

**FAKTOR-FAKTOR PEMILIHAN PAMERAN OLEH
*EXHIBITOR BABY & KIDS EXPO 2020***

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat
dalam menyelesaikan Program Diploma IV
Program Studi Manajemen Konvensi dan Event
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun Oleh:

JESSICA DEBORAH

Nomor Induk : 201621188

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN KONVENSI DAN EVENT
JURUSAN PERJALANAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA
BANDUNG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

**FAKTOR-FAKTOR PEMILIHAN PAMERAN OLEH *EXHIBITOR* BABY
& KIDS EXPO 2020**

NAMA : Jessica Deborah
NIM : 201621188
PROGRAM STUDI : Manajemen Konvensi dan Event
JURUSAN : Perjalanan

Pembimbing I,



Indriyani Handyastuti, S.Ikom., M.Sc., CHE.
NIP. 19800121.200502.2.001

Pembimbing II,



Bagus Githa Adhitva M., MM.Par

Bandung, September 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.

NIP.19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Rektor Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung,



Faisal, MM.Par.,CHE

NIP. 19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Jessica Deborah
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 23 Agustus 1998
NIM : 201621188
Program Studi : Manajemen Konvensi dan Event
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
“Faktor-Faktor Pemilihan Pameran oleh Exhibitor Baby & Kids Expo 2020”
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain 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, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, 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. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, September 2020

Yang membuat pernyataan,



Jessica Deborah

NIM: 201621188

Janganlah menunda karena setiap detik waktumu berharga!

Penulis (2020)

Saya persembahkan karya tulis ini untuk :

Keluargaku,

yang selalu mendukungku dikala sedih maupun senang dan terus memotivasiku
untuk menyelesaikan proyek akhir ini

Para Dosen Prodi MBK & Dosen Pembimbing

Terimakasih atas waktu dan ilmu yang telah dicurahkan untuk mengajar dan
membimbingku selama 4 tahun menjadi keluarga di prodi MBK. Semoga kelak
ilmu yang didapatkan bermanfaat bagi banyak orang.

Rekan-rekan seperjuangan MBK 2016

yang menemani perjuanganku selama 4 tahun belajar di MBK, telah melalui
senang sedih, berkeluh kesah, menertawai hal-hal yang perlu ditertawai
bersamaku

Green Production

yang tidak pernah lelah membantuku memberikan data-data penelitian, saya
sungguh berterima kasih banyak.

ABSTRAK

Pada penyelenggaraan sebuah pameran, salah satu target penting yang ingin dicapai yaitu meningkatkan jumlah *exhibitor* pameran pada setiap tahun penyelenggaraannya (Huang, 2015). Hal yang sama menjadi target Baby & Kids Expo, sehingga pihak penyelenggara perlu untuk mengidentifikasi faktor pemilihan pameran yang dianggap penting oleh *exhibitor* untuk dapat dijadikan acuan dalam upaya meningkatkan jumlah *exhibitor* yang berpartisipasi.

Pada penelitian ini menggunakan acuan teori dari Nayak (2019) yang menyatakan terdapat empat aspek pemilihan pameran yaitu *perceived show value*, *measurable costs*, *timing* dan *show attractions*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan data dilakukan dengan mengumpulkan sebanyak 50 kuesioner melalui *online form* (Google Formulir), melakukan wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor untuk menemukan faktor-faktor pemilihan pameran menurut para *exhibitor* Baby & Kids Expo 2020.

Hasil penelitian yang telah diolah menggunakan teknik analisis faktor menghasilkan 5 faktor pemilihan pameran. Dari kelima faktor yang terbentuk, faktor pertama (F1) yang terdiri dari variabel ‘biaya sewa area/booth pameran’, ‘kemudahan akses menuju *venue*’, ‘kesesuaian tanggal dan bulan pelaksanaan pameran dengan jadwal *exhibitor*’, ‘kondisi keamanan area *venue* dan sekitarnya’, ‘kapasitas *venue*’ serta ‘ketersediaan fasilitas komunikasi dan internet’ yang mayoritas variabel penyusunnya berasal dari aspek *perceived show value*, menjadi faktor yang sangat diperhatikan oleh *exhibitor*. Sehingga penyelenggara perlu menjadikan faktor tersebut sebagai fokus utama dalam upaya meningkatkan jumlah *exhibitor* pada penyelenggaraan pameran selanjutnya.

