

TESIS

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI
MEDIASI DAN PROMOSI DIGITAL SEBAGAI MODERASI PADA WISATA
DI DESA SENDANG, TULUNGAGUNG JAWA TIMUR**

TESIS

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna mencapai gelar Magister Manajemen**



diajukan oleh:

ALDIEN RAMADHAN

NIM : 1262300045

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

TESIS

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI
MEDIASI DAN PROMOSI DIGITAL SEBAGAI MODERASI PADA WISATA
DI DESA SENDANG, TULUNGAGUNG JAWA TIMUR**

TESIS

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna mencapai gelar Magister Manajemen**



diajukan oleh:

ALDIEN RAMADHAN

NIM : 1262300045

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

TESIS

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI
MEDIASI DAN PROMOSI DIGITAL SEBAGAI MODERASI PADA
WISATA DI DESA SENDANG, TULUNGAGUNG JAWA TIMUR**

diajukan oleh:

ALDIEN RAMADHAN

NIM : 1262300045

**Disetujui untuk diuji :
Surabaya, 10 Juni 2025**

Dosen Pembimbing I

: Dr. Ida Bagus Cempena, MM

Dosen Pembimbing II

: Dr. Endah Budiarti, M.Si

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

TESIS

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI MEDIASI DAN PROMOSI DIGITAL SEBAGAI MODERASI PADA WISATA DI DESA SENDANG, TULUNGAGUNG JAWA TIMUR

diajukan oleh:

ALDIEN RAMADHAN

NIM : 1262300045

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada ujian thesis Program Studi Magister Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal 21 Juni 2025

Tim Penguji

Tanda Tangan:

Ketua : Dr. Ida Bagus Cempena, M.M

Anggota : Dr. Muhammad Yasin, S.E., M.M

Anggota : Dr. Tan Evan Tandiyono, S.E., S.Pd.K., M.PSDM., CHCM.,
CKWU



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP. 20220930319

SURAT PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Aldien Ramadhan
2. NIM : 1262300045
3. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
4. Program Studi : Magister Manajemen
5. Alamat /Telp : Medokan Sawah 68, Kel. Medokan Ayu,
Kec. Rungkut, Kota Surabaya / 089620068285

Menyatakan bahwa “TESIS” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan MM-UNTAG Surabaya dengan judul :

“PENGARUH DAYA TARIK WISATA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI MEDIASI DAN PROMOSI DIGITAL SEBAGAI MODERASI PADA WISATA SENDANG TULUNGAGUNG” adalah hasil karya saya sendiri, bukan “Duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain bukan menjadi tanggungjawab pihak pembimbing dan atau pengelola Fakultas tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri. Atas hal tersebut saya bersedia menerima sanksi , sesuai hukum atau aturan yang berlaku di Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun.

Surabaya, 21 Juni 2025

Hormat saya,


The stamp is a yellow rectangular revenue stamp from the Indonesian government. It features the Garuda Pancasila emblem in the center. To the left of the emblem, the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH' is printed vertically. To the right, 'METERAI' is printed vertically. At the bottom, the alphanumeric code '61CF6ANX028611153' is visible.

Aldien Ramadhan



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldien Ramadhan
NIM : 1262300045
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH PENGARUH DAYA TARIK WISATA, KUALITAS PELAYANAN, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI MEDIASI DAN PROMOSI DIGITAL SEBAGAI MODERASI PADA WISATA DI DESA SENDANG, TULUNGAGUNG JAWA TIMUR”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 21 Juni 2025

Yang Menyatakan,


9EFBAAMX195796883
(Aldien Ramadhan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas segala berkat rahmat Nya lah sehingga saya berhasil menyelesaikan tesis yang berjudul **"Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Mediasi dan Promosi Digital Sebagai Moderasi Pada Wisata Sendang Tulungagung"** dengan baik. Tesis ini merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata 2 (dua) pada Jurusan Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Pada proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini, penulis mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis selama ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya dari hati yang paling dalam kepada:

