

ABSTRAK

Meskipun pengaruh festival musik sangat signifikan terhadap pariwisata, namun terdapat kekurangan teori yang komprehensif yang secara khusus menjelaskan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah festival musik di Indonesia. Untuk mengatasi kesenjangan ini, penelitian ini menggunakan sebuah model teoritis yang menghubungkan *festivalscape*, emosi, kepuasan pengunjung, niat mengunjungi kembali, dan word-of-mouth. Untuk memvalidasi model ini, dilakukan survei terhadap 385 sampel peserta Sounds of Downtown. Dengan pendekatan kuantitatif AMOS-SEM, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari lingkungan festival, yaitu fasilitas dan konten program, terhadap emosi, kepuasan pengunjung, word-of-mouth, dan intensi mengunjungi kembali. Berdasarkan temuan ini, beberapa saran dibuat bagi penyelenggara Sounds of Downtown, yaitu untuk menciptakan konten program yang lebih baik dan mendukungnya dengan berbagai fasilitas lainnya untuk mendorong emosi positif, kepuasan, intensi mengunjungi kembali, dan word-of-mouth yang positif.

Kata Kunci: Lingkungan Festival, Kepuasan Pengunjung, Emosi, Intensi Mengunjungi Kembali, Word-of-Mouth, Festival Musik

ABSTRACT

Despite the significant influence of music festivals to tourism, there is a lack of comprehensive theory that specifically explains the factors contributing to the success of a music festival in Indonesia. To address this gap, this research establishes a theoretical model that connects festivalscapes, emotions, satisfaction, revisit intention and word-of-mouth. To validate this model, a survey of 385 samples was conducted to Sounds of Downtown's participants. Using a quantitative approach of AMOS-SEM, the result of this research suggests that there is a significant influence of the festival environment, namely facilities and content programs, on emotions, customer satisfaction, word of mouth, and revisit intention. Based on these findings, several suggestions were created for the organizer of Sounds of Downtown, that is to create better content programs and support them with various other facilities to encourage positive emotions, satisfaction, revisit intention, and word-of-mouth.

Keyword: *Festivalscapes, Satisfaction, Emotion, Revisit Intention, Word-of-Mouth, Music Festival*