

**PENGARUH EVENT SERVICE QUALITY, EVENT PRICE DAN EVENT VENUE TERHADAP
EVENT SATISFACTION DALAM PENYELENGGARAAN ASIAN GAMES 2018 DI KOTA
PALEMBANG**

**Dwi Intan Sari¹
Isnurhadi²
Esa Sukmawijaya³,
Marlina Widiyanti⁴**

Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sriwijaya.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of event service quality, event price and event venue on event satisfaction of event Asian Games 2018 in Palembang. The data used in this study are primary data by distributing questionnaire to 100 respondents who was watching Asian Games 2018 in Palembang. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the results of this studies using SPSS versi 23 demonstrated that: (1) Event service quality has a positive and significant effect on event satisfaction at Asian Games 2018 in Palembang. 2) Event price don't has a positive and not significant effect on event satisfaction at events Asian Games 2018 in Palembang (3) Event service venue has a positive and significant effect on event satisfaction at events Asian Games 2018 in Palembang. Percentage value of determination coefficient of 58,3%. This means that 58,3% of the effect of event satisfaction can be explained from the three independent variables. While remaining 41,7% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *Event Service Quality, Event Price, Event Venue and Event Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Olahraga merupakan salah satu ajang yang banyak diperlombakan baik melalui tingkat daerah bahkan sampai tingkat international sekalipun. Penyelenggaraan multi event olahraga Asian Games adalah sebuah pesta olahraga Asia yang diselenggarakan dalam jangka waktu 4 tahun sekali yang diikuti oleh negara-negara yang terdaftar di Dewan Olimpiade Asia (Olympic Council of Asia/OCA). Asian Games merupakan salah satu ajang olahraga yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat Asia termasuk Indonesia. Indonesia resmi ditunjuk sebagai tuan rumah penyelenggaraan Asian Games yang ke-18 berdasarkan hasil rapat Olympic Council of Asia (OCA) di Incheon, Korea Selatan pada tanggal 19 September 2014.

Semenjak saat itu, Indonesia Asian Games 2018 Organizing Committee (INASGOC) dibentuk untuk melakukan persiapan dan menyelenggarakan multievent olahraga terbesar kedua di dunia yang dihelat pada tanggal 18 Agustus hingga 2 September 2018. Asian Games 2018 mendatangkan sekitar 16 ribu atlet dan official dari 45 negara Asia untuk bertanding pada 40 cabang olahraga yang diselenggarakan sebagian besar di wilayah Jakarta dan Palembang. Indonesia sebagai tuan rumah Asian Games 2018 mampu menarik perhatian negara-negara Asia dan dunia serta dinilai sukses besar menyelenggarakan acara tersebut setelah terakhir di tahun 1962 yang merupakan partisipasi pertama Indonesia sebagai tuan rumah.

Dalam meningkatkan kepuasan pengunjung Jakabaring Sport City dapat dilakukan dengan cara meningkatkan nilai service quality yang baik, penetapan harga yang sesuai dan menentukan lokasi yang strategis. Penelitian ini berguna untuk meningkatkan strategi-strategi yang lebih baik lagi bagi jakabaring sport city dalam merancang suatu event dengan menciptakan kepuasan pengunjung setelah menonton pertandingan sehingga mampu berkembang dalam persaingan di pasar internasional, dan setiap eventnya selalu dinantikan oleh pengunjung untuk datang menonton pertandingan di JSC. Karna jakabaring sport city

juga menyadari pentingnya kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan bagi para pengunjung untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan menyatakan hasil yang berbeda-beda, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel event service quality, event price, event venue dan event satisfaction. Namun objek penelitian yang akan digunakan berbeda dengan objek dari penelitian-penelitian terdahulu tersebut. Objek penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penyelenggaraan event Asian Games 2018, karena Asian Games 2018 merupakan event olahraga internasional besar yang dalam 2 tahun terakhir ini berhasil dilaksanakan di Indonesia dengan sangat sukses dan meriah.

KAJIAN PUSTAKA

Event

Any Noor (2013), *event* dapat diartikan suatu kegiatan atau aktivitas yang diselenggarakan untuk mengingat peristiwa penting dalam hidup manusia baik secara kelompok maupun individu. Dalam hal penyelenggaraan event, dibutuhkan strategi yang tepat, baik dari perencanaan, pemasaran, penyelenggaraan, bahkan hingga evaluasi.

Sport Event

Kusuma (2016), event olahraga merupakan salah satu jenis event mencakup pertandingan profesional, institusional maupun privat. kompetisi peringkat, pertandingan persahabatan atau eksibisi, serta lomba-lomba baik.

