengan ekspektasi tersebut, pengunjung cenderung merasa puas dan menunjukkan perilaku loyal (Melati et al., 2023).

Faktor lain yang turut memengaruhi kepuasan pengunjung adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang ramah, responsif, dan konsisten dapat memberikan rasa dihargai kepada pengunjung serta meningkatkan

kenyamanan selama berada di destinasi wisata. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pengunjung, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara pengunjung dan destinasi wisata, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya loyalitas (Hermanto et al., 2022).

Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung berperan dalam menjembatani pengaruh *atmosphere*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengunjung. Dalam beberapa konteks destinasi wisata, kepuasan menjadi faktor kunci yang memperkuat hubungan antara pengalaman berwisata dengan loyalitas pengunjung (Suartina, 2024). Namun, temuan Ummah (2025) menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan tidak mampu berperan sebagai variabel yang menjembatani dalam pembentukan loyalitas wisatawan.

Perbedaan hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya gap penelitian, khususnya terkait bagaimana peran kepuasan pengunjung dalam menghubungkan pengaruh *atmosphere*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengunjung pada destinasi wisata alam. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan variabel-variabel tersebut pada destinasi wisata dengan karakteristik alam dan pengunjung yang berbeda.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disajikan, maka peneliti akan menguji **“Pengaruh *Atmosphere*, *Word of Mouth*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengunjung: Studi Empiris pada Wisata Bukit Gandrung Kediri”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana *atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?
- b. Bagaimana *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?
- c. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?
- d. Bagaimana *atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?
- e. Bagaimana *word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?
- f. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?
- g. Bagaimana kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?
- h. Bagaimana *atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?
- i. Bagaimana *word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?
- j. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh *atmosphere* terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- d. Untuk menganalisis pengaruh *atmosphere* terhadap loyalitas pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- e. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- f. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- g. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- h. Untuk menganalisis pengaruh *atmosphere* terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- i. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- j. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

pengunjung melalui kepuasan pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara teoritis

1) Bagi Peneliti

Mengembangkan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti khususnya ilmu tentang pengaruh *atmosphere*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung.

2) Bagi Akademis

Dalam ranah akademik, penelitian ini bermanfaat sebagai acuan bagi studi berikutnya yang menyoroti objek sejenis, sekaligus dapat dijadikan sumber literatur untuk memperkaya perkembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam disiplin manajemen pemasaran.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber rujukan baru yang memperkaya literatur, sekaligus menjadi dasar acuan bagi kajian-kajian berikutnya yang meneliti tentang pengaruh *atmosphere*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung.

b. Manfaat secara praktis

1) Bagi Wisata Bukit Gandrung

Hasil studi ini diharapkan memberi kontribusi berupa masukan kepada perusahaan dan pemasar terkait pengaruh *atmosphere*,

word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung, sehingga dapat dijadikan rujukan dalam proses pengambilan keputusan yang lebih tepat.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu *Atmosphere*, *Word of Mouth*, dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pengunjung melalui Kepuasan Pengunjung. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan *Partial Least Squares* (PLS), diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- b. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- c. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- d. *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- e. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- f. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- g. Kepuasan Pengunjung berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- h. *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung melalui Kepuasan Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.

- i. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung melalui Kepuasan Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.
- j. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung melalui Kepuasan Pengunjung di Wisata Bukit Gandrung Kediri.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil dan pengembangan penelitian selanjutnya:

- a. Ruang lingkup penelitian terbatas pada satu objek wisata, yaitu Wisata Bukit Gandrung Kediri, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada objek wisata lain yang memiliki karakteristik pengunjung, fasilitas, dan kondisi lingkungan yang berbeda.
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian masih terbatas, yaitu *Atmosphere*, *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung, dan Loyalitas Pengunjung. Masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas melalui kepuasan pengunjung.
- c. Pengambilan data dilakukan dalam satu periode waktu, sehingga hasil penelitian hanya menggambarkan kondisi persepsi pengunjung pada saat penelitian dilakukan dan belum mampu melihat perubahan perilaku pengunjung dalam jangka panjang.
- d. Data penelitian diperoleh berdasarkan persepsi responden melalui kuesioner, sehingga sangat bergantung pada kejujuran dan pemahaman responden dalam menjawab pertanyaan, yang memungkinkan adanya subjektivitas jawaban.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, maka saran yang dapat diberikan adalah:

a. Bagi pengelola Wisata Bukit Gandrung Kediri

Disarankan untuk terus meningkatkan kualitas suasana (*atmosphere*) dan pelayanan kepada pengunjung, serta mendorong terciptanya pengalaman positif agar pengunjung bersedia merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini penting karena terbukti berpengaruh terhadap loyalitas kepuasan melalui pengunjung.

b. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas lokasi penelitian pada beberapa objek wisata lain agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan item pernyataan jika menggunakan variabel yang sama. Penelitian selanjutnya juga disarankan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas melalui kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Prakoso, F. (2022). Analisis word of mouth, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mengunjungi Taman Margasatwa Ragunan dan dampaknya terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora (JIMSH)*, 4(1), 32–41.
- Alisa, R. Z. N., & Apriadi, D. (2025). Pengaruh word of mouth terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 5(2), 55–66.
- Amananti. (2024). Strategi komunikasi word of mouth dalam pemasaran destinasi wisata. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 8(1), 23–33.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2019). *Retail management: A strategic approach* (13th ed.). Pearson Education.
- Bungin, B. (2018). *Metodologi penelitian sosial: Format-format kuantitatif dan kualitatif*. Airlangga University Press.
- Dimiyati, M. (2016). *Pemasaran jasa dan perilaku konsumen*. Deepublish.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen* (Ed. 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2019). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0* (Ed. 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, A., (2021). Pengaruh atmosphere terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 3(2), 45–56.

- Hair, Hair et al., (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hasibuan, M. S. P. (2018). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Hidayastri, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 45–58.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Alfabeta.
- Lutfiyah, Z., & AS, F. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap loyalitas pengunjung wisata mangrove dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1579–1592.
- Razak, N. A., & Shamsudin, M. F. (2021). The influence of atmospheric experience on theme park tourist satisfaction and loyalty in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(2), 23–34.
- Sa'adah, N., & Rahayu, S. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman pengunjung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata KANSA Wonosalam Jombang. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 4(2), 78–89.
- Safitri, D., Nugraha, A., & Rahmawati, I. (2025). Tren pertumbuhan pariwisata di Indonesia: Analisis data kunjungan wisatawan 2020–2024. *Jurnal Statistik dan Ekonomi Pariwisata*, 2(1), 11–22.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perilaku konsumen: Pendekatan praktis*. Andi.
- Sernovitz, A. (2019). *Word of mouth marketing: How smart companies get people talking* (2nd ed.). Kaplan Publishing.
- Suak, R., Tumengkol, H., & Mandey, S. (2024). Pengaruh atmosphere terhadap kepuasan pengunjung di sektor pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Tropis*, 6(1), 44–55.

- Suartina, D. (2024). Pengaruh word of mouth terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 5(2), 25–35.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahriah, A. N., Akib, H., Mardatilla, A. M., & Syarifuddin. (2024). Pengaruh service quality terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa servis bengkel Faisal Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum*, 3(1), 25–34.
- Teguh, M. (2017). *Metodologi penelitian ekonomi*. RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Prinsip-prinsip total quality service*. Andi.
- Ummah, S. M. (2025). *Peran kepuasan wisatawan sebagai moderating pengaruh destination atmosphere dan experiential marketing terhadap loyalitas wisatawan (Studi pada Wisata Bernah De Vallei di Mojokerto)*. Tesis Magister Manajemen, Universitas Islam Malang.
- Yuana, S., & Wahyuati, A. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di sektor jasa. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 45–56.

