

ABSTRAK

Festival musik memiliki potensi pada industri pariwisata meskipun kontribusinya masih tergolong rendah, yaitu sebesar 0,04% terhadap PDB Indonesia secara menyeluruh. Setelah kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dilonggarkan, industri festival musik di Indonesia kembali tumbuh dan dapat menjadi strategi pariwisata yang baik melalui kepuasan pengalaman pengunjung. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh dari setiap aspek *experience economy* dan *economic value* terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung festival musik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan 277 data primer yang didapatkan dari kuesioner secara *online* pada responden yang pernah berkunjung minimal satu kali ke salah satu festival musik di Indonesia, meliputi Prambanan Jazz Festival, The SoundsProject, Pestapora, We The Fest, Synchronize Fest, Joyland Festival, Soundrenaline, Playlist Festival, dan Djakarta Warehouse Project. Metode yang digunakan adalah *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Analisis model menggunakan *software* SEM PLS 3.0 dengan melakukan uji-t. Hasil penelitian menunjukkan aspek *esthetics* menjadi aspek yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Aspek *entertainment* paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Kepuasan pengunjung secara keseluruhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Penyelenggara festival musik perlu memastikan kenyamanan pengunjung melalui tata ruang dekorasi, kebersihan, kenyamanan, dan fasilitas pendukung serta diharapkan dapat melaksanakan *people flow & crowd management* yang baik untuk menjaga keamanan pengunjung.

Kata Kunci: Festival musik, *experience economy*, kepuasan pengunjung, loyalitas, PLS-SEM

ABSTRACT

Music festivals have potential in the tourism industry despite their low contribution of 0.04% to Indonesia's overall GDP. After the Restriction of Community Activities (PPKM) policy was relaxed, the music festival industry in Indonesia is back on the rise and could be a good tourism strategy through visitor experience satisfaction. This study aims to analyze the influence of each aspect of the experience economy and economic value on the satisfaction and loyalty of music festival visitors in Indonesia. This research uses 277 primary data obtained from online questionnaires to respondents who have visited at least once to one of the music festivals in Indonesia. The method used is Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Model analysis using SEM PLS 3.0 software by conducting a t-test. The results showed that the aesthetics aspect had the most positive and significant effect on visitor satisfaction. The entertainment aspect has the most positive and significant effect on loyalty. Overall satisfaction has a positive and significant effect on loyalty. Music festival organizers need to ensure visitors' comfort through spatial decoration, cleanliness, and supporting facilities also they are expected to implement a people flow & crowd management procedure to maintain the safety of visitors.

Keywords: *Music festival, experience economy, visitor's satisfaction, loyalty, PLS-SEM*