

**STUDI MOTIVASI PENGUNJUNG  
FESTIVAL BUDAYA JEPANG:  
ANKOKU FESTIVAL DI BANDUNG**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan  
Program Diploma IV  
Program Studi Pengelolaan Konvensi & Acara  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh :

**THARRA SAFFANAH NOOR  
2021306021**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN KONVENSI & ACARA  
JURUSAN PERJALANAN  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG  
2025**

**HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL PROYEK AKHIR**

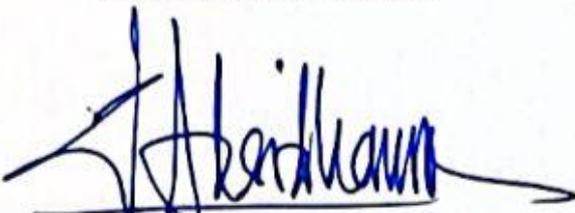
**“STUDI MOTIVASI PENGUNJUNG FESTIVAL BUDAYA JEPANG: ANKOKU  
FESTIVAL DI BANDUNG”**

NAMA : THARRA SAFFANAH NOOR  
NIM : 2021306021  
JURUSAN : PERJALANAN  
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,

  
Marsianus Raga, MM.Par.  
NIP.19751024 200902 1 001

Pembimbing Pendamping,

  
Deddy Adisudharma, S.Sos., M.M.  
NIP. 19700210 200312 1 001

Bandung, 18 Juni 2025

Mengetahui,  
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,

  
  
Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CIE.  
NIP. 19710316 199603 2 001

# LEMBAR PENGESAHAN

## STUDI MOTIVASI PENGUNJUNG FESTIVAL BUDAYA JEPANG: ANKOKU FESTIVAL DI BANDUNG

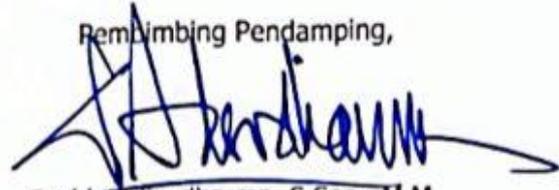
NAMA : THARRA SAFFANAH NOOR  
NIM : 2021306021  
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,



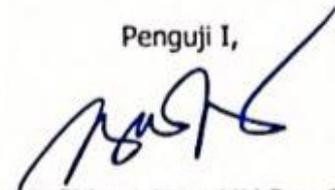
Marsianus Raga, MM.Par.  
NIP. 19751024 200902 1 001

Pembimbing Pendamping,



Deddy Adisudharma, S.Sos., M.M.  
NIP. 19700210 200312 1 001

Penguji I,



Bagus Githa Aditya, MM.Par, CEP.,  
CEM., CEE.  
NIP. 19851124 202321 1 010

Penguji II,



Drs. Budi Setiawan, MM.  
NIP. 19680204 199603 1 001

Bandung, 1 Agustus 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA.,MM.Par.,CHE  
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE  
NIP. 19750415 200212 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tharra Saffanah Noor  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung/17 Agustus 2003  
NIM : 2021306021  
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara  
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek akhir dengan judul:  
**“STUDI MOTIVASI PENGUNJUNG FESTIVAL BUDAYA JEPANG: ANKOKU FESTIVAL DI BANDUNG”** ini 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 berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari dosen pembimbing.
2. Didalam Proyek akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas tercantum sebagai acuan didalam naskah sebagai sumber, nama pengarang dan dicantumkan didalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila didalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan, 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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Demikian Surat pernyataan ini saya buat dengan sebaik-baiknya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Bandung, 19 Juni 2025



**Tharra Saffanah Noor**  
NIM: 2021306021

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji motivasi pengunjung dalam menghadiri Festival Budaya Jepang yang diadakan oleh Ankoku Festival di Bandung. Festival Ankoku dikenal karena keunikannya dan berhasil menciptakan suasana yang khas. Studi ini mengidentifikasi 6 faktor utama untuk mengukur motivasi pengunjung di festival budaya yaitu, *new and different things, reconnection with culture and traditions, family togetherness, reducing tension, support for local community, being with people with similar interests*. Metode penelitian yang digunakan berfokus pada pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong partisipasi pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ankoku Festival tidak hanya berfungsi sebagai ajang rekreasi, tetapi juga sebagai *platform* penting untuk pelestarian budaya, keinginan untuk terhubung kembali dengan budaya dan tradisi Jepang, merasakan kebersamaan dengan orang terdekat, serta mendapatkan relaksasi dan mengurangi ketegangan dari kesibukan sehari-hari penguatan ikatan sosial, dan dukungan ekonomi bagi komunitas lokal di Bandung yang berkaitan dengan budaya Jepang. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi penyelenggara acara di masa mendatang untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan audiens, dengan memperhatikan beragam motivasi yang mendorong partisipasi pengunjung.

