

***EXPERIENCE ECONOMY* DALAM PENGALAMAN  
PESERTA *EVENT* SABILULUMPAT COLOR RUN DI  
KABUPATEN BANDUNG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi  
Program Strata-1**



Disusun oleh:

**BRAINNANDA KEVIN CHRISTANTA  
201621135**

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PERJALANAN WISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG  
2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

### *EXPERIENCE ECONOMY* DALAM PENGALAMAN PESERTA *EVENT* SABILULUMPAT COLOR RUN DI KABUPATEN BANDUNG

NAMA : BRAINNANDA KEVIN CHRISTANTA

NIM : 201621135

PROGRAM STUDI : INDUSTRI PERJALANAN WISATA

JURUSAN : PERJALANAN

Pembimbing I,



**Faisal, MM.Par., CHE.**  
NIP. 19730706 199303 1 001

Pembimbing II,



**Dra. P. Jessica J. Josary., M.Sc., CHE**  
NIP. 19691105 200911 1 001

Bandung, 3 September 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan,

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**  
NIP. 19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

**Faisal, MM.Par., CHE.**  
NIP. 19730706 199303 1 001

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Brainnanda Kevin Christanta  
Tempat/Tanggal Lahir : Magelang, 19 September 1994  
NIM : 201621135  
Program Studi : Studi Industri Perjalanan  
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul : ***“EXPERIENCE ECONOMY DALAM PENGALAMAN PESERTA EVENT SABILULUMPAT COLOR RUN DI KABUPATEN BANDUNG”*** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Semikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 4 September 2020  
Yang membuat pernyataan,



Brainnanda Kevin Christanta

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, bahwa hanya dengan rahmat dan karunia-Nya penyusunan Skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam mengikuti menyelesaikan program Strata-1, Program Studi Industri Perjalanan, Jurusan Perjalanan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung. Judul yang dijadikan penelitian dalam Skripsi ini adalah “***EXPERIENCE ECONOMY DALAM PENGALAMAN PESERTA EVENT SABILULUMPAT COLOR RUN DI KABUPATEN BANDUNG***”.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih serta penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par. CHE, selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dan selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas waktu bimbingan dan masukan yang diberikan;
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S. Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;

4. Bapak Singgih Tri Wibowo, MP. Par., selaku Ketua Program Studi Industri Perjalanan.
5. Ibu Dra. P. Jessica J. Josary., M.Sc. CHE. selaku dosen pembimbing I, terimakasih telah membimbing saya dengan sebaik mungkin dengan waktu yang telah diberikan;
6. Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Bandung, terimakasih telah memberikan izin penelitian, membantu memberikan informasi dan atas kerjasamanya selama penelitian;
7. Dosen-dosen dan staf Program Studi Industri Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung;
8. Keluarga penulis, (Alm.) Bapak Danang Haryotejo, Ibu Jatiningtyas Manggarwati, Mbak Chista, Kak Marchie, Chrisna, Dinda, Nondo, Ardo, Abig dan keluarga besar yang selalu memberikan do'a dan motivasinya
9. Rekan-rekan Pasukan Armada yakni Anas, Adit, Ariq, Masagi, Arif, Lalu, dan Wiryana yang senantiasa saling mendukung dan memotivasi penulis selama masa kuliah dari awal hingga akhir serta dalam penyusunan skripsi;
10. Rekan-rekan SIP 16' yang sama-sama berjuang dan membantu penulis dalam menyusun skripsi ini;
11. Kepada Civitas Academica STP NHI Bandung dan Pihak-pihak lain yang juga telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, saran dan kritik yang sifatnya membangun peneliti harapkan dari semua pihak guna meningkatkan kualitas dari penelitian selanjutnya.

Bandung, September 2020

Brainnanda Kevin Christanta

## ABSTRAK

Sabilulumpat Color Run merupakan salah satu *event* besar yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Bandung. Disparbud berkeinginan untuk mengembangkan Sabilulumpat Color Run menjadi *event* akbar yang sesuai selera banyak orang yang didasarkan pengalaman para peserta. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengalaman peserta yang berpartisipasi dalam *event* Sabilulumpat Color Run dengan menggunakan *Experience Economy* yang terdiri dari empat faktor, yakni *entertainment*, *esthetic*, *education*, dan *escapist*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan objek penelitian adalah peserta Sabilulumpat Color Run 2019 dengan jumlah sampel sebanyak 350 orang. Teknik analisis yang digunakan yakni analisis statistika deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya mayoritas peserta yang berpartisipasi dalam Sabilulumpat Color Run adalah orang-orang berusia 17 – 23 tahun berjenis kelamin laki-laki dengan pendidikan SD/SMP/SMA. Sebagian besar peserta berdomisili di Kabupaten Bandung dengan profesi yang didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Secara keseluruhan peserta Sabilulumpat mendapatkan pengalaman yang baik ditinjau dari faktor *entertainment*, *esthetic*, *education*, dan *escapist*. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan sekaligus evaluasi bagi Disparbud Kabupaten Bandung selaku penyelenggara untuk mengembangkan aktivitas pengalaman yang sesuai dengan selera peserta di masa depan dan menciptakan pengalaman yang berkualitas bagi para pesertanya.

