

PENGARUH *FORM EXPERIENCE*, *ATTRACTION EXPERIENCE* DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *MILLENNIAL TOURIST LOYALTY*
DI ANA PAGABUYUNG DI TANAH DATAR DAN *TOURIST*
SATISFACTION SEBAGAI PEMEDIASI

SKRIPSI

Ditentukan Sebagai Syarat Untuk Menyerahin Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Program Studi Manajemen Universitas Negeri Padang



OLEH
WAIYU DYNI PUTRA
SIM 11059203

JURUSAN MANAJEMEN DUAL DEGREE
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

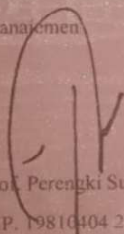
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

PENGARUH *FOOD EXPERIENCE*, *ATTRACTION EXPERIENCE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP MILENIAL *TOURIST LOYALTY* ISTANA PAGARUYUNG DI TANAH DATAR DAN *TOURIST SATISFACTION* SEBAGAI PEMEDIASI

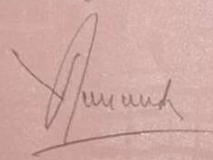
Nama : Wahyu Dyni Putra
Nim : 18059203
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Padang, 2023

Diketahui oleh
Koordinator Ketua Prodi
Manajemen


Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc., Ph.D
NIP. 19810404 200501 1 002

Disetujui,
Pembimbing


Prof. Dr. Yulia Wardi, Drs., M.Si.
NIP. 19591109 198403 1 002

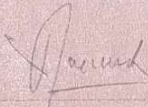
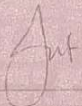
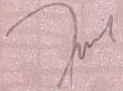
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGARUH *FOOD EXPERIENCE*, *ATTRACTION EXPERIENCE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP MILENIAL *TOURIST LOYALTY* ISTANA PAGARUYUNG DI TANAH DATAR DAN *TOURIST SATISFACTION* SEBAGAI PEMEDIASI

Nama : WAHYU DYNI PUTRA
NIM : 18059203
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas
Akhir Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, 2023

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs. M.Si	
Anggota	Yunita Engriani, SE, MM	
Anggota	Awisal Fasyni, S.P, MM	

ii

HALAMAN PENGESAHAN

i

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Wahyu Dyni Putra
Nim : 18059203
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Food Experience*, *Attraction Experience* dan *Perceived Value* Terhadap Milenial *Tourist Loyalty* Istana Pagaruyung di Tanah Datar dan *Tourist Satisfaction* sebagai pemediasi

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Negeri Padang.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis

Wahyu Dyni Putra

HALAMAN MOTTO PESEMBAHAN

MOTTO :

You don't earn loyalty in a day, You

Earn loyalty day-by-day.

(Jeffrey Gitomer)

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua saya tercinta, terutama bapak dan ibu saya, serta adik yang senantiasa memanjatkan do'a, memberi semangat, dan selalu memberikan kasih sayang tiada henti ketika saya meraih cita-cita.

ABSTRAK

Wahyu Dyni Putra.2023.Pengaruh *Food Experience*, *Attraction Experience* dan *Perceived Value* terhadap milenial *Tourist Loyalty* dan *Tourist Satisfaction* sebagai pemediasi Istana Pagaruyung di Tanah Datar. Skripsi.Fakultas Ekonomi.Universitas Negeri Padang. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis *Tourist Satisfaction* berperan sebagai pemediasi pengaruh *Food Experience*, *Attraction Experience*, *Perceived Value* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah milenial Istana Pagaruyung di Tanah Datar yang berjumlah 210 orang diambil dengan teknik non probability sampling. Instrument penelitian yang digunakan adalah angket dengan Skala Likert, diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan bantuan Smart PLS versi 3.0. Data dianalisis menggunakan rumus korelasi F-hitung dan F-tabel menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara *Food Experience*, *Attraction Experience*, *Perceived Value* dengan *Tourist Loyalty* dan *Tourist Satisfaction* sebagai pemediasi di Istana Pagaruyung di Tanah Datar yaitu F Hitung $0,341 > F$ tabel $0,000$ dan nilai f hitung $52,99 > F$ tabel $0,000$. Dari hasil analisis disimpulkan bahwa *Food Experience*, *Attraction Experience*, *Perceived Value* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *Tourist Loyalty* pada Istana Pagaruyung di Tanah Datar.