Kata kunci: faktor pemilihan pameran, exhibitor Baby & Kids Expo

ABSTRACT

Increasing exhibitor's participation number is one of the most important goals in organizing a successful exhibition (Huang, 2015). Baby & Kids Expo also have the same goals they want to achieve. In order to do that, the organizing committee needs to identify the most important factors from exhibitor's perspective to attract more exhibitors for participating in the next Baby & Kids Expo.

Four factors consist of perceived show value, measurable costs, timing and show attractions from Nayak (2019) are used as the theoretical references in this study.

This study uses quantitative method. It has been done with the help of data collected from 50 exhibitor responses through online questionnaire, interview and documentation studies. Factor Analysis is used to find the exhibition selection factors from Baby & Kids Expo exhibitor's perspective.

The findings show that five exhibition selection factors are formed using factor analysis. From these 5 selection factors, the first factor (F1) is found to be the most important factor of selecting an exhibition followed by the second factor (F2), third factor (F3), fourth factor (F4) and fifth factor (F5). The first factor consists of 'cost of booth rent', 'ease of access to the exhibition venue', 'suitability between exhibition's date and exhibitor's business period to promote', 'venue safety', 'venue capacity', and 'availability of communication and internet facilities'. These variables that made up the first factor (F1) are mostly available in perceived show value aspect from Nayak (2019) and should become the focus of organizing committee in attracting more exhibitors for the next exhibition.

Keywords: exhibition selection factors, factor of selecting an exhibition, Baby & Kids Expo exhibitors

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir. Proyek akhir ini menjadi salah satu syarat untuk menempuh studi pada Program Diploma IV, Program Studi Manajemen Konvensi dan Event, Jurusan Perjalanan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang berjudul **“Faktor-Faktor Pemilihan Pameran oleh *Exhibitor* Baby & Kids Expo 2020”**

Dalam menyusun proyek akhir ini, penulis bersyukur dapat memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Faisal, MM. Par., CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan
3. Ibu Endang Komesty S., SS., MM. Par., CHE selaku Ketua Jurusan Perjalanan
4. Bapak Marsianus Raga, MM. Par., selaku Ketua Prodi Manajemen Konvensi dan Event
5. Ibu Indriyani Handyastuti, S.I.Kom., M.Sc., CHE selaku Pembimbing I
6. Bapak Bagus Githa Adhitya M., MM.Par selaku Pembimbing II
7. Orang Tua penulis, Bapak Frans Ebonesar dan Ibu Lientje Maria Nusaly, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis
8. Seluruh teman-teman MBK 2016 yang berjuang bersama dalam menyelesaikan proyek akhir ini

9. Bapak Sunmedar Rachmat selaku Direktur PT Sinergi Produksi Hijau yang telah berbesar hati memberikan kesempatan bagi penulis untuk meneliti di pameran Baby & Kids Expo 2020
10. Serta semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan berharga kepada penulis dalam menyelesaikan proyek akhir ini

Penulis menyadari bahwa proyek akhir ini masih adanya kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak akan sangat membantu dalam mengisi kekurangan proyek akhir ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun semua pihak yang membacanya.

Bandung, 2020

Penulis

Jessica Deborah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I <u>PENDAHULUAN</u>	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Marketing	9
2. Perilaku Konsumen.....	10
3. Pengambilan Keputusan.....	11
4. Faktor-Faktor Pemilihan Pameran	13
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Desain Penelitian	29
B. Obyek Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi	30
2. Sampel.....	30
3. Teknik Sampling.....	31
D. Metode Pengumpulan Data	31
1. Teknik Pengumpulan Data	31