Satisfaction

Kotler (2016), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang dari hasil dari perbandingan antara produk dan jasa yang diharapkan serta dirasakan konsumen. Jika produk dan jasa sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen maka konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya jika produk dan jasa tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen maka konsumen merasa tidak puas.

Service Quality

Kotler (2016), kualitas pelayanan yaitu tingkat suatu layanan yang berhubungan dengan kebutuhan serta harapan konsumen. Dengan kata lain bahwa layanan tersebut berkualitas apabila suatu perusahaan mampu mempersiapkan produk atau jasa (layanan) yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan konsumen.

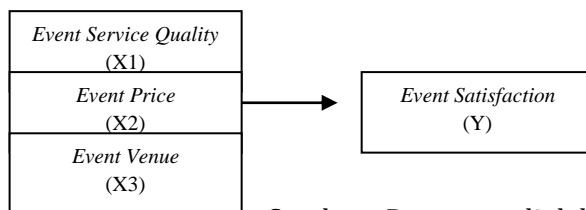
Price

Kotler (2016), harga merupakan jumlah uang yang dibebankan berdasarkan nilai suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen berdasarkan manfaat-manfaat yang didapat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dapat diketahui bahwa harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa berikut pelayanannya.

Venue

Kotler (2016), "place include company activities that make the product available to target consumers". Kemudian menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92) "lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan".

Kerangka Konseptual



Sumber : Data yang diolah peneliti (2020)

Hipotesis

- H₁** *Event service quality* berpengaruh positif terhadap *event satisfaction* dalam Penyelenggaraan Asian Games 2018 di kota Palembang.
- H₂** *Event price* berpengaruh positif terhadap *event satisfaction* dalam Penyelenggaraan Asian Games 2018 di kota Palembang.
- H₃** *Event venue* berpengaruh positif terhadap *event satisfaction* dalam Penyelenggaraan Asian Games 2018 di kota Palembang.

METODE PENELITIAN

Variabel bebas (X) yaitu event service quality, event price dan event venue sedangkan variabel terikat (Y) yaitu event satisfaction. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh dari variabel event service quality, event price dan event venue terhadap variabel event satisfaction dalam penyelenggaraan event Asian Games 2018 di Kota Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal yang dirancang untuk mencari hubungan sebab akibat antar variabel X dan variabel Y. Untuk menganalisa permasalahan penelitian, data yang diperlukan diperoleh melalui survey lapangan dengan menggunakan kuesioner online (google form). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Palembang yang menonton event Asian Games 2018. Jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 100 orang. Untuk menentukan ukuran jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendapat Slovin (Sanusi, 2011).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	B		
1	(Constant)	7.275	3.105		2.343	.021
	KUALITAS_LAYANAN	.458	,089	.484	5.156	.000
	HARGA	-.067	,167	-.033	-.402	.688
	LOKASI	.457	,113	.371	4.031	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

$$\text{Event Satisfaction} = 7,275 + 0,484\text{Event Service Quality} + 0,033\text{Event Price} + 0,371\text{Event Venue} + e$$

Konstanta (α) = 7,275 artinya apabila variabel *event service quality*, *event price* dan *event venue* (X) dianggap tetap atau konstan maka *event satisfaction* mengalami penurunan sebesar 7,275.

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,763	,583	,570	2,921

Tabel 2. Hasil Uji R²

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,583 menjelaskan bahwa 58,3% dari variasi variabel Kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, harga dan lokasi dalam penyelenggaraan Asian Games 2018 di Kota Palembang, sedangkan 41,7% lainnya dijelaskan oleh hal-hal lain di luar dari variabel yang diteliti. Dilihat dari tabel di atas juga memperlihatkan nilai (*Adjusted R Square*) sebesar 0,570 atau 57%. Ini membuktikan bahwa 57% variabel Kepuasan Konsumen di pengaruhi oleh ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi.

Hasil Uji F (Uji Kesesuaian Model)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1145.010	3	381.670	44.719	.000 ^b
1 Residual	819.350	96	8.535		
Total	1964.360	99			

Tabel 3. Hasil Perhitungan Uji F

Dapat dilihat dari hasil analisis tersebut bahwa nilai signifikan yaitu 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga ketiga variabel independen *Event Service Quality*, *Event Price* dan *Event Venue berpengaruh secara simultan terhadap Event Satisfaction*. Hal ini juga didukung oleh nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 58,3% dari variasi variabel Kepuasan mampu dideskripsikan oleh variabel kualitas layanan, harga dan lokasi dalam penyelenggaraan Asian Games 2018 di Kota Palembang, sedangkan 41,7% lainnya dijelaskan oleh hal-hal lain di luar dari variabel yang diteliti.

