IMPLEMENTASI E-SERVICE DAN *INCREASED TOURISM* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *VISITOR LOYALTY DAIRYLAND ON THE VALLEY* BAWEN

SKRIPSI

OLEH :

NISA ANGGILIA PRAMISTI

NIM: 201221005

PROGRAM STUDI SARJANA BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

TAHUN 2026

IMPLEMENTASI E-SERVICE DAN *INCREASED TOURISM* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *VISITOR LOYALTY DAIRYLAND ON THE VALLEY* BAWEN

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital

Oleh:

NISA ANGGILIA PRAMISTI

NIM: 201221005

PROGRAM STUDI SARJANA BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

TAHUN 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

***IMPLEMENTASI E-SERVICE DAN INSCREASED TOURISM MELALUI CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP VISITOR LOYALTY DAIRYLAND ON THE VALLEY* BAWEN**

Disusun oleh:

NISA ANGGILIA PRAMISTI

201221005

PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

Telah diperiksa dan disetujui pembimbing oleh pembimbing serta telah diperkenankan untuk diujikan

Ungaran, 8 Februari 2026

Dosen pembimbing

Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M

NIDN. 0623059302

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

***IMPLEMENTASI E-SERVICE* DAN *INCREASED TOURISM* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *VISITOR LOYALTY DAIRYLAND ON THE VALLEY* BAWEN**

Oleh:

Nisa Anggilia Pramisti

201221005

Telah dipertahankan dan diujikan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo, pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 12 Februari 2026

Ketua Penguji

Eko Nur Hermansyah, S.Hum., M.Kom
NIDN. 0623089202

Penguji 1

Abdul Aziz, S.E., M.M.
NIDN. 0626019301

Penguji 2

Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M
NIDN. 0623059302

Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum, Dan Humaniora

Budiati, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0607038201

Ketua Program Studi Bisnis Digital

Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M
NIDN. 0623059302

Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama	: Nisa Anggilia Pramisti
NIM	: 201221005
Program Studi	: S1 Bisnis Digital
Fakultas	: Ekonomi, Hukum, dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir berjudul "*IMPLEMENTASI E-SERVICE* DAN *INCREASED TOURISM* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *VISITOR LOYALTY DAIRYLAND ON THE VALLEY BAWEN*" adalah hasil karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di Perguruan Tinggi manapun.
2. Tugas Akhir ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber.
3. Skripsi/Karya Tulis Ilmiah ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dengan menyebut nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dan sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 7 Februari 2026



Nisa Anggilia Pramisti

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nisa Anggilia Pramisti

NIM : 201221005

Program Studi : S1 Bisnis Digital

Menyatakan memberi kewenangan kepada Universitas Ngudi Waluyo untuk menyimpan, mengalih media/format, merawat, mempublikasikan skripsi saya yang berjudul "*IMPLEMENTASI E-SERVICE* DAN *INCREASED TOURISM* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *VISITOR LOYALTY DAIRYLAND ON THE VALLEY* BAWEN" untuk kepentingan akademik.

Ungaran, 7 Februari 2026

Penulis

Nisa Anggilia Pramisti

Dipindai dengan CamScanner

RIWAYAT HIDUP

Nama : Nisa Anggilia Pramisti

Tempat/Tanggal Lahir : Kab.Semarang, 9 November 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Perumahan Lemahireng Residence, Klowoh, Bawen

Alamat Email : nisaanggilia8@gmail.com

Riwayar pendidikan

1. SDN 04 Langensari, 2010-2016
2. SMPN 4 Ungaran, 2016-2019
3. SMAN 2 Ungaran, 2019-2022
4. S-1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo, 2022-2026

Pengalaman Organisasi

1. UKM Kewirausahaan

Prestasi Yang Pernah Diraih

1. Juara 3 Kompetisi Karya ilmiah Mahasiswa Tingkat Nasional

MOTO & PERSEMBAHAN

“Oranglain tidak akan bisa faham *struggle* dan masa sulit nya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

“Jika kamu berbuat baik kepada orang lain (berarti) kamu berbuat baik pada dirimu sendiri “