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM selaku Dosen Pembimbing I yang sangat sabar dalam memberikan masukan, ilmu serta senantiasa mengingatkan penulis untuk tetap semangat dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Dr. Endah Budiarti, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan arahan, nasihat, penguat, semangat moril dan pandangan dalam pengembangan ide selama penyelesaian tesis ini.
3. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen di Kampus Merah Putih ini.
4. Prof. Dr H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.,CTA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Binis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Prof. Dr. Siti Mujanah, MBA, Ph.D selaku Kepala Program Magister Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan wadah aspirasi dengan sabar.
6. Bapak dan Ibu pengelola wisata desa Sendang, Tulungagung atas bantuan dan dukungannya kepada saya selama pelaksanaan penelitian dan penyusunan tesis.
7. Almarhum Ayahanda dan keluarga besar yang selalu menjadi alasan penulis tetap melangkah maju sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, kesempurnaan hanya milik Sang Khalik. Oleh karena itu, saya mengharap adanya saran dan masukan dari pembaca demi peningkatan kualitas dari

tesis ini. Akhir kata, penulis berharap tesis ini memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembaca.

Surabaya, 21 Juni 2025
Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Ramadhan'. The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

(Aldien Ramadhan)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan *electronic word of mouth* (e-WOM) terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung, dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi dan promosi digital sebagai variabel moderasi. Latar belakang penelitian ini didasari oleh masih fluktuatifnya jumlah kunjungan wisatawan ke wisata Sendang, meskipun potensi wisata yang dimiliki cukup besar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Sendang. Teknik analisis yang digunakan adalah Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan e-WOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali. Kepuasan wisatawan memediasi pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan kunjungan kembali. Promosi digital terbukti tidak memoderasi pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan kunjungan kembali. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kepuasan dan promosi digital yang tepat dapat memperkuat niat kunjungan ulang wisatawan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pemasaran pariwisata serta rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi wisata desa.

Kata kunci: Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, e-WOM, Kepuasan Wisatawan, Promosi Digital, Keputusan Berkunjung Kembali

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of tourist attraction, service quality, and electronic word of mouth (e-WOM) on revisit intention to Sendang Tourism Village in Tulungagung, with tourist satisfaction as a mediating variable and digital promotion as a moderating variable. The background of this research stems from the fluctuating number of tourist visits to Sendang, despite its significant tourism potential. This study adopts a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to visitors who had previously visited Sendang. The analysis technique used is Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that tourist attraction, service quality, and e-WOM significantly influence revisit intention. Tourist satisfaction mediates the effect of all three variables on revisit intention. However, digital promotion does not moderate the relationship between these variables and revisit intention. These findings indicate that strategies focused on increasing tourist satisfaction and applying effective digital promotion can strengthen tourists' intention to revisit. This research provides theoretical contributions to tourism marketing and practical recommendations for tourism village managers.

Keywords: Tourist Attraction, Service Quality, e-WOM, Tourist Satisfaction, Digital Promotion, Revisit Intention

RINGKASAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang secara global. Menurut laporan dari World Travel & Tourism Council (2023), industri pariwisata menyumbang lebih dari 10% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dunia dan membuka jutaan lapangan kerja. Selain sebagai penggerak ekonomi, pariwisata juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya dan lingkungan melalui konsep pariwisata berkelanjutan. Kabupaten Tulungagung, khususnya Desa Wisata Sendang menjadi salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar. Desa ini menawarkan berbagai daya tarik wisata, termasuk keindahan alam, budaya lokal, serta wisata religi yang menarik akan kunjungan wisatawan. Namun, meskipun memiliki potensi tersebut, jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Sendang masih fluktuatif dan belum optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan *electronic word of mouth* (e-WOM) terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Sendang, Tulungagung. Selain itu, penelitian ini juga menguji kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi serta promosi digital sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini wisatawan obyek wisata sendang bersifat infinite population (populasi tak terbatas). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 138 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form dan diukur dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis menggunakan alat bantu *Structural Equation Model* (SEM), kemudian digunakan program *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung. 3) *Electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung. 4) Kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung. 5) Kepuasan wisatawan memediasi pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata sendang, Tulungagung. 6) Kepuasan wisatawan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung. 7) Kepuasan wisatawan memediasi pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung. 8) Promosi digital tidak dapat memoderasi pengaruh daya

tarik wisata terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung. 9) Promosi digital tidak dapat memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung. 10) Promosi digital memoderasi pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung. 11) Promosi digital tidak dapat memoderasi pengaruh kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali pada wisata Sendang, Tulungagung.