Kata Kunci : *Tourist Loyalty*, *Food Experience*, *Attraction Experience*, *Perceived Value* dan *Tourist Satisfaction*.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan “*Food Experience, Attraction Experience dan Perceived Value terhadap milenial Tourist Loyalty di Istana Pagaruyung Tanah Datar dan Tourist Satisfaction sebagai pemediasi*” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.

1. Bapak Prof. Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan fasilitas dan petunjuk-petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku pembimbing yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan, pengarahan, perhatian dan waktunya kepada peneliti mulai dari awal hingga penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph. D selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Yuki Fitria, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.

4. Ibu Yunita Engriani, SE, MM dan Ibu Awisal Fasyani, S.P, MM selaku dosen penguji peneliti yang telah membantu peneliti memberikan masukan dalam semua kegiatan akademik peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada peneliti selama duduk dibangku perkuliahan.
6. Bapak dan ibu Staf Tata Usaha Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan administrasi dan membantu kemudahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha, Pegawai Perpustakaan, dan Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan dan kemudahan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.
8. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan motivasi yang sangat besar berupa moril maupun materil kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 Departemen Manajemen Dual Degree Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang atas semua dukungan dan bantuan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan yang ada, peneliti tetap berusaha untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Semoga segala bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah disisi Allah SWT. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Maret 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH	7
C. PEMBatasan MASALAH	8
D. RUMUSAN MASALAH	8
E. TUJUAN PENELITIAN	9
F. MANFAAT PENELITIAN	10
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
A. KAJIAN TEORI	11
B. PENELITIAN YANG RELEVAN	35
C. KERANGKA KONSEPTUAL	40
D. HIPOTESIS PENELITIAN	42
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
A. DESAIN PENELITIAN	44
B. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN	44
C. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	47
D. INSTRUMENTASI DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA	49
E. UJI COBA INSTRUMEN	50
F. TEKNIK ANALISIS DATA	51
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	54
B. DESKRIPTIF UMUM RESPONDEN	55
C. ANALISIS DATA	58
D. PEMBAHASAN	72
BAB V	80
HASIL KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. KESIMPULAN	80
B. SARAN	82
DAFTAR RUJUKAN	84
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil data kunjungan.....	6
Tabel 2. Penelitian yang relevan.....	35
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 4. Skala Likert.....	49
Tabel 5. Hasil Penyebaran Kuesioner	55
Tabel 6. Statistik Deskripsi Sampel	56
Tabel 7. Outer Loading	60
Tabel 8. Construct reliability and validity	61
Tabel 11. Construct reliability and validity	62
Tabel 12. Discriminant validity	62
Tabel 13. Discriminant validity cross loading	63
Tabel 14. Construct reliability and validity	64
Tabel 15. R Square.....	65
Tabel 16. Uji t-statistik.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	41
Gambar 2. Istana Pagaruyung.....	54
Gambar 3. PLS Algoritm	59
Gambar 4. Bootsraping.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	91
Lampiran 2. Tabulasi data.....	97
Lampiran 3. Statistik deskriptif.....	128

BABI

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada kasus seperti Istana Pagaruyung Ini seharusnya menjadi nafas lain bagi sarana travel di Sumbar, Ini adalah pintu terbuka yang bagus dan berada di atas gaya pengembangan sarana perjalanan yang diinginkan oleh kerangka sosial dan nilai yang dirasakan terhadap loyalitas wisatawan di Minangkabau, yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat setempat, penelitian tentang loyalitas wisatawan dalam pariwisata kreatif dan fungsinya dalam pengembangan *Tourist Loyalty* masih langka (Chang et al., 2014). Hal ini diyakini para pengunjung yang akan merasa lebih nyaman dan mengingatkan Loyalitas Wisatawan saat berkunjung ke destinasi yang lebih diminati. Dalam lingkungan yang kompetitif dan menantang ini, penting bagi atraksi wisata untuk mengembangkan *Tourist Loyalty* untuk memastikan kesuksesan yang berkelanjutan (Almeida Santana & Moreno-Gil, 2018).