(QS: Al-Isra’ayat 7)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya“

(QS: Al-Baqarah: 286)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "*IMPLEMENTASI E-SERVICE* DAN *INCREASED TOURISM* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *VISITOR LOYALTY DAIRYLAND ON THE VALLEY* BAWEN**".** Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis pada Program Studi Sarjana Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo. Seiring dengan selesainya tugas akhir ini, penulis dengan hormat dan rendah hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan bimbingan, hidayah, kekuatan dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini.
2. Prof. Dr. Subyantoro, M.Hum selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo.
3. Budiati, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo.
4. Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo, sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, ilmu, saran serta nasehat kepada penulis dalam proses penyusunan skrisi hingga selesai.
5. Seluruh dosen Universitas Ngudi Waluyo yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan dan seluruh staff yang bekerja di Universitas Ngudi Waluyo.
6. Kepada kedua orang tua paling berjasa dalam hidup saya, Bapak dan Mama tersayang, dua orang yang berjasa dalam kehidupan saya. Terimakasih selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Yang telah memberikan semangat, dukungan material dan mendo'akan serta ikhlasnya demi pendidikan anaknya, Terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan Bapak dan Mama saya berada di titik ini. Sehat selalu dan hidup lebih lama lagi

Bapak & Mama harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaiaan hidup saya.

7. Kepada cinta kasih saudara kandung saya, Terimakasih atas dukungan moral yang diberikan, baik melalui do'a maupun perhatian yang tulus. Kehadiranmu adalah pengingat bahwa setiap perjuangan, ada alasan untuk terus melangkah
8. Teman-teman seperjuangan, khususnya Vanya Benita yang selalu membersamai dalam proses skripsi ini, saling menguatkan, dan berbagi tawa serta air mata. Terimakasih untuk cerita dan semangat yang tak pernah padam.
9. Terakhir untuk Nisa Anggilia, last but no last, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah berjuang menjadi baik, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya, yang bisa di bilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

ABSTRAK

IMPLEMENTASI E-SERVICE DAN *INCREASED TOURISM* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *VISITOR LOYALTY DAIRYLAND ON THE VALLEY* BAWEN

Nisa Anggilia Pramisti

Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo
nisaanggilia8@gmail.com

Dosen pembimbing :

Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M.

Perkembangan teknologi digital mendorong transformasi pengelolaan destinasi wisata, termasuk pada sektor agrowisata edukatif. Penerapan layanan berbasis elektronik (*e-service*) dan upaya peningkatan daya tarik destinasi (*increased tourism*) menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service* dan increased tourism terhadap visitor loyalty dengan customer satisfaction sebagai variabel mediasi pada destinasi wisata *Dairyland On The Valley* Bawen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengunjung *Dairyland On The Valley Bawen*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM)* dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service* dan *increased tourism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Selain itu, *e-service, increased tourism, dan customer satisfaction* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *visitor loyalty. Customer satisfaction* terbukti mampu memediasi pengaruh *e-service* dan *increased tourism* terhadap *visitor loyalty* secara signifikan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian pariwisata berbasis digital, khususnya pada konteks agrowisata edukatif. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengelola destinasi dalam merancang strategi peningkatan layanan digital dan pengalaman wisata guna memperkuat kepuasan serta loyalitas pengunjung.

Kata kunci: *e-service, increased tourism, customer satisfaction, visitor loyalty, agrowisata edukatif*

Abstract

***IMPLEMENTASI E-SERVICE* DAN *INCREASED TOURISM* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *VISITOR LOYALTY DAIRYLAND ON THE VALLEY* BAWEN**

Nisa Anggilia Pramisti

Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo
nisaanggilia8@gmail.com

Dosen pembimbing :

Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M.

The development of digital technology has driven the transformation of destination management, including in the educational agrotourism sector. The implementation of electronic-based services (e-service) and efforts to enhance destination attractiveness (increased tourism) have become important factors in shaping visitor satisfaction and loyalty. This study aims to analyze the effect of e-service and increased tourism on visitor loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable at the Dairyland On The Valley Bawen tourist destination. This research adopts a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected through the distribution of questionnaires to 100 respondents who had visited Dairyland On The Valley Bawen. The data were analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that e-service and increased tourism have a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, e-service, increased tourism, and customer satisfaction also have a positive and significant effect on visitor loyalty. Customer satisfaction is proven to significantly mediate the relationship between e-service and increased tourism on visitor loyalty. This study contributes theoretically to the development of digital-based tourism studies, particularly in the context of educational agrotourism. Practically, the findings provide useful insights for destination managers in designing strategies to improve digital services and tourism experiences in order to strengthen visitor satisfaction and loyalty.

