

Pendekatan Experience Economy pada Pemasaran Festival Pariwisata: Pengaruh terhadap Kepribadian Festival yang Dirasakan Pegunjung dan Reputasi Festival = Experience Economy Approach on Festival Tourism Marketing: The Effect of Perceived Festival Personality and Festival Reputation.

Ares Albirru Amsal, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20455150&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor terpenting bagi beberapa negara karena memengaruhi pertumbuhan ekonomi. Festival sebagai bagian acara pariwisata dapat digunakan sebagai penarik kedatangan turis. Untuk kesuksesan festival, beberapa persyaratan harus dipenuhi seperti pengalaman yang berkesan, kepribadian festival yang menarik dan reputasi yang baik. Pine dan Gilmore 1998 mendeskripsikan terdapat empat dimensi dari pengalaman ekonomi experience economy yaitu; edukasi, hiburan, pelarian dan estetika. Dengan Structural Equation Modeling SEM pada data Festival Makanan Kampoeng Tempo Doeloe 206 sampel, studi ini ditujukan untuk menemukan dampak dari empat dimensi pengalaman terhadap kepribadian festival, lalu menganalisa pengaruh kepribadian festival pada reputasinya. Hasil penelitian menunjukkan hiburan, edukasi dan estetika secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepribadian festival. Hasil lainnya juga menunjukkan bahwa kepribadian festival berpengaruh positif secara signifikan pada reputasi festival. Penelitian ini berguna bagi pemerintah maupun pengelola acara pariwisata dalam mengelola festival.

<hr>

ABSTRACT

Tourism is one of the most essential sector for several countries because it affects the economic growth. Festival, as a part of event tourism, can be used as tourist attraction. To achieve success in festival, some conditions have to be fulfilled i.e memorable experience of festival, keen festival personality and its reputation. Pine and Gilmore 1998 described four dementionals of experience economy which are education, entertainment, escapism and esthetic. Using Structural Equation Modeling SEM on Festival Makanan Kampoeng Tempo Doeloe 206 samples, this study conducted to determine the effect of four experience dementions on festival personality and the influence of festival personality towards reputation. The result are showed that entertainment, education and esthetic have the significant positive effect on the festival personality. This study also reveals that festival personality have a significant positive influence on reputation. This research can be useful for government or tourism event organiser while organising festivals.