Hasil Uji T (Uji Signifikansi Parameter Individual)

Hasil perhitungan uji T penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	B		
1	(Constant)	7.275	3.105		2.343	.021
	KUALITAS_LAYANAN	.458	,089	.484	5.156	.000
	HARGA	-.067	,167	-.033	-.402	.688
	LOKASI	.457	,113	.371	4.031	.000

Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji T

Berdasarkan hasil uji parsial dan dapat dilihat hasilnya pada tabel diatas, untuk ketiga variabel bebas kualitas Layanan, harga dan lokasi dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan (Y)

Kualitas Layanan (X_1) memperlihatkan bahwa tingkat signifikan untuk X_1 terhadap Y yaitu $0,000 < \alpha=0,05$ dan $t_{hitung} 5,156 > t_{tabel} 1,984$. Artinya kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penyelenggaraan Asian Games 2018 di Kota Palembang.

b. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan (Y)

Harga (X_2) memperlihatkan bahwa tingkat signifikan untuk X_2 terhadap Y yaitu $0,688 > \alpha=0,05$ dan $t_{hitung} -402 < t_{tabel} 1,984$. Artinya harga (X_2) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penyelenggaraan Asian Games 2018 di Kota Palembang.

c. Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan (Y)

Lokasi (X_3) memperlihatkan bahwa tingkat signifikan untuk X_3 terhadap Y yaitu $0,000 < \alpha=0,05$ dan $t_{hitung} 4,031 > t_{tabel} 1,984$. Artinya kualitas layanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penyelenggaraan Asian Games 2018 di Kota Palembang.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh *Event Service Quality*, *Event price* dan *Event Venue* terhadap *Event Satisfaction*

Berdasarkan Uji F secara serentak dapat dilihat nilai dari probabilitasnya yaitu 0,000 yang artinya lebih kecil dari nilai alpha 0,05 hal itu berarti semua variabel independent memiliki pengaruh serentak terhadap variable *event satisfaction* dalam penyelenggaraan Asian Games 2018 di Kota Palembang. Bisa juga dilihat dari koefisien determinasi sebesar 0,583 memperlihatkan bahwa 58,3% dari variasi variabel Kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, harga dan lokasi dalam penyelenggaraan Asian Games 2018 di Kota Palembang, sedangkan 41,7% sisanya dijelaskan oleh hal-hal lain di luar dari variabel yang diteliti.

Pengaruh *Event Service Quality* terhadap *Event Satisfaction*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Dapat dilihat dari hasil statistik sebesar $t_{hitung} 5,156 > t_{tabel} 1,984$ dan tingkat signifikansi $0,000 < \alpha=0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Disimpulkan bahwa secara parsial *event service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *event satisfaction*. Sehingga penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang mengatakan bahwa "*Event service quality* berpengaruh positif terhadap *event satisfaction* dalam Penyelenggaraan Asian Games 2018 di kota Palembang."

Penelitian ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Michael Karikari Appiah (2016) mengenai "*Effects Of Service Quality On Customer Satisfaction: A Case From Private Hostels In Wa-Municipality Of Ghana*". Dalam penelitiannya diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

Pengaruh *Event Price* terhadap *Event Satisfaction*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen. Dapat dilihat dari hasil statistik sebesar $t_{hitung} -402 < t_{tabel} 1,984$ dan tingkat signifikan $0,688 > \alpha=0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima H_a ditolak. Disimpulkan bahwa secara parsial *price* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *satisfaction*. Sehingga penelitian ini tidak berhasil membuktikan hipotesis kedua yang mengatakan bahwa "*Event price* berpengaruh positif terhadap *event satisfaction* dalam Penyelenggaraan Asian Games 2018 di kota Palembang."

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian dari Lonardo dan Soelasih (2016) tentang “Analisis pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lingkungan Fisik Perusahaan Kue Lapis Legit XYZ Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membangun Word of Mouth Positif”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa bahwa harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh *Event Venue* terhadap *Event Satisfaction*

