

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *PERCEIVED QUALITY*
TERHADAP *TOURIST LOYALTY* DENGAN *TOURIST SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA DESTINASI WISATA SYARIAH
(Studi Kasus: Torang Sari Bulan di Kabupaten Lima Puluh Kota)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister (S2)

TESIS



MEISY MELANI

30123014

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
TAHUN 2025**