**Kata Kunci :** *Entertainment, Esthetic, Education, Escapist, Sabilulumpat Color Run, Pengalaman.*

## ***ABSTRACT***

*Sabilulumpat Color Run is one of the major events organized by the Department of Tourism and Culture (Disparbud) of Bandung Regency. Disparbud intends to develop Sabilulumpat Color Run into a grand event that suits the tastes of many people based on the experience of the participants. The study aims to find out the experience of participants who participated in the Sabilulumpat Color Run event by using the Experience Economy concept which consists of four factors, namely entertainment, esthetic, education, and escapist. The research method used is descriptive quantitative research and the object is Sabilulumpat Color Run 2019 participants with total sample of 350 people. The analysis technique used is descriptive statistical analysis.*

*The results showed that the majority of participants who participated in the Sabilulumpat Color Run were people aged 17-23 years of age who were male with elementary / junior high / high school education. Most of the participants live in Bandung Regency with professions that are dominated by students. Overall, Sabilulumpat participants gained good experience in terms of entertainment, esthetic, education, and escapist factors. This research is expected to be used as input as well as an evaluation for Disparbud Kabupaten Bandung as the organizer to develop experiential activities in accordance with the tastes of participants in the future and create quality experiences for participants.*

*Keyword : Entertainment, Esthetic, Education, Escapist, Sabilulumpat Color Run, Experience.*



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>D. Keterbatasan Penelitian dan Pembatasan Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>E. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<b>A. Kajian Teori .....</b>	<b>10</b>
<b>B. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>32</b>
<b>C. Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>34</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
<b>A. Desain Penelitian .....</b>	<b>35</b>
<b>B. Objek Penelitian .....</b>	<b>36</b>
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>36</b>
<b>D. Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>38</b>
<b>E. Uji Validitas.....</b>	<b>41</b>
<b>F. Uji Reliabilitas.....</b>	<b>43</b>
<b>G. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>44</b>

<b>H. Analisis Data.....</b>	<b>46</b>
<b>I. Jadwal Penelitian .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
<b>A. Analisis dan Pembahasan.....</b>	<b>49</b>
1. Profil Responden.....	49
2. Faktor Entertainment.....	55
3. Faktor Educational.....	61
4. Faktor Esthetic.....	68
5. Faktor Escapist.....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>85</b>
<b>A. Simpulan.....</b>	<b>85</b>
<b>B. Implikasi.....</b>	<b>86</b>
<b>C. Saran.....</b>	<b>87</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 PENELITIAN TERDAHULU .....	32
TABEL 2 UJI VALIDITAS.....	42
TABEL 3 UJI RELIABILITAS.....	44
TABEL 4 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	45
TABEL 5 PERASAAN TERHIBUR.....	55
TABEL 6 PENGALAMAN UNIK .....	56
TABEL 7 PERASAAN EMOSIONAL.....	57
TABEL 8 ANALISIS DESKRIPTIF FAKTOR ENTERTAINMENT .....	58
TABEL 9 MEMPELAJARI SESUATU YANG BARU .....	61
TABEL 10 MEMPEROLEH LEBIH BANYAK PENGETAHUAN.....	62
TABEL 11 MENSTIMULASI KEINGINTAHUAN.....	63
TABEL 12 MEMBERIKAN PENGALAMAN YANG BAIK.....	64
TABEL 13 ANALISIS DESKRIPTIF FAKTOR EDUCATIONAL.....	66
TABEL 14 DEKORASI MEMPERHATIKAN DETAIL.....	69
TABEL 15 DEKORASI MEMBERI DAYA TARIK.....	70
TABEL 16 DEKORASI DITAMPILKAN TERSTRUKTUR.....	71
TABEL 17 KESELARASAN MEMBERIKAN KEINDAHAN.....	72
TABEL 18 MENSTIMULASI APRESIASI.....	74
TABEL 19 ANALISIS DESKRIPTIF FAKTOR ESTHETHIC .....	75
TABEL 20 MERASAKAN ORIENTASI WAKTU DAN TEMPAT YANG BERBEDA.....	79
TABEL 21 MERASAKAN KESAMAAN TUJUAN DENGAN ORANG LAIN .....	80
TABEL 22 MELUPAKAN SEJENAK RUTINITAS.....	81
TABEL 23 ANALISIS DESKRIPTIF FAKTOR ESCAPIST .....	69

