

Analisis pengaruh faktor-faktor atribut dan persepsi festival terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung festival (Studi Kasus: We The Fest 2019) = Factors affecting attributes and perception towards satisfaction and festivals loyalty: The Case of “We The Fest 2019”

Saka Akhmam Bazas, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20499883&lokasi=lokal>

Abstrak

Tahun 2019 ini menjadi tahun yang cerah untuk pariwisata di Indonesia, terbukti bahwa jumlah kunjungan tertinggi ada pada tahun 2019, salah satu yang mendorong pariwisata adalah festival musik di Indonesia. Fenomena ini tentu menjadi peluang besar bagi pengelola festival. pengelolaan festival musik menuntut pengelolaan pemasaran yang baik. Pengelolaan festival musik yang tidak profesional akan berdampak pada mengecewakan pengunjung. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap festival dengan studi kasus berupa We The Fest 2019. Festival ini adalah salah satu festival terbesar di Indonesia yang mengusung tema musik, makanan, fashion, dan seni. Sampel yang digunakan 286 responden dengan kriteria berusia 18 tahun ke atas dan telah mengunjungi We The Fest 2019, dan dianalisis menggunakan Pemodelan Persamaan Struktural. Hasilnya menunjukkan bahwa sosialisasi dan kualitas memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pengunjung.

.....The year 2019 has been a bright year for tourism in Indonesia, it is evident that the highest number of visits was in 2019, one of the things that drives tourism is music festivals in Indonesia. This phenomenon is certainly a great opportunity for festival managers. music festival management demands good marketing management. Unprofessional music festival management will result in disappointing visitors. So this study aims to understand what factors influence the satisfaction and loyalty of visitors to the festival with a case study in the form of We The Fest 2019. This festival is one of the largest festivals in Indonesia that carries the theme of music, food, fashion, and art. The sample used was 286 respondents with criteria aged 18 years and over and had visited We The Fest 2019, and analyzed using Structural Equation Modeling. The results show that socialization and quality have the greatest influence on visitor satisfaction.