

Abstrak

Penelitian ini menganalisis dampak *flow experience* pada memori pengunjung, intensi berkunjung kembali, dan niat merekomendasikan di Joyland Festival Jakarta 2023, sebuah festival musik dan seni yang populer di Indonesia. Kami mengidentifikasi faktor-faktor seperti *skill performance*, *ambience*, *self-congruence*, *other consumer's passion*, dan *consumer-to-consumer interaction* diduga mampu mempengaruhi *flow experience*. Penelitian ini juga meneliti bagaimana pengalaman ini mempengaruhi memori pengunjung dan niat mereka untuk kembali atau merekomendasikan festival tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa dari lima faktor yang diduga mempengaruhi *flow experience*, hanya *ambience* dan *self-congruence* yang memiliki pengaruh positif signifikan. Selain itu, *flow experience* berpengaruh positif signifikan terhadap niat pengunjung untuk merekomendasikan festival, tetapi tidak terhadap niat untuk kembali. Terakhir, memori pengunjung ditemukan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat untuk kembali dan merekomendasikan festival. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan berharga tentang pengalaman pengunjung dan faktor-faktor yang mempengaruhi niat mereka, yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman di festival serupa di masa depan.

Kata kunci: Festival Musik, *Flow Experience*, Intensi Kunjungan Kembali, Intensi Merekomendasikan

Abstract

This study analyzes the impact of flow experience on visitor memory, revisit intention, and intention to recommend at Joyland Festival Jakarta 2023, a popular music and arts festival in Indonesia. We identified factors such as skill performance, ambience, self-congruence, other consumer's passion, and consumer-to-consumer interaction that are suspected to influence flow experience. This research also examines how these experiences affect visitor memory and their intentions to return to or recommend the festival. The results show that out of the five factors suspected to influence flow experience, only ambience and self-congruence have a significant positive impact. Additionally, flow experience significantly and positively affects visitors' intention to recommend the festival but not their intention to revisit. Lastly, visitor memory is found to have a significant positive impact on both the intention to revisit and the intention to recommend the festival. These findings are expected to provide valuable insights into visitor experiences and the factors influencing their intentions, which can be used to enhance experiences at similar festivals in the future.

Keywords: *Music Festival, Flow Experience, Revisit Intention, Intention to Recommend*

