

Determinants of decision in event participation perception of event organizer

Determinan keputusan partisipasi event dalam persepsi *event organizer*

Sudarsi^{1*}, Nining Yuniati²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata STIPARY Yogyakarta, Indonesia

²Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

Accessibility; Accomodation; Decision to participation; Organizer; Price; Venue

Katakunci:

Akomodasi; Aksesibilitas; Harga dan Keputusan Partisipasi; Lokasi; Organizer

DOI:

<https://doi.org/10.26905/jpp.v7i1.5832>

Corresponding Author:

Sudarsi

tegamio2000@yahoo.com

ABSTRACT

The study is aimed to find out the variable effects of accesibility, organizer, accomodation, venue, and price through event participation decision. The research sample of population were the event organizer in Yogyakarta and Central Java, however, the data was conducted through random sampling technique by 100 respondents. There are five variables tested that are thought to have an influence on participants' decisions in participating in the event, namely accessibility (X1), organizer (X2), accommodation (X3), venue (X4), and price perceived (X5). By classical assumption test it was found that the five variables had a significat influence on the decision to participate in the event.

HOW TO CITE ITEM

Sudarsi, S., & Yuniati, N. (2022). Determinants of decision in event participation perception of event organizer. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(1). doi:<https://doi.org/10.26905/jpp.v7i1.5832>

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan guna mengetahui pengaruh variabel aksesibilitas, organizer, akomodasi, lokasi dan harga terhadap keputusan partisipasi event. Populasi sampel dalam penelitian ini merupakan para penyelenggara Event Organizer di wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah sedangkan teknik pengambilan sampel dapat dilakukan dengan teknik random sampling kepada sebanyak 100 responden event organiser. Ada lima variable yang diuji yang diperkirakan memiliki pengaruh terhadap keputusan partisipan dalam mengikuti event yaitu Aksesibilitas (X1), Organiser (X2), Akomodasi (X3), Tempat (X4), dan Harga (X5). Berdasarkan hasil uji asumsi klasik diketahui bahwa baik aksesibilitas, organizer, akomodasi, tempat, dan harga semua memiliki pengaruh signifikan pada keputusan partisipasi event.

PENDAHULUAN

Pariwisata diakui dunia sebagai salah satu industri jasa yang memiliki pengaruh besar secara ekonomi. Pariwisata ini apabila direncanakan dengan baik diperkirakan mampu memberikan manfaat seperti dalam menstimulasi peningkatan kunjungan wisatawan, penciptaan lapangan kerja, hingga pendapatan daerah (Alananzeh, Al-Badarneh, Al-Mkhadmeh, & Jawabreh, 2018). Menyadari nilai-nilai manfaat pariwisata ini, kemudian menimbulkan motivasi bagi banyak daerah untuk menggali dan mengembangkan potensi pariwisata yang dimiliki tujuannya adalah untuk menarik minat kunjungan wisatawan. Salah satu potensi yang diminati adalah wisata MICE.

MICE adalah kegiatan yang menggabungkan aktifitas bisnis (*business*) dan pariwisata (*leisure*) (Yuniati, 2020). MICE menjadi salah satu tumpuan nasional dalam meningkatkan pendapatan devisa. Selain itu MICE juga dikenal sebagai pariwisata yang mampu menghasilkan pendapatan 6 kali lipat lebih besar daripada kunjungan wisatawan jenis lainnya (UNWTO, 2019). Definisi *event* berkembang dari adanya istilah yang

populer dikenal dengan *meeting industry*. *Event* menurut definisi ICCA (*International Congress and Convention Association*) (ICCA, 2020) secara sederhana *event* dalam pengertian ini mencakup kegiatan pertemuan 10 orang atau lebih dan dilakukan selama minimum 4 jam berupa konvensi, kongres, konferensi, *trade show*, pameran, *event* insentif, pertemuan bisnis, atau pertemuan lainnya yang secara singkat kemudian disebut dengan istilah MICE.

Di era awal tahun 2000 an MICE di Indonesia berkembang menjadi bisnis yang sangat prospektif terlebih melihat pada antusiasme para penyelenggara MICE dan semakin meningkatkan iklim bisnis di Indonesia. Pemerintah bahkan telah memfasilitasi kebijakan pengembangan MICE di daerah khususnya di 8 (delapan) destinasi prioritas sebagai tujuan MICE. Karakteristik tiap wilayah Indonesia yang memiliki keragaman suku bangsa, budaya dan bahasa memungkinkan bahwa motivasi dan kepuasan delegasi maupun para penyelenggara *event* berbeda di tiap daerah.

Destinasi prioritas tersebut adalah Yogyakarta, Surakarta Jakarta, Bali, Medan, Surabaya, Makasar, dan Bandung. Kriteria yang digunakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif hingga tahun 2019 antara lain memuat unsur aksesibilitas, amenitas, dan atraksi serta fasilitas pendukung MICE (Buhalis, 2001; C. Cooper, 1993). Dalam beberapa penelitian yang dilakukan disebutkan bahwa kriteria yang sering digunakan untuk menentukan kota tujuan MICE antara lain adalah aspek aksesibilitas, dukungan para pemangku kepentingan terkait, potensi daya tarik wisata, ketersediaan akomodasi, adanya infrastruktur MICE (tempat pertemuan, tempat pameran), imej dari destinasi, lingkungan secara umum, dan sumber daya manusia (Alain Decrop & Cozak, 2014; Boo & Kim, 2019; F Palaci, 2019).