**Kata Kunci:** *Motivasi Pengunjung, Festival Budaya Jepang, New and Different Things, Reconnection with Culture and Traditions, Family Togetherness, Reducing Tension, Support for Local Community, Being with People with Similar Interests.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine visitors' motivations in attending the Japanese Culture Festival organized by Ankoku Festival in Bandung. Ankoku Festival is known for its uniqueness and successfully creates a distinctive atmosphere. This study identified 6 main factors to measure visitors' motivation in cultural festivals, namely, new and different things, reconnection with culture and traditions, family togetherness, reducing tension, support for local community, being with people with similar interests. The research method used focuses on an in-depth understanding of the factors that drive visitor participation. The results show that Ankoku Festival serves not only as a recreational event, but also as an important platform for cultural preservation, a desire to reconnect with Japanese culture and traditions, feeling togetherness with loved ones, as well as gaining relaxation and reducing tension from the daily grind of strengthening social ties, and economic support for the local community in Bandung related to Japanese culture. The findings provide valuable insights for future event organizers to develop more effective strategies to attract and retain audiences, taking into account the diverse motivations that drive visitor participation.*

***Keywords: Visitor's Motivation, Japanese Culture Festival, New and Different Things, Reconnection with Culture and Traditions, Family Togetherness, Reducing Tension, Support for Local Community, Being with People with Similar Interests.***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-nya sehingga saya selaku mahasiswi dari Politeknik Pariwisata NHI Bandung (PPNHIB) dapat menyelesaikan proyek akhir yang berjudul “Studi Motivasi Pengunjung Festival Budaya Jepang: Ankoku Festival di Bandung” ini maka, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah mendukung kelancaran pembuatan proyek akhir ini diantaranya:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par.,CHE selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama
3. Bapak Marsianus Raga, MM. Par. CEE. selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan Dosen Pembimbing Utama
4. Bapak Reza Nurizki, S.Pd., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara
5. Bapak Deddy Adisudharma, S.Sos., M.M.selaku Dosen pendamping
6. Kak Sultan Ramadhan selaku *owner* dari Ankoku Festival
7. Seluruh keluarga terdekat penulis
8. Rekan-rekan Pengelolaan Konvensi dan Acara angkatan 2021 yang telah berjuang bersama untuk menyelesaikan studi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung
9. Seluruh teman-teman terdekat yang senantiasa mendukung penulis selama pengerjaan proyek akhir ini
10. Komunitas Pecinta Budaya Jepang yang telah membantu mengisi kuesioner penulis sehingga pengerjaan proyek akhir ini bisa berjalan dengan lancar

Semoga proyek akhir ini dapat menjadi bekal berarti dan memberikan manfaat yang luas bagi banyak pihak.

Bandung, 19 Juni 2025

**Tharra Saffanah Noor**  
NIM: 2021306021

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
PERNYATAAN MAHASISWA .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	13
BAB II.....	15
A. Kajian Teori .....	15
B. Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III .....	27
A. Pendekatan Penelitian .....	27
B. Objek Penelitian .....	28
C. Populasi dan Sampling.....	28
D. Metode Pengumpulan Data.....	31
E. Definisi Operasional Variabel.....	33
F. Analisis Data .....	35
G. Jadwal Penelitian.....	39
BAB IV .....	40
A. Hasil Penelitian .....	40
B. Pembahasan.....	63
BAB V.....	93
A. Simpulan .....	93
B. Rekomendasi.....	97

DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN.....	108

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 JUMLAH PENGIKUT PADA AKUN SOSIAL MEDIA DARI COMIC FRONTIER (COMIFURO) .....	3
GAMBAR 2 JUMLAH PENGIKUT PADA AKUN SOSIAL MEDIA DARI COMIC PARADISE (COMIPARA) .....	4
GAMBAR 3 JUMLAH PENGIKUT PADA AKUN SOSIAL MEDIA DARI INDONESIA COMIC CON (ICC) .....	5
GAMBAR 4 POSTER DAN RUNDOWN AIDORU CERIA .....	11
GAMBAR 5 KERANGKA PENELITIAN .....	26
GAMBAR 6 DIAGRAM FREKUENSI RESPONEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN .....	41
GAMBAR 7 DIAGRAM FREKUENSI RESPONEN BERDASARKAN USIA .....	42
GAMBAR 8 DIAGRAM FREKUENSI RESPONEN BERDASARKAN DOMISILI .....	43
GAMBAR 9 DIAGRAM FREKUENSI RESPONEN BERDASARKAN PEKERJAAN.....	44
GAMBAR 10 POSTER BOOTH INTERAKTIF DI SALAH SATU EVENT ANKOKU FESTIVAL .....	64