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 PELUNCURAN CALENDER OF EVENT 2020 KAB. BANDUNG.....	3
GAMBAR 2 UKURAN DAN CAKUPAN EVENT.....	14
GAMBAR 3 DIMENSI EXPERIENCE ECONOMY .....	20
GAMBAR 4 SABILULUMPAT COLOR RUN .....	27
GAMBAR 5 RUTE SABILULUMPAT COLOR RUN 2019.....	29
GAMBAR 6 POSTER SABILULUMPAT COLOR RUN 2019 .....	31
GAMBAR 7 TABEL KREJCIE .....	37
GAMBAR 8 FAKTOR ENTERTAINMENT .....	60
GAMBAR 9 RACEPACK SABILULUMPAT COLOR RUN 2019 .....	67

## DAFTAR DIAGRAM

DIAGRAM 1 KESAN PENGALAMAN EVENT SABILULUMPAT COLOR RUN.....	6
DIAGRAM 2 JENIS KELAMIN RESPONDEN .....	49
DIAGRAM 3 USIA RESPONDEN .....	50
DIAGRAM 4 TINGKAT PENDIDIKAN RESPONDEN .....	52
DIAGRAM 5 PEKERJAAN RESPONDEN .....	53
DIAGRAM 6 ASAL DAERAH RESPONDEN .....	54
DIAGRAM 7 GRAFIK FAKTOR ENTERTAINMENT .....	59
DIAGRAM 8 GRAFIK FAKTOR EDUCATION .....	67
DIAGRAM 9 GRAFIK FAKTOR ESTHETHIC .....	76
DIAGRAM 10 GRAFIK FAKTOR ESCAPIST .....	83



## DAFTAR PUSTAKA

- Ayob, N., Wahid, N., dan Omar, A. (2011). *A Measurement model of event experience within festoval and special event*. Proceeding of the 5th International Conference of the Asian Academy of Applied Business (AAAB), Phnom Penh, Kamboja
- Azwar, Saiffudin. (1997). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Berridge, G. (2012). *Designing event experiences*. In J. Connell & S. Page (Eds.), *Routledge handbook of events*. Abingdon, UK: Routledge. 273-288
- Bisnis.com (2019). Kawasan Wisata Kabupaten Bandung Dibagi Menjadi 3 Klaster. Diakses pada 19 Maret 2020, dari <https://traveling.bisnis.com/read/20190520/224/925011/kawasan-wisata-kabupaten-bandung-dibagi-menjadi-3-klaster>
- Crick-Furman, D., & Prentice, R. (2000). *Modeling tourists' multiple values*. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 69–92.
- Detik.com (2019). Wishnutama Mau Event Wisata Bikin Masyarakat Sejahtera. Diakses pada 19 Maret 2020, dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-4793843/wishnutama-mau-event-wisata-bikin-masyarakat-sejahtera>
- Galamedianews.com (2019) Sabilulumpat Color Run 2019jadi Ajang family Day. Diakses pada tanggal 20 Maret 2020, dari <https://www.galamedianews.com/?arsip=231528&judul=sabilulumpat-color-run-2019-jadi-ajang-family-day>
- Getz, D. (2007) *Event Studies: Theory, research and policy for planned event*. Elsevier: USA
- Getz, D. (2008). *Event tourism: Definition, evolution, and research*. *Tourism Management*, 29 (3): 403–428.
- Gretzel, U. (2010). *Travel in the network: Redirected gazes, ubiquitous connections and new frontiers*. In *Post-global Network and*