2. Alat Kumpul Data.....	33
E. Variabel Definisi Operasional	35
F. Analisis Data.....	36
1. Teknik Analisis.....	36
2. Alat Analisis	38
3. Uji Validitas	38
4. Uji Reliabilitas.....	40
G. Jadwal Penelitian	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian.....	43
1. Profil Peserta Pameran/ <i>Exhibitor</i>	43
B. Pembahasan.....	53
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	70
A. Simpulan	70
B. Rekomendasi	72
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Penyelenggaraan Pameran di Indonesia oleh Anggota ASPERAPI (Tahun 2008 – 2018)	2
2. Jumlah Pengunjung Baby & Kids Expo Periode Bulan Maret Tahun 2018-2020	4
3. Jumlah <i>Exhibitor</i> Baby & Kids Expo Periode Bulan Maret Tahun 2018-2020.....	5
4. Penelitian Terdahulu	26
5. Bobot Nilai Skala Likert	33
6. Matriks Operasional Variabel	35
7. Uji Validitas	39
8. Uji Reliabilitas.....	41
9. Jadwal Penelitian	42
10. Indikator Penelitian.....	53
11. KMO and Bartlett's Test	54
12. Anti-Image Correlation.....	55
13. Communalities.....	56
14. Total Variance Explained.....	57
15. Component Matrix ^a	58
16. Rotated Component Matrix ^a	60
17. Faktor-Faktor Pemilihan Pameran oleh <i>Exhibitor</i> Baby & Kids Expo 2020.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	28
2. Contoh <i>Exhibitor ID Badge</i>	75
3. Contoh <i>Visitor ID Badge</i>	75

DAFTAR DIAGRAM

Diagram	Halaman
1. Sektor Bisnis Perusahaan <i>Exhibitor</i>	43
2. Jabatan <i>Exhibitor</i>	44
3. Domisili Perusahaan <i>Exhibitor</i>	45
4. Frekuensi Partisipasi di Baby & Kids Expo	46
5. Sumber Informasi Baby & Kids Expo 2020	47
6. Jumlah Karyawan Perusahaan <i>Exhibitor</i>	48
7. Jumlah Tenaga Kerja yang ditugaskan selama Baby & Kids Expo 2020.....	49
8. Jenis Transportasi yang digunakan selama Baby & Kids Expo 2020	50
9. Jenis Akomodasi yang digunakan untuk menginap selama Baby & Kids Expo 2020.....	51
10. Penyewaan Petugas Keamanan Khusus untuk booth pribadi selama Baby & Kids Expo 2020	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Izin Penelitian dari ADAK
- Lampiran 2. Surat Izin Penelitian dari Green Production
- Lampiran 3. Kuesioner
- Lampiran 4. Pedoman Wawancara untuk PEO
- Lampiran 5. Pedoman Wawancara untuk Pengelola Venue Graha Manggala Siliwangi
- Lampiran 6. Tabel Data Profil Exhibitor
- Lampiran 7. Tabel Data Penilaian Skala Likert dari Kuesioner
- Lampiran 8. Dokumentasi Pameran Baby & Kids Expo 2020
- Lampiran 9. Data Hasil Analisis Faktor
- Lampiran 10. Surat Selesai Penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik.* (2019). Retrieved from <https://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html#subjekViewTab1>
- Berné, C., & Uceda, M. (2008). Criteria involved in evaluation of trade shows to visit. *Industrial Marketing Management*, 1-15.
- Berners, P. (2018). The Practical Guide to Managing Event Venues. doi: 10.4324/9781351045599. .
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnel, I. (2006). *Events Management (2nd ed)*. Oxford: Elsevier.
- Breiter, D., & Milman, A. (2006). Predicting Exhibitor Levels of Satisfaction in a Large Convention Center . *Event Management*, 133–143. doi:10.3727/152599507780676661.
- Chun, C. S. (2016). The Influence of Trade Show Selection Criteria on Re-participation Intention of Exhibitors. *Journal of International Trade & Commerce*, 12(1), 65-75.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (Fifth edition)*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Denscombe, M. (2007). *The Good Research Guide: For Small-scale Social Research Projects*. Maidenhead: Open University Press.
- Fenich, G. G. (2012). *Meetings, Expositions, Events and Conventions (3rd Edition)*. . Upper Saddle River: Pearson Education Limited.
- Fowler, F. J. (2014). *Survey Research Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Gottlieb, U., Brown, M., & Drennan, J. (2011). The Influence of Service Quality and Trade Show Effectiveness on Post-show Purchase Intention. *European Journal of Marketing*, 1642-1659.
- Gottlieb, U., Brown, M., & Ferrier, L. (2014). Consumer Perceptions of Trade Show Effectiveness: Scale Development and Validation Within a B2C Context. *European Journal of Marketing*, 89-107.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Essex: Pearson Education Ltd.
- Han, H. S., & Verma, R. (2014). Why attend tradeshow? A comparison of exhibitor and attendee's preferences. . *Cornell Hospitality Quarterly*, 239-251.