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	13
2.1.3 Pemasaran Pariwisata.....	16
2.1.4 Daya Tarik Wisata.....	18
2.1.5 Kualitas Pelayanan	21

2.1.6	<i>Electronic Word Of Mouth (EWOM)</i>	23
2.1.7	Keputusan Berkunjung Kembali	25
2.1.8	Kepuasan Wisatawan	26
2.1.9	Promosi Digital	27
2.2	Penelitian Terdahulu	30
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN		39
3.1	Kerangka Konseptual	39
3.2	Hipotesis Penelitian.....	39
BAB IV METODE PENELITIAN.....		51
4.1	Rancangan Penelitian	51
4.1.1	Pendekatan Penelitian	51
4.1.2	Jenis Penelitian.....	51
4.1.3	Tahapan Penelitian yang akan dilalui.....	51
4.2	Subyek Penelitian.....	53
4.2.1	Populasi	53
4.2.2	Sampel.....	53
4.3	Variabel Penelitian	54
4.3.1	Definisi Konsep.....	54
4.3.2	Definisi Variabel	55
4.4	Instrumen Penelitian dan Desain Kuisioner	62
4.5	Sumber Data.....	68
4.6	Teknik Pengumpulan Data	69
4.7	Teknik Analisis Data.....	70
4.7.1	Analisa Deskriptif	70
4.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	70
4.7.3	Pengujian Hipotesis.....	71
BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		73
5.1	Data Penelitian	73
5.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	73
5.2	Analisis dan Hasil Penelitian.....	75

5.2.1	Uji Validitas dan Realibilitas	78
5.2.2	Uji Statistik.....	86
5.3	Pembahasan.....	91
5.3.1	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.	92
5.3.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.	93
5.3.3	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.	94
5.3.4	Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.	95
5.3.5	Pengaruh Kepuasan Wisatawan dalam Memediasi Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.....	96
5.3.6	Kepuasan Wisatawan dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.	97
5.3.7	Kepuasan Wisatawan dalam Memediasi <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.....	98
5.3.8	Promosi Digital Tidak Memoderasi Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.....	99
5.3.9	Promosi Digital Tidak Memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.....	101
5.3.10	Promosi Digital Tidak Memoderasi Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.....	103
5.3.11	Promosi Digital Tidak Memoderasi Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata di Desa Sendang, Tulungagung Jawa Timur.....	104
5.6	Keterbatasan Penelitian	106
5.7	Implikasi Penelitian.....	107
BAB VI PENUTUP		109

6.1	Simpulan	109
6.2	Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....		115
LAMPIRAN.....		125

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah pengunjung Obyek Wisata.....	6
Tabel 4.1 Kriteria Pemilihan Sampel	54
Tabel 4.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	56
Tabel 4.3 Instrumen Penelitian dan Desain Kuesioner	63
Tabel 4.4 Skala Likert	69
Tabel 5.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	75
Tabel 5.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	75
Tabel 5.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan	76
Tabel 5.4 Nilai Loading Factor	78
Tabel 5.5 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	80
Tabel 5.6 Hasil Fornier Lacker.....	81
Tabel 5.7 Nilai Cross Loading	81
Tabel 5.8 Nilai Composite Reliability.....	84
Tabel 5.9 Nilai Cronbach Alpha	84
Tabel 5.10 Nilai R Square dan R Square Adjusted	85
Tabel 5.11 Hasil Uji Hipotesis	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Perolehan Devisa Sektor Pariwisata Indonesia	1
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nasional	3
Gambar 1.3 Provinsi dengan jumlah perjalanan wisatawan terbanyak	4
Gambar 1.4 Tren Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Tulungagung	5
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 5.1 Outer Model (Measurement Model)	77
Gambar 5.2 Inner Model (Evaluasi Model Struktural)	87

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	125
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	132
Lampiran 3. Hasil Olah Data.....	134
Lampiran 4. Kartu Bimbingan Tesis	146
Lampiran 5. LoA Jurnal	148
Lampiran 6. Jurnal	150
Lampiran 7. Turnitin Jurnal	179