Berdasarkan hasil uji signifikan parsial dibuktikan bahwa pengaruh *event venue* terhadap *event satisfaction* dengan hasil statistik sebesar $t_{hitung} 4,031 > t_{tabel} 1,984$ dan tingkat signifikan $0,000 < \alpha=0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Disimpulkan bahwa secara parsial *venue* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. Sehingga penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang mengatakan bahwa “*Event venue* berpengaruh positif terhadap *event satisfaction* dalam Penyelenggaraan *Asian Games 2018* di kota Palembang.” Hal tersebut berarti semakin baik letak lokasi menjamin akses yang cepat, dan mudah dijangkau oleh pengunjung akan cenderung meningkatkan kepuasan pengunjung JSC yang menonton *event Asian Games 2018* di Kota Palembang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizka Putri Rumastari (2019) tentang “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk” . Hasil penelitian tersebut yang menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Event Service Quality*, *Event Price* dan *Event Venue* terhadap *Event Satisfaction* dalam Penyelenggaraan *Asian Games 2018* di Kota Palembang. Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Event Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Event Satisfaction* dalam Penyelenggaraan *Asian Games 2018* di Kota Palembang.
2. Variabel *Event Price* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Event Satisfaction* dalam Penyelenggaraan *Asian Games 2018* di Kota Palembang.
3. Variabel *Event Venue* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Event Satisfaction* dalam Penyelenggaraan *Asian Games 2018* di Kota Palembang.

Saran

1. Kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung harus mampu ditingkatkan lagi agar menciptakan rasa puas dan konsumen loyal. Dengan cara pihak penyelenggara harus menempatkan dan menambah karyawan yang telah diberikan pelatihan keterampilan dalam melayani dan menjelaskan kepada pengunjung untuk event selanjutnya agar lebih meningkatkan pelayanan yang lebih baik, lebih cepat dan lebih memuaskan agar pengunjung merasa puas.
2. Arah lalu lintas menuju lokasi perlu diperhatikan lagi petunjuk jalan, tingkat kemacetan serta fasilitas transportasi umum menuju ke lokasi agar memudahkan calon konsumen berkunjung ke lokasi.
3. Pihak penyelenggara harus lebih mempertimbangkan harga tiket yang ditawarkan dengan kualitas yang diberikan kepada pengunjung.
4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperdalam penelitian lebih lanjut tidak hanya sebatas variabel kualitas layanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumen tetapi juga menambahkan dengan variabel lain berupa fasilitas, promosi ataupun

menggunakan indikator lain pada penelitian selanjutnya sebagai bahan perbandingan untuk menambah referensi ilmu pengetahuan, karena tidak selamanya teori yang ada sesuai dengan apa yang diterapkan di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. and McDonnell, I. (2008), *Festival & Special Event Management*, 4th ed., Wiley, Milton.
- Berry, Leonard. L., Seiders, Kathleen., and Grewal, D. (2002), "Understanding Service Convenience". *Journal of Marketing*, Vol. 66, 2002, pp. 1-17.
- Bitner, M.J. (1992), "Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees", *Journal of Marketing*, Vol. 56 No. 2, pp. 577-1.
- Calabuig Moreno, F., Mundina Gómez, J., & Crespo Hervás, J. (2010). Eventqual: una medida de la calidad percibida por los espectadores de eventos deportivos. *Retos: Nuevas Tendencias En Educación Física, Deporte Y Recreación*, 20(18), 66-70.
- Cronin, Jr., J.J., Brady, M.K. and Hult, G.T.M. (2000), "Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on customer behavioral Intentions in service environments", *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, pp. 193-217.
- Foroughi, B., Mohammad Shah, K. A., Nikbin, D., & Hyun, S. S. (2014). The impact of event quality on fan satisfaction and game attendance in the context of professional soccer in Iran. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 15(3), 40-56. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-15-03-2014-B005>
- Getz, D. (1994), Event Tourism: Evaluating the Impacts, in *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*, 2nd edition, edited by J.R. Brent Ritchie and Charles R. Goeldner, John Wiley & So
- Getz, D. (2007), *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*, Elsevier, Oxford. Butterworth-Heinemann.
- Getz, D. (2008), "Event tourism: definition, evolution, and research", *Tourism Management*, Vol. 29 No. 3, pp. 403-28.
- Greenwell, T. C., Fink, J. S., & Pastore, D. L. (2002). Assessing the Influence of the Physical Sports Facility on Customer Satisfaction within the Context of the Service Experience. *Sport Management Review*, 5(2), 129-148. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(02\)70064-8](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(02)70064-8)
- Gronroos, C. (1997), "From marketing mix to relationship marketing - towards a paradigm shift in marketing", *Management Decision*, Vol. 35 Nos 3/4, p. 322.
- Harwinda, A., & Ikhsano, A. (2020). Pengaruh Special Event Pembukaan ASIAN GAMES ke-18 Tahun 2018 terhadap Reputasi Ketua Panitia INASGOC. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 31-42. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i1.6029>
- Hermawan, Asep. 2006. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Jakarta : Grasindo.
- Hess, L.R., Ganesan, S., Klein, M.N., (2003), "Service failure and recovery: The impact of relationship factors on customer satisfaction", *Academy of Marketing Science. Journal*; Spring 2003; 31, 2; ABI/INFORM Global, pp. 127.
- Ho Voon, B., Lee, N., & Murray, D. (2014). Sports service quality for event venues: evidence from Malaysia. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 4(2), 125-141. <https://doi.org/10.1108/SBM-11-2010-0020>.
- Huang, H.W.(2008), "The impact of other-customer failure on service satisfaction", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 19 No. 4, 2008, pp. 521- 536.