- Huang, H. (2015). How Does Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions Industry Attract Exhibitors? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1-21.
- IŞIN, F. B., Atalay, K. D., & ALAGÖZ, A. (2019). An Approximation of Trade Show Exhibitor's Behavioral Intentions in Fuzzy Environment. *International Journal Of Health Management and Tourism* , 16-43.
- Jabarekspres. (2019, Oktober 25). Retrieved from Jabarekspres.com: <http://jabarekspres.com/2019/empat-event-indag-dipenghujung-tahun/>
- Jung, M. (2005). Determinants of Exhibition Service Quality as Perceived by Attendees. *Journal of Convention & Event Tourism*, 85-98.
- Kang, J., & Schrier, T. (2011). The Decision-Making Process of Trade Show Exhibitors: The Effects of Social Value, Company Size, and Prior Experience on Satisfaction and Behavioral Intentions. *Journal of Convention & Event Tourism*, 65-85.
- KBBI. (2020). *Signifikansi*. In *kbbi.kemdikbud dictionary*. Retrieved August 23, 2020, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/signifikansi>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Upper Saddle River: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15 Global Edition)*. Essex: Pearson Education Limited.
- Kusumawardhani, A. (2018, Januari 08). Retrieved from Kalimantan.bisnis.com: <https://kalimantan.bisnis.com/read/20180108/448/724000/industri-pameran-2018-pertumbuhan-diprediksi-stagnan>
- Lau, D. C. (2016). *Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (MICE)*. Wan Chai: The Government of the Hongkong Special Administrative Region.
- Lee, C., & Kim, S. (2008). Differential effects of determinants on multi-dimensions of trade show performance: By three stages of pre-show, at-show, and post-show activities. *Industrial Marketing Management*, 784-796, doi:10.1016/j.indmarman.2008.01.006. .
- Lee, M. J., & Kang, Y. S. (2014). Subject Areas and Future Research Agendas in Exhibition Research: Exhibitors' Perspectives. *Event Management*, 185-194.
- Lee, M. J., Seo, J. M., & Yeung, S. (2012). Comparing the Motives for Exhibition Participation: Visitors' versus Exhibitors' Perspectives. *International Journal of Tourism Sciences*, 1-19.
- Lee, T., Fu, C., & Tsai, L. (2018). Why does a firm participate in a travel exhibition? A case study of the Taipei International Travel Fair. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1-14.

- Lin, C., & Lin, C. (2013). Exhibitor Perspectives of Exhibition Service Quality. *Journal of Convention & Event Tourism*, 293-308.
- Nayak, J. (2019). An exhibitors perspective: factors affecting selection of industrial trade shows in India and the importance of spot sales. *Journal of Business-to Business Marketing*, 125-140.
- Reza. (2019, April 10). Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3938103/kemenpar-angkat-potensi-mice-indonesia-di-inamice-2019>
- Rice, G., & Almosawi, M. (2002). A Study of Exhibitor Firms at an Arabian Gulf Trade Show. *Journal of Global Marketing*, 149-172.
- Sakti, G. (2019, Oktober 18). Retrieved from Kemenpar.go.id: <https://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-indonesia-promosikan-tujuh-destinasi-wisata-mice-di-itb-asia-2019>
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekretariat DPD Asperapi Jabar. (2020). *Personal Interview*.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Silvers, J. R. (2008). *Risk management for meetings and events*. Oxford: Elsevier.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suliyanto. (2011). Perbedaan Pandangan Skala Likert Sebagai Skala Ordinal Atau Skala Interval. *Prosiding Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro*, 51-60.
- Tafesse, W. (2014). Understanding How Resource Deployment Strategies Influence Trade Show Organizers' Performance Effectiveness. *European Journal of Marketing*, 1009 - 1025.
- UFI. (2019). *Global Economic Impact of Exhibitions*.
- Wei, F., & Wei-dong, Z. (2011). An Empirical Study on Factors Affecting Participation Decisions of Exhibitors. *8th International Conference on Innovation & Management*, 1216-1220.
- Whitfield, J., & Webber, D. J. (2011). Which Exhibition Attributes Create Repeat Visitation? . *International Journal of Hospitality Management*, , 439–447.

World Tourism Organization. (2012). *MICE Industry - An Asia-Pacific Perspective*. Madrid: UNWTO.

Yoo, J., & Zhao, X. (2010). Revisiting Determinants of Convention Participation Decision Making. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 179-192.