Sejumlah kriteria itulah yang kemudian menjadi pertimbangan-pertimbangan para delegasi ketika hendak berpartisipasi pada suatu event. Tidak hanya yang berkaitan dengan aspek fisik tetapi keputusan berpartisipasi juga dipengaruhi oleh aspek non fisik yaitu motivasi yang terkait erat dengan nilai kepuasan yang berhubungan dengan aspek psikis (F Palaci, 2019; Goldblatt, 2005). Aspek psikis dalam ini misalnya persepsi tentang destinasi, citra, daya tarik, kualitas pelayanan, dan atribut lainnya yang disukai (Chaberek & Ziółkowska, 2017).

Sebuah portal yang membahas tentang lokasi (www.VenueSeeker.com, 2019) menyebutkan bahwa saat ini setidaknya ada beberapa hal yang dipertimbangkan oleh para penggiat event dan partisipan yaitu 1) lokasi yang tidak biasa (*unusual*) seperti tempat-tempat yang unik dan spektakuler, 2) riset secara *online* dan menggabungkannya dengan promosi lainnya termasuk getok tular (*word of mouth*), 3) lokasi dengan teknologi modern, 4) pelayanan yang baik dari pengelola, 5) ketersediaan pilihan terhadap makanan sehat, 6) kerjasama yang baik secara *administrative*, 7) ketersediaan ruang pertemuan yang fleksibel, dan 8) lokasi yang berkonsep *blank canvas* yaitu tempat penyelenggaraan event yang natural atau bahkan kosong saja khususnya dari sisi interior sehingga mudah di desain sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Berdasarkan beberapa pembahasan tersebut, memperlihatkan bahwa sangat bervariasi penelitian yang mengkaji perihal faktor yang berkaitan dengan motivasi dan keputusan delegasi dalam berpartisipasi pada sebuah event (M.J Lee & Back, 2005). Penelitian ini dilakukan sebagai suatu upaya menguji sejumlah faktor yang diperkirakan mempengaruhi keputusan partisipan event yang dilakukan pada sejumlah pengelola event (*organizer*) yang ada di wilayah D.I Yogyakarta dan wilayah Jawa Tengah. Di dalam peraturan yang diterbitkan oleh pemerintah melalui Permenpar No 5 Tahun 2017 telah ditentukan bahwa sebuah destinasi MICE sekurang-kurangnya dipersyaratkan memiliki 4 (empat) hal yaitu akses yang memadai, daya tarik, amenitas termasuk ketersediaan tempat event (*venue*), dan SDM serta dukungan pemangku kepentingan terkait (Yuniati, 2020). Di sebuah penelitian lain yang dilakukan oleh Yuniati (2019) disebutkan bahwa berkenaan dengan keputusan dalam memilih sebuah destinasi harga menjadi salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

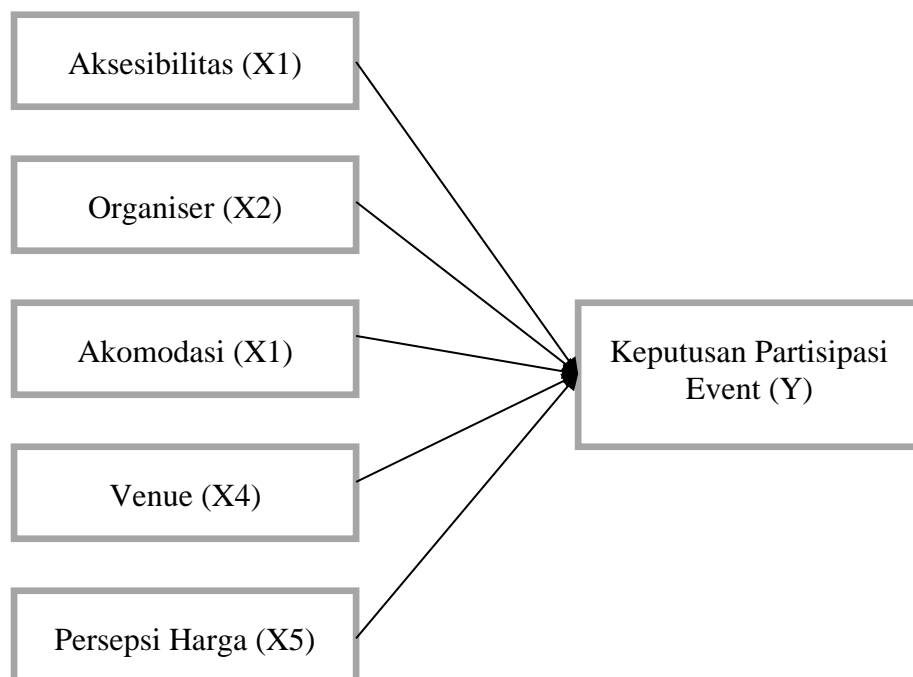
Merujuk pada sejumlah faktor yang diperkirakan mempengaruhi keputusan para partisipan itulah maka dipilih hanya 5 faktor yang diperkirakan memiliki relevansi dengan kondisi lingkungan penelitian yaitu faktor aksesibilitas, organisier/penyelenggara event, akomodasi, lokasi, dan persepsi tentang harga. Dengan berpijak pada suatu pemahaman bahwa penelitian ini mengambil sampel persepsi dari para penyelenggara event (*organizer*) maka diharapkan dapat memperoleh informasi yang akurat karena para organizer tersebut rutin melakukan evaluasi paska event.

