

RINGKASAN EKSEKUTIF

Jumlah perjalanan wisata dalam negeri yang dilakukan oleh wisatawan nusantara terus meningkat setiap tahunnya. Salah satu peran pemerintah yang mendorong peningkatan tersebut adalah dengan mengadakan festival kebudayaan di seluruh pelosok negeri termasuk di kota Jakarta. Dengan berbagai atraksi dan acara yang disuguhkan dari pihak penyelenggara, membentuk berbagai pengalaman bagi para pengunjung festival. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh pengalaman pengunjung yang diukur oleh empat dimensi pembentuk pengalaman rumusan Pine dan Gilmore (1998) yaitu *education*, *entertainment*, *esthetics*, dan *escapism* terhadap memori pengunjung event dengan dampaknya kepada kepuasan serta loyalitas terhadap destinasi *event* tersebut. Objek penelitian kali ini adalah beberapa *event* di Jakarta yang mempromosikan kebudayaan Betawi yaitu Festival “Gelar Budaya Betawi” yang diselenggarakan di Bintaro pada tanggal 13-14 Mei 2017 dan di Ragunan pada tanggal 20-21 Mei 2017. Penelitian dilakukan secara kuantitatif dengan menyebarkan 297 buah kuisisioner secara *intercept* kepada pengunjung berdomisili di luar kota Jakarta yang ditemui secara langsung di dalam kedua festival tersebut. Mayoritas pengunjung kedua festival berasal dari SES C, dengan sebagian besar dari responden merupakan “Generasi Y” dan “Generasi Z”, dan berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa. Metode pengujian data penelitian yang digunakan adalah *factor analysis* dan *structured equation modeling* (SEM) melalui AMOS.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat dimensi secara positif dapat membentuk pengalaman pengunjung. Namun, untuk kedua festival ini, dari empat dimensi hanya tiga dimensi saja, yaitu *entertainment*, *escapism*, dan *esthetics* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap memori pengunjung yang kemudian memiliki dampak kepada kepuasan serta loyalitas mereka terhadap kota Jakarta.

Kata kunci: *consumer experience*, festival kebudayaan, *memories*, *customer satisfaction*, *destination loyalty*

EXECUTIVE SUMMARY

Travels initiated by local tourist in Indonesia have increased continuously throughout the years. One of the immense acts from the government is the encouragement to host cultural festivals in every corner of the nation, including in the city of Jakarta. This research aims to see how compatible consumer experience is by measuring how big the impacts are from the four realms that create the experiences, which are education, entertainment, esthetics, and escapism, to the establishment of memories of the event's visitors that will lead to their satisfaction and destination loyalty. The objects of this research are a couple of events in Jakarta which promoted the culture of Betawi, which were "Gelar Budaya Betawi" Festivals in Bintaro and Ragunan. This research is done quantitatively, distributing 297 questionnaires by intercepting the visitors domiciled outside of Jakarta who were found right inside of these two festivals. Most visitors who were also the sample of this research had the socioeconomy class of class C, with the majority of them labeled as "Gen Y" and "Gen Z", and had the professions of being a student. The collected data were tested using factor analysis and structural equation modelling (SEM) in AMOS. The result of this research shows that the four realms of experiences can indeed positively form consumer experience. Albeit in this context of research, out of four realms, there are only three—entertainment, escapism, and esthetics—which show a significant impact on the establishment of the visitors' memories that influences their satisfaction and loyalty for the city of Jakarta.

Keywords: *consumer experience, cultural festival, memories, customer satisfaction, destination loyalty*