- Jamal, A., and Nasser, K., (2002), "Customer satisfaction and retail banking: An assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 20 No. 4, pp. 146-160.
- Karo Karo, P., & Rahman, A. (2020). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Tingkat Kepuasan Peserta Sports Event Jakabaring Wonderful Run Palembang. *PUSAKA (Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event)*, 2(2), 127-135. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v2i2.32>
- Kim, M., Kim, S.-K., Lee, D., Judge, L., & Huang, H. (2013). Service Quality and Satisfaction Perspectives at the 2011 International Amateur Athletic Federation (IAAF) World Championships. *ICHPER-SD Journal of Research*, 8(2), 39-44.
- Mayasari, V. (2019). " Pengaruh Cost Event , Event Convenience Dan Services Event Terhadap Event Venue Satisfaction Pada Event Venue Places Di Kabupaten Banyumas ," 6(November), 544-556.
- Ramli, N., Januri, N. F. A., & Ghani, W. S. W. A. (2018). The Influence of Event Performance Quality on Attendees' Satisfaction. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(7), 520-530. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i7/4394>.
- Reid, D.M. (1980), "Evaluation of the marketing mix- its application to strategic marketing", *European Journal of Marketing*, Vol. 14 No. 4, pp. 192-205.
- Rizki Hamdani. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan siswa dalam menggunakan jasa bimbingan terpadu 8 pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, (8(3)), 1-12.
- Rosenbaum, M. S., & Wong, I. K. A. (2010). Value equity in event planning: A case study of Macau. *Marketing Intelligence and Planning*, 28(4), 403- 417. <https://doi.org/10.1108/02634501011053540>.
- Rosenbaum, M. S., & Wong, I. K. A. (2010). *Value equity in event planning: A case study of Macau. Marketing Intelligence and Planning*, 28(4), 403-417. <https://doi.org/10.1108/02634501011053540>
- Ruiz, D.M., Gremler, D.D., Washburn, J.H. and Carrion, G.C. (2008), "Service value revisited: specifying a higher-order, formative measure", *Journal of Business Research*, Vol. 61 No. 12, pp. 1278-91.
- Rust, R.T., Zeithaml, V.A. and Lemon, K.N. (2000), Driving Customer Equity: How Customer Lifetime Value is Reshaping Corporate Strategy, *The Free Press, New York, NY*.
- Ruyi, X. and Pegg, S. (2007), "Exploring the motivations for participant engagement in the Australian university games", *International Journal of Event Management Research*, Vol. 3 No. 2, pp. 39-46.
- Seiders, K., Voss, G.B., Grewal, D. and Godfrey, A.L. (2005), "Do satisfied customers buy more? Examining moderating influences in a retailing context", *Journal of Marketing*, Vol. 69 No. 4, pp. 26-43.
- Shonk, D. J., & Chelladural, P. (2008). Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism. *Journal of Sport Management*, 22(5), 587- 602. <https://doi.org/10.1123/jsm.22.5.587>.
- Shonk, D. J., Bravo, G. A., Velez-Colon, L., & Lee, C. (2017). *Measuring Event Quality, Satisfaction, and Intent to Return at an International Sport Event: The ICF Canoe Slalom World Championships. Journal of Global Sport Management*, 2(2), 79-95.
- Sukaris, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Katon Ayu Wedding Organizer Gresik. *Jurnal Mahasiswa*

- Manajemen Volume 01 Nomor 01 Tahun 2020*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tatjana Pivac. (2011). Event management and consumer satisfaction in tourism industry. *African Journal of Business Management*, 5(34), 13240–13248.
<https://doi.org/10.5897/ajbm11.164>.
- Tsuji, Y., Bennett, G., & Zhang, J. (2019). *Consumer Satisfaction with an Action Sports Event. Sport Marketing Quarterly*, 16(4), 199.
- Welthagen, L. (2015). Attendee satisfaction in festival activity: Innibos National Arts Festival, 4(1), 1–9.
- Zulkarnain, A. (2014). Pengaruh Event Service Quality, Event Cost Dan Event Convenience Terhadap Event Venue Satisfaction Di Jakarta Convention Centre. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 7(2), 157.