Pada kawasan objek wisata ini banyak pengunjung seperti saat *weekend* atau musim liburan lahan parkir yang tersedia tidak mampu menampung seluruh kendaraan yang datang. Sehingga kendaraan harus parkir di pinggir-pinggir jalan dan tidak jarang mampu menyebabkan kemacetan. Keadaan seperti ini tentu membuat pengunjung merasa kurang nyaman dengan fasilitas parkir yang tersedia. Dari Permasalahan lahan parkir ini tentu sangat mempengaruhi kepuasan

pengunjung terhadap fasilitas lahan parkir yang disediakan terutama saat musim liburan datang. Menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan merupakan tujuan penting dalam pemasaran karena memiliki pelanggan yang loyal identik dengan kesuksesan bisnis (Liu et al., 2020).

Sebagai wisatawan perjalanan di seluruh dunia, tentu saja memiliki karakteristik dan kebutuhan mereka sendiri saat menjelajah ke berbagai wilayah terutama di wilayah Sumatera Barat. Aksesibilitas makanan seperti aksesibilitas data, dan berbagai sarana pendukung yang ramah adalah prasyarat mutlak untuk mencapai dan mendapatkan pasar ini, sebagai ciri keramahan wisatawan Milenial pada *Food Experience*.

Dengan mewujudkan aksesibilitas, pelayanan, fasilitas, dan aktivitas wisata yang friendly sebagai bentuk servis terhadap permintaan konsumen dan inilah yang kemudian dinamakan dengan *Food Experience*, justru memperluas segmen pasar pariwisata karena menyediakan semakin banyak pilihan produk bagi para wisatawan, *Food Experience* hanyalah sebuah pendekatan pemasaran untuk menarik wisatawan artinya, lokasi wisatawan bisa mengingat *Food Experience* yang menyediakan makanan yang sehat dan bersih Buffa (2015) juga menemukan bahwa *Food Experience* memilih destinasi yang berjiwa petualang, menghibur, dan menawarkan relaksasi, dan mereka bahkan rela merogoh kocek lebih dalam untuk memastikan mereka dapat melepas lelah dan merasakan aktivitas lokal yang otentik (Redman, 2017) karena mereka menginginkan kenyamanan (Sheivachman, 2017) dan layanan hebat serta nilai uang (Redman, 2017).

Pada sosialisasi konsep tersebut belum maksimal, khususnya di daerah, sehingga menimbulkan interpretasi yang beragam, hal ini membuat *Attraction Experience* mengindikasikan bahwa metode yang diperlukan untuk mempromosikan konsep atraksi yang ditentukan, Keterlibatan ini, mirip dengan konsep 'co-creation' (Richards, 2011), dapat mengarah pada pengembangan terhadap *Attraction Experience* kreatif, namun lebih menantang dan menarik.

Attraction Experience pada Istana Basa Pagaruyung ini adalah duplikat dari tempat tinggal keluarga Kerajaan Minangkabau yang sekaligus menjadi pusat Kerajaan Minangkabau pada masa pemerintahan Adityawarman. Ada 11 fungsi Istana Basa Pagaruyung yaitu sebagai lambang kebanggaan dan kebesaran adat Minangkabau, sebagai pusat informasi Adat dan Kebudayaan Alam Minangkabau, sebagai salah satu destinasi utama pariwisata Sumatera Barat, sebagai museum terbuka, sebagai simbol jati diri orang Minangkabau, sebagai pusat atraksi informasi dan dokumentasi, sebagai edukasi dan rekreasi, sebagai penyimpanan benda-benda sejarah dan purbakala, sebagai pemasukkan pendapatan asli daerah, sebagai sarana pemersatu bangsa dan sebagai atraksi tempat upacara dan seremonial adat baik bertaraf regional, nasional maupun internasional (Tim Instruktur, op.cit., hal 6-7).

Tekanan atas efek sosial dari Istana Pagaruyung pada industri perjalanan secara bertahap akan mulai menghilang, *Perceived Value* berupa makanan dan minuman yang belum diketahui wisatawan terhadap kepuasan wisatawan dan event-event yang belum dikembangkan karena ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitarnya, maka dengan mengembangkan nilai harga,

nilai emosional, nilai yang dirasakan untuk mendorong dalam *Perceived Value* selama perjalanan dan juga memiliki nilai wisata alam yang sangat indah, budaya yang sangat luar biasa, kekayaan kuliner yang sangat lezat, kekayaan wisata kuliner yang otentik, wisata yang sangat menarik dengan berbagai catatan para peneliti, kesetiaan wisatawan dan berbagai manfaat lainnya, literatur pariwisata dan rekreasi.