Keywords: *e-service, increased tourism, customer satisfaction, visitor loyalty, educational agrotourism*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK iii
Abstract iv
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 8
BAB II 10
KAJIAN PUSTAKA 10
2.1 Kerangka Teori 10
2.1.1 E – Service 10
2.1.2 Increased Tourism 15
2.1.3 Customer Satisfaction 18
2.1.4 Visitor Loyalty 24
2.2 Penelitian Terdahulu 28
2.3 Kerangka Pikir 31
2.4 Hipotesis Penelitian 33
2.4.1 Hubungan *e-service* terhadap *customer satisfaction Diryland On The Valley* Bawen 34
2.4.2 Hubungan *inscreased tourism* terhadap *customer satisfaction* pengunjung *Dairyland On The Valley* Bawen 35
2.4.3 Hubungan *e-service* terhadap *visitor loyalty Dairyland On The Valley* Bawen 36
2.4.4 Hubungan *inscreased tourism* terhadap *visitor loyalty Dairyland On The Valley* Bawen 36
2.4.5 Hubungan *customer satisfaction* terhadap *visitor loyalty Dairyland On The Valley* Bawen 37

2.4.6 Hubungan *e-service* terhadap *visitor loyalty* melalui customer satisfaction sebagai variabel intervening *Dairyland On The Valley* Bawen .. 38
2.4.7 Hubungan increased tourism terhadap *visitor loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening *Dairyland On The Valley* Bawen 39
BAB III 39
METODE PENELITIAN 39
3.1 Jenis Penelitian 39
3.2 Lokasi dan Waktu 40
3.2.1 Lokasi Penelitian 40
3.2.2 Waktu Penelitian 41
3.3 Populasi dan Sempel 41
3.3.1 Populasi Penelitian 41
3.3.2 Sampel Penelitian 42
3.3.3 Kriteria Sampel 44
3.4 Jenis dan Sumber Data 44
3.4.1 Jenis Data 44
3.4.2 Sumber Data 45
3.5 Teknik Pengumpulan Data 46
3.6 Definisi Operasional Variabel 48
3.7 Teknik Analisis Data 49
3.7.1 Uji Model Pengukuran atau Outer Model 50
BAB IV 55
HASIL DAN PEMBAHASAN 55
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 55
5.1.1 Sejarah perusahaan 55
5.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 56
5.2 Karakteristik Responden 56
5.2.1 Jenis Kelamin 57
5.2.2 Usia 57
5.2.3 Pendidikan 58
5.2.4 Pekerjaan 59
5.3 Deskripsi Jawaban Responden 60
5.3.1 Deskripsi Variabel E-Service (X1) 61
5.3.2 Deskripsi Variabel Increased Tourism (X2) 63

5.3.3 Deskirpsi Variabel Customer Satisfaction (Z) 65
5.3.4 Deskirpsi Variabel Visitor Loyalty (Y) 67
5.4 Analisis Data 69
5.4.1 Model Pengukuran (*Outer Model*) 69
1. Uji Validitas 70
5.4.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model) 75
5.5 Uji Hipotesis 79
5.6 Pembahasan 84
5.6.1 Pengaruh E-Service terhadap Customer Satisfaction 84
5.6.2 Pengaruh Increased Tourism terhadap Customer Satisfaction 85
5.6.3 Pengaruh E-Service terhadap Visitor Loyalty 87
5.6.4 Pengaruh Increased Tourism terhadap Visitor Loyalty 88
5.6.5 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Visitor Loyalty 90
5.6.6 Pengaruh tidak langsung E-Service terhadap Visitor Loyalty melalui Customer Satisfaction 92
5.6.7 Pengaruh tidak langsung Increased Tourism terhadap Visitor Loyalty melalui Customer Satisfaction 93
5.7 Implikasi 95
5.7.1 Teoritis 95
5.7.2 Praktis 96
BAB V 99
KESIMPULAN DAN SARAN 99
5.1 Kesimpulan 99
5.2 Saran 101