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 JUMLAH PENYELENGGARAAN EVENT DENGAN TEMA BUDAYA JEPANG DI KOTA BANDUNG .....	6
TABEL 2 NILAI P DAN P (1 – P).....	30
TABEL 3 SKALA LIKERT .....	32
TABEL 4 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL.....	34
TABEL 5 HASIL UJI VALIDITAS .....	37
TABEL 6 HASIL UJI REABILITAS .....	38
TABEL 7 JADWAL PENELITIAN .....	39
TABEL 8 JENIS KELAMIN RESPONDEN .....	40
TABEL 9 USIA RESPONDEN .....	41
TABEL 10 DOMISILI RESPONDEN .....	42
TABEL 11 PEKERJAAN RESPONDEN .....	43
TABEL 12 DISTRIBUSI FREKUENSI DIMENSI NEW AND DIFFERENT THINGS.....	45
TABEL 13 PERHITUNGAN NILAI MAKSIMUM DAN NILAI MINIMUM DIMENSI NEW AND DIFFERENT THINGS .....	47
TABEL 14 GARIS KONTINUM DIMENSI NEW AND DIFFERENT THINGS .....	47
TABEL 15 DISTRIBUSI FREKUENSI DIMENSI RECONNECTION WITH CULTURE AND TRADITIONS.....	49
TABEL 16 PERHITUNGAN NILAI MAKSIMUM DAN NILAI MINIMUM DIMENSI RECONNECTION WITH CULTURE AND TRADITIONS .....	49
TABEL 17 GARIS KONTINUM DIMENSI RECONNECTION WITH CULTURE AND TRADITIONS.....	50
TABEL 18 DISTRIBUSI FREKUENSI DIMENSI FAMILY TOGETHERNESS .....	51
TABEL 19 PERHITUNGAN NILAI MAKSIMUM DAN NILAI MINIMUM DIMENSI FAMILY TOGETHERNESS.....	52
TABEL 20 GARIS KONTINUM DIMENSI FAMILY TOGETHERNESS .....	53
TABEL 21 DISTRIBUSI FREKUENSI DIMENSI REDUCING TENSIONS ...	54
TABEL 22 PERHITUNGAN NILAI MAKSIMUM DAN NILAI MINIMUM DIMENSI REDUCING TENSIONS .....	55
TABEL 23 GARIS KONTINUM DIMENSI REDUCING TENSIONS .....	55
TABEL 24 DISTRIBUSI FREKUENSI DIMENSI SUPPORT FOR LOCAL COMMUNITY.....	57
TABEL 25 PERHITUNGAN NILAI MAKSIMUM DAN NILAI MINIMUM DIMENSI SUPPORT FOR LOCAL COMMUNITY .....	58
TABEL 26 GARIS KONTINUM DIMENSI SUPPORT FOR LOCAL COMMUNITY.....	58

TABEL 27 DISTRIBUSI FREKUENSI DIMENSI BEING WITH PEOPLE WITH SIMILIAR INTERESTS .....	60
TABEL 28 PERHITUNGAN NILAI MAKSIMUM DAN NILAI MINIMUM DIMENSI BEING WITH PEOPLE WITH SIMILIAR INTERESTS .....	61
TABEL 29 GARIS KONTINUM DIMENSI BEING WITH PEOPLE WITH SIMILIAR INTERESTS .....	61
TABEL 30 URUTAN PERINGKAT KESELURUHAN DIMENSI .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	108
LAMPIRAN 2 HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS .....	113
LAMPIRAN 3 BIMBINGAN SIAKAD.....	114
LAMPIRAN 4 SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN PPNHIB .....	115
LAMPIRAN 5 BUKTI IZIN PENELITIAN DI LOKUS.....	116
LAMPIRAN 6 SURAT TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN .....	117
LAMPIRAN 7 DOKUMENTASI PENELITIAN .....	118
LAMPIRAN 8 HASIL TURNITIN .....	119

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Jurnal

- Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). *Motives of visitors attending festival events. Annals of Tourism Research, 24(2), 425-449.*
- Dabija, D. C., Bejinaru, R., & Tichindelean, M. (2018). *The impact of social media on event marketing. Sustainability, 10(9), 3259.*
- Đad'o, J., Maráková, V., Táborecká-Petrovičová, J., & Rajić, T. (2020). *Factors influencing motivation to visit cultural festivals. Sustainability, 12(16), 6534.*
- De Bres, K., & Davis, J. (2001). *Celebrating community: Festivals and heritage tourism. Tourism Recreation Research, 26(2), 85-92.*
- Ekman, O. (1999). *Romancing the real: Cultural tourism in contemporary Thailand.* NIAS Press.
- Elias-Varotsis, F. (2006). *Festivals and the renegotiation of cultural identity. Journal of Tourism and Cultural Change, 4(2), 124-142.*
- Georgoula, V., Pitarch, M., & Renart, G. (2021). *More than just music: Exploring motivations and experiences of festival attendees. Event Management, 25(2), 187-200.*
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects in event tourism research. *Current Issues in Tourism, 19(6), 514-546.*
- Haendari, P. Y., & Salma, A. (2021). *Manajemen Event. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(10), 2147-2154.*
- Halim, F. (2014). *Pengaruh Event Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Jumlah Pengunjung Pada Java International Folklore Festival. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 1(1).*
- Hruška, J., & Pásková, M. (2018). *The influence of event quality on word-of-mouth and revisit intentions. Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 31(1), 161-174.*
- Hudson, S., Wang, Y., & Gil, S. M. (2015). *The influence of a film festival on destination image and the intention to revisit. Journal of Travel & Tourism Marketing, 32(sup1), S86-S101.*
- Kang, M., Gretzel, U., & Koo, C. (2014). *The moderating role of travel experience in the motivation-satisfaction relationship at festival events. Tourism Management, 44, 139-150.*
- Kim, H., Borges, M., & Chon, J. (2006). *Motivations of visitors attending environmental film festivals. Event Management, 9(3), 135-147.*

- Kim, W. G., Kim, D. J., & Goh, B. W. (2011). *The effect of corporate social responsibility on customer satisfaction and intention to revisit. International Journal of Hospitality Management, 30(3), 535-543\**.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., & Wicks, B. E. (2004). *Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction: A case study of the Hahoe Folk Festival in Korea. Tourism Management, 25(1), 61-70\**.
- Lee, C.-K. (2000). *A comparative study of festival motivations between a repeat and a first-time attendee. Festival Management and Event Tourism, 6(3/4), 153-161.*
- Lee, J. S., Petrick, J. F., & Crompton, J. L. (2007). *The effects of quality and value on festival attendees' behavioral intentions. Event Management, 11(4), 213-222.*
- Lee, T. H. (2016). *The influence of festival attributes and festival satisfaction on the intensity of festival participants' emotions. Journal of Destination Marketing & Management, 5(1), 57-65.*
- Lee, T. H., Wu, C. J., & Chen, C. M. (2008). *The influence of recreation experiences on the subjective well-being of festival participants. Journal of Travel & Tourism Marketing, 24(2-3), 231-243.*
- Manambing, Y. H., Rumambi, H. H., & Kindangen, P. (2014). *Pengaruh logistik dan manajemen terhadap kelancaran acara pada grand final pemilihan nyong dan nona Sulawesi Utara. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(3), 1453-1463.*
- Maráková, V., Ključnikov, A. V., & Droppa, M. (2016). *Perceived value of cultural events: The case of the Nitra City celebrations. Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 29(1), 779-792.*
- Maráková, V., Stachoň, Z., & Němec, D. (2018). *Cultural festivals as a tool for destination development: The case of the Červeník wine festival. Current Issues in Tourism, 21(16), 1879-1896.*
- McKercher, B., Mei, W. S., & Tse, T. S. M. (2006). *Are Short Duration Cultural Festivals Tourist Attractions? Journal of Sustainable Tourism, 14(1), 55-66.*
- Milovanović, S. (2016). *Socio-economic characteristics and cultural event attendance: The case of Belgrade. Sociologija, 58(3), 385-404.*
- Mulder, R., & Hitters, E. (2021). *The social experience of festivals: Creating and sharing memories. Leisure Sciences, 43(1-2), 167-184.*
- Nugroho, P. A., & Hendrastomo, G. (2017). *Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime di Yogyakarta).p*

- Nursiyam, & Ratnasri, I. A. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada event Jakarta Fair Kemayoran*. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 2(1), 44-54.
- Oliver, R. L. (1993). *Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response*. *Journal of consumer research*, 20(3), 418-430.
- O'Shea, T. (2023). *Gen Z and live events: Exploring motivations and experiences*. *Journal of Convention & Event Tourism*, 24(1), 1-17.
- Park, S., Reisinger, Y., & Kang, M. (2008). *Visitors' motivation for attending the Geochang International Well-Being Expo*. *Tourism Analysis*, 13(5-6), 673-686.
- Prentice, R., & Andersen, V. (2003). *Festival as creative destination*. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 7-30.
- Quinn, B. (2005). *Arts festivals and the city*. *City*, 9(1), 27-44.
- Quinn, B. (2006). *Problematising festival tourism: Arts and cultural festivals and sustainable tourism development in Ireland*. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 288-306.
- Respati, H. (2022). *Peran event organizer dalam meningkatkan citra perusahaan*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 77-90.
- Rezaky, F. F., & Sabrina, N. (2019). *Pengaruh Event Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 164-178.
- Safariani, P. (2017). *Penyebaran Pop Culture Jepang Oleh Anime Festival Asia (Afa) Di Indonesia Tahun 2012-2016*. 5.
- Schofield, P., & Thompson, K. (2007). *The motivations and experiences of tourists at a cultural festival*. *Event Management*, 11(3), 119-133.
- Severt, D., Wang, Y., Chen, P. J., & Breiter, D. (2007). *Examining the relationships between festival attributes, satisfaction, and behavioral intentions: The 2005 Capital Pride Festival*. *Event Management*, 10(4), 177-191.
- Šušić, V., Kožić, I., & Marković, S. (2016). *Visitors' profile and expenditure at cultural events: The case of the "Days of Mokranjac" festival*. *Tourism and Hospitality Management*, 22(1), 119-136.
- Tkaczynski, A., & Rundle-Thiele, S. R. (2011). *Event leveraging: an investigation of attendee perceptions and behaviors at a regional food and wine festival*. *Journal of Travel Research*, 50(4), 394-405.

- Uljanatunnisa, S., Wulansari, N. M., & Hermawan, A. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan event terhadap kepuasan peserta pelatihan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 1-10.
- Wernerfelt, B. (1984). *A resource-based view of the firm. Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
- Winyoto, R. R. (2015). *Analisis faktor festival quality anime festival asia indonesia 2014*.
- Wu, C. H., Wong, P. P., & Cheng, C. C. J. (2014). *The relationships between recreational involvement, psychological commitment, festival image, and attendees' behavioral intentions. Leisure Sciences*, 36(6), 555-573\*.
- Yolal, T. N., Çetinel, F., Uysal, M., & Gursoy, D. (2016). *An examination of festival visitors' behavioral intentions. Journal of Destination Marketing & Management*, 5(2), 139-148.
- Yoon, Y., Lee, J. S., & Lee, C. K. (2010). *Relationships among festival motivation, satisfaction, and behavioral intentions. East Asia Journal of Tourism and Culture*, 3(1), 27-42.

## 2. Buku

- Altinay, L., Paraskevas, A., & 的声音, J. (2016). *Research methods for leisure, recreation and tourism. Pearson Education Limited*.
- Bowdin, G. A. J., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). *Events management (3rd ed.)*. Routledge.
- Courtney, S. (2016). *Food festivals in the U.S.: Trends, impacts, and management*. CAB International.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage publications*. [cite: 5]
- Darmawan, D. (2016). *Metode penelitian kuantitatif. Remaja Rosdakarya*
- Ekman, O. (1999). *Romancing the real: Cultural tourism in contemporary Thailand. NIAS Press*.
- Husain, U., & Purnomo, A. (2001). *Dasar-dasar metodologi penelitian. Universitas Terbuka*.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of sample size in health studies. World Health Organization*.

- Montgomery, J., & Strick, S. K. (1995). *Meetings, expositions, events and conventions*. Wiley.
- Noor, J. (2009). *Manajemen event*. Alfabeta.
- Rutherford, A. (2003). *Festivals*. In *Encyclopedia of new media* (pp. 195-196). Academic press.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior*. Pearson Education Limited
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suharyadi, & Purwanto, S. K. (2016). *Statistika: Untuk ekonomi dan keuangan modern*. Salemba Empat.
- Yoeti, O. A. (2000). *Tourism marketing*. PT. Pradnya Paramita