Selain itu, penjelasan konseptual dan hubungan logis antara *Perceived Value* yang kurang. Kesenjangan penelitian yang teridentifikasi mendorong penelitian ini untuk mengkaji secara komprehensif pengaruh *Perceived Value*, termasuk mediasi *Tourist Satisfaction*, terhadap *Perceived Value*. Namun, sebagian besar penelitian ini dilakukan di antara nilai, sementara sedikit perhatian pada *Perceived Value*. Jika tujuan wisata adalah untuk menarik pengunjung asing maka Istana Pagaruyung adalah tempat terbaik untuk memulai, karena ada Hubungan antara nilai kualitas, nilai sosial, dan value for money dikuatkan dengan beberapa model *Tourist Loyalty* (Cong, 2016; Gursoy et al., 2014).

Sementara itu, Dinas Pariwisata Sumbar baru-baru ini menyelenggarakan Famtrip untuk biro perjalanan, influencer, dan mengungkap potensi wisatawan yang ada di Istana Pagaruyung, Milenial Tourist mengunjungi tempat-tempat yang dapat menambah pengetahuan mereka tentang destinasi, merasakan gaya hidup dan tradisi yang berbeda, serta melihat bagaimana kehidupan masyarakat yang berbeda budaya (Mohammad dan Som, 2010).

Milenial Tourist mengunjungi destinasi karena aktivitas yang tersedia, reputasi destinasi, dan harga aktivitas memiliki nilai yang baik (Sufahani, Ismail, & Muhammad, 2013), hal ini pengembangan pariwisata di Istana Pagaruyung selalu dikaitkan dengan inisiatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan masyarakat sering kali dikecualikan dari perencanaan atau pengelolaan destinasi atau acara wisata, orang hanya menjadi pengamat dan tidak menerima manfaat nyata, upaya dalam pengembangan pariwisata dengan penerapan *Tourist Satisfaction*.

Pada saat kita berkunjung ke tempat wisata masih jarang kita melihat adanya medical center di sekitar kawasan suatu objek wisata. Padahal tersedianya medical center di sekitar kawasan suatu objek wisata ini sangat diperlukan karena mengingat kita tidak tahu apa yang akan terjadi di sekitar lokasi jadi alangkah baiknya jika kita waspada terlebih dahulu. Terutama ketika jumlah pengunjung meningkat seperti saat liburan maka tersedianya pusat layanan kesehatan di lokasi objek wisata ini merupakan suatu komponen yang saat ini menjadi sangat penting keberadaannya pada *Tourist Satisfaction*.

Peluang *Tourist Satisfaction* pada objek wisata Istana Pagaruyung adalah Pemerintahan bekerjasama dengan seluruh pihak-pihak yang dapat mengangkat atau menyampaikan kepada seluruh orang agar objek wisata ini dapat berkembang dengan lebih baik lagi melalui tour agen, unsur-unsur dengan organisasi kepariwisataan Sumbar, media sosial, event internasional dan tour de singkarak agar para wisatawan dapat mengenal peninggalan bersejarah tentang Minangkabau. Mengidentifikasi beberapa faktor penentu *Tourist Satisfaction*

terhadap suatu atraksi, termasuk antara lain kualitas pengalaman, nilai yang dirasakan, loyalitas wisatawan (Dodds & Jolliffe, 2016; Han & Hyun, 2018; Hung et al. ., 2016).

Tabel 1 : Hasil data kunjungan

Tahun	Terhitung	Jumlah Kunjungan		Total
		Mancanegara	Nusantara	
2018	Januari - Desember	12.493	430.354	442.847
2019	Januari - Desember	16.605	379.193	395.798
2020	Januari - Desember	4.525	117.847	122.372
2021	Januari - Desember	4.988	119.769	124.757
2022	Januari - Oktober	2.840	68.049	70.889

Sumber : Unit Pengelola Teknik (UPT) Istano Basa Pagaruyung 2022

Dari tabel 1 diatas bisa dilihat bahwa pengunjung objek wisata Istano Basa Pagaruyung yang terbanyak terjadi pada tahun 2018 yaitu 442.847 pengunjung. Dari tahun 2018 ke 2019 mengalami penurunan sebesar 47.049 pengunjung. Dari tahun 2019 ke 2020 mengalami penurunan karena adanya covid-19 sebesar

273.426 pengunjung. dari 2020 ke 2021 mengalami kenaikan yang lumayan besar sebanyak 2.385 pengunjung. Dan pada tahun 2021 ke 2022 mengalami penurunan sebesar 53.868 pengunjung.

Dari penggambaran saat ini, penulis ingin mengetahui tentang "PENGARUH *FOOD EXPERIENCE*, *ATTRACTION EXPERIENCE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP MILENIAL *TOURIST LOYALTY* DI ISTANA PAGARUYUNG TANAH DATAR DAN *TOURIST SATISFACTION* SEBAGAI PEMEDIASI"

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Masalah berikut dapat ditemukan berdasarkan deskripsi latar belakang:

1. Pengalaman makanan berupa makanan dan minuman yang belum diketahui wisatawan terhadap kepuasan wisatawan di Istana Pagaruyung Tanah Datar.
2. Nilai yang dirasakan yang menyebabkan keterbatasan lahan parkir ketika banyaknya pengunjung terhadap kepuasan wisatawan di Istana Pagaruyung Tanah Datar.
3. Belum tersedianya medical center (pusat layanan kesehatan) terhadap *Tourist Loyalty* di Istana Pagaruyung Tanah Datar.
4. Kepuasan wisatawan ternyata belum memenuhi harapan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan Istana Pagaruyung Tanah Datar.
5. Terdapat beberapa event-event yang belum dikembangkan terhadap *Attraction Experience* di Istana Pagaruyung Tanah Datar.

C. PEMBATASAN MASALAH

Pada ruang lingkup penelitian ini berfokus tentang masalah *Food Experience*, *Attraction Experience* dan *Perceived Value* terhadap milenial *Tourist Loyalty* di Istana Pagaruyung Sumatera Barat dan *Tourist Satisfaction* sebagai pemediasi.

D. RUMUSAN MASALAH

1. Sejauhmanakah pengaruh *Food Experience* terhadap *Tourist Satisfaction* di objek wisata Istana Pagaruyung?
2. Sejauhmanakah pengaruh *Attraction Experience* terhadap *Tourist Satisfaction* di objek wisata Istana Pagaruyung?
3. Sejauhmanakah pengaruh *Perceived Value* terhadap *Tourist Satisfaction* di objek wisata Istana Pagaruyung?
4. Sejauhmanakah pengaruh *Food Experience* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?
5. Sejauhmanakah pengaruh *Attraction Experience* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?
6. Sejauhmanakah pengaruh *Perceived Value* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?
7. Sejauhmanakah pengaruh *Tourist Satisfaction* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?

8. Sejauhmanakah *Tourist Satisfaction* berperan sebagai pemediasi pengaruh *Food Experience*, *Attraction Experience* dan *Perceived Value* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?

E. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang dicapai pada skripsi berikut:

1. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *Food Experience* terhadap *Tourist Satisfaction* di objek wisata Istana Pagaruyung?
2. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *Attraction Experience* terhadap *Tourist Satisfaction* di objek wisata Istana Pagaruyung?
3. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *Perceived Value* terhadap *Tourist Satisfaction* di objek wisata Istana Pagaruyung?
4. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *Food Experience* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?
5. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *Attraction Experience* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?
6. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *Perceived Value* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?
7. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *Tourist Satisfaction* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?

8. Untuk membuktikan dan menganalisis *Tourist Satisfaction* berperan sebagai pemediasi pengaruh *Food Experience*, *Attraction Experience*, *Perceived Value* terhadap *Tourist Loyalty* di objek wisata Istana Pagaruyung?

F. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian yang akan dicapai pada skripsi berikut:

1. Manfaat penelitian ini adalah untuk menambah wawasan bagi pembaca dan penulis skripsi.
2. Mempermudah penelitian *Food Experience*, *Attraction Experience* dan *Perceived Value* terhadap milenial *Tourist Loyalty* Istana Pagaruyung di Tanah Datar dan *Tourist Satisfaction* sebagai pemediasi.