- Everyday Life* (pp. 41-58). In M. Levina & G. Kien (Eds), NY: Peter Lang.
- Goldblatt, J. (2002) *Special Events : Twenty First Century Global Event Management*. Edisi 3. John Wiley & Sons, Inc. New York, AS
- Guttentag, D. A. (2010). *Virtual reality: Applications and implications for tourism*. *Tourism Management*, 31(5): 637-651.
- Hasan, I. (2001). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta :PT Bumi Aksara.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi '11*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Hede, A., Jago, L., & Deery, M. (2002). *Special event research 1990–2001: Key trends and issues*. In *Events and place marketing, proceedings of the australian conference for event management*, Sydney: University of Technology. 335-338.
- Hosany, S., Zeglat, D., dan Odeh, K. (2016). *Measuring Experience Economy Concepts in Tourism: A Replication and Extension*. Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally. 28
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung : Aditama.
- Jabarprov.go.id (2019). Sabilulumpat Color Run 2019, Dimeriahkan Rekor Muri 6.000 Roti Berbahan Singkong. Diakses pada 20 Maret 2020, [https://jabarprov.go.id/index.php/news/34125/Sabilulumpat\\_Color\\_Run\\_2019\\_Dimeriahkan\\_Rekor\\_MURI\\_6\\_000\\_Roti\\_Berbahan\\_Singkong](https://jabarprov.go.id/index.php/news/34125/Sabilulumpat_Color_Run_2019_Dimeriahkan_Rekor_MURI_6_000_Roti_Berbahan_Singkong)
- Jafari, J. dan Xiao, H. (2016) *Encyclopedia of Tourism*. Springer International Publishing: Swiss
- Jago, L., Chalip, L, Brown, G., Mules, T., dan Ali, S. (2003), *Building Events into Destination Branding: Insights from Experts*, *Event Management*, 8, 1, 3–14.



- Kaim, Faizati, 2002. *Panduan Kesehatan Olahraga Bagi Petugas Kesehatan*, Depkes RI. Jakarta.
- Kompasiana.com (2019). Semarak Launching Calender of Event Kabupaten Bandung 2020. Diakses pada 19 Maret 2020, dari <https://www.kompasiana.com/diazholic/5e0971ab097f367bf40c5902/semarak-launching-calendar-of-event-kabupaten-bandung-2020>
- Liu, Y. dan Chen, C. (2007) *The effects of festivals and special events on city image design*, *Front. Archit. Civ. Eng. China*, 1(2): 255–259
- Lee, Y, Lee, C, Lee, K., dan Babin, B. (2007). *Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty*. *Journal of Business Research*, Vol. 61 No. 1, 56–64.
- Lee, S., Jeong, E., dan Qu, K (2019). *Exploring Theme Park Visitors' Experience on Satisfaction and Revisit Intention: A Utilization of Experience Economy Model*, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. Routledge.
- Lesić, K., Ružić, M., dan Brščić, K. (2017) *The Importance of Understanding Event Experience*. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, Vol. 4. 605-618
- Matthews, D. (2008). *Special Event Productions : The Process*. Butterworth-Heinemann, Burlington, Amerika Serikat.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Masterman, G. (2004) *Strategic Sports Event Management: An International Approach*. Elsevier, Oxford, Inggris.
- Nguyen, T. (2017) *The Role of The Special Events in Destination Marketing*. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, Vol. 3, No. 9. 60-68

- Oh, H., Fiore, A.M. & Jeoung, M. (2007). *Measuring experience economy concepts: Tourism applications*. Journal of Travel Research, Vol 46, 119-132
- Oklobdžija, S. (2015). *The Role of Event in Tourism Development*: BizInfo Journal, Volume 1 No. 2, 83-97
- Packer, J. dan Ballantyne, R. (2016). *Conceptualizing the Visitor Experience: A Review of Literature and Development of a Multifaceted Model*.
- Pietroni, E. (2019). *Experience Design, Virtual Reality and Media Hybridization for Digital Communication Inside Museum*. Applied System Innovation, Rome, Italy: MDPI Journal
- Pine, J. dan Gilmore, J. (2011) *The Experience Economy : Updated Edition*. Harvard Business School Publishing. Boston : Amerika Serikat
- Purwanto, A dan Sulistyastuti, D (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasu Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media
- Quadri, D. (2012). *An experience economy analysis of tourism development along the Chautauqua-Lake Erie Wine Tail*. Iowa State University Digital Repository. Iowa : Amerika Serikat
- Russeffendi, E.T. (2010). *Dasar-Dasar Penelitian Pendidikan dan Bidang NonEksakta Lainnya*. Bandung: Tarsito.
- Robinson, P., Heitman, S., dan Dieke, P (2011) *Research Theme for Tourism*. CABI International: Inggris
- Sharples, L., Crowther, P., May, D., dan Orefice, C. (2014). *Strategic Event Creation*. Goodfellow Publishers, Inggris: Oxford
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2003) *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 1 Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan ke 7. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Sumarwan, U. (2011) *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., dan Sarasvati, S., (2018). *Media Sosial Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z di Kabupaten Garut*. Volume 4 No. 1. Jurnal Stiepar.
- Thrane, C., (2002). *Jazz festival visitors and their expenditures: linking spending patterns to musical interest*. *Journal of Travel Research* 40(3), 281–286.