METODE

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif yang mengedepankan teknik analisis pada angka-angka statistik. Sampel yang diambil adalah sebanyak 100 penyelenggara event (*organizer*) yang ada di wilayah D.I Yogyakarta dan Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel dilakukan acak dengan suatu pemikiran bahwa setiap sampel memiliki probabilitas yang sama untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik dengan menghitung linieritas dengan uji regresi berganda, Uji T, Uji F, dan uji determinasi R^2 Menurut Sugiono (2012) nilai R^2 yang baik adalah yang mendekati 1. Pengujian tentu saja akan didahului dengan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan keabsahan data.

Operasional penelitian dapat dijabarkan melalui variabel yang akan diuji yaitu yang meliputi Variabel Aksesibilitas (X1), Variabel Organiser (X2), Variabel Akomodasi (X3), Variabel Venue (X4) dan Variabel Harga/Persepsi Harga (X5) atau secara singkat dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Desain Penelitian

Berdasarkan skema pada Gambar 1 di atas hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini meliputi :

Hipotesis 1 : Aksesibilitas Memiliki Pengaruh Pada Keputusan Partisipasi Event

Hipotesis 2 : Organiser Memiliki Pengaruh Pada Keputusan Partisipasi Event

Hipotesis 3 : Akomodasi Memiliki Pengaruh Pada Keputusan Partisipasi Event

Hipotesis 4 : Tempat/Venue Memiliki Pengaruh Pada Keputusan Partisipasi Event

Hipotesis 5 : Persepsi Harga Memiliki Pengaruh Pada Keputusan Partisipasi Event

Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel dijabarkan berikut :

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi dan Indikator
1	Aksesibilitas	Kemudahan dalam pencapaian destinasi / lokasi event dengan moda transportasi . 1. Variasi Moda yang tersedia (<i>Various of Moda</i>) 2. Kedekatan jarak (<i>Proximity</i>) 3. Penerbangan Ke destinasi (<i>Flight</i>)
2	Organizer	Merupakan pihak yang terlibat dalam pengorganisasian event atau kegiatan secara profesional. 1. Keramah tamahan (<i>Hospitality</i>) 2. Profesionalisme (<i>Profesional</i>) 3. Diakui (<i>Well Recognize</i>)
3	Akomodasi	Tempat menginap yang digunakan oleh para delegasi / partisipan event atau wisatawan 1. Variasi Pilihan Hotel (<i>Various Hotel Choice</i>) 2. Harga yang kompetitif (<i>Competitive Price</i>) 3. Lokasi yang strategis (<i>Strategic Location</i>)
4	Tempat (Venue)	Lokasi penyelenggaraan event 1. Unik dan Spesifik (<i>Specific & unique</i>) 2. Harga Sewa (<i>Rent Price</i>) 3. Fasilitas (<i>Facilities</i>)
5	Persepsi Harga	Persepsi partisipasn terhadap harga-harga secara umum. 1. Harga Keseluruhan (<i>Overall cost</i>) 2. Transportasi Lokal, Makan , dan Minum (<i>Local transport & meal</i>) 3. Nilai uang (<i>Value for money</i>)

No	Variabel	Definisi dan Indikator
6	Keputusan Partisipasi	Keputusan yang dibuat secara sengaja oleh partisipan karena factor-faktor tertentu fisik dan psikologis 1. Bisnis seperti biasa (<i>Business as usual</i>) 2. Segmen pasar baru (<i>New market segment</i>) 3. Pendatang baru (<i>Newbie</i>)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hal yang paling penting yang perlu dipahami sebelum tahapan pembahasan ini adalah bagaimana penelitian harus mampu memilih variable yang efektif yang diperkirakan memiliki pengaruh besar dalam keputusan delegasi event untuk berpartisipasi pada sebuah event. Hasil pembahasan dalam hal ini akan dimulai dari deskripsi profil responden dan serangkaian pengujian data dan uji hipotesis.

1. Profil Responden

Responden penelitian adalah para penyelenggara event, yang terdiri dari kelompok EO (event organizer), PCO (Profesional Conferen Organizer), PEO (Profesional Exhibition Organizer), juga univesitas, dan Jasa perjalanan. Detail identitas responden yang dilibatkan dapat dilihat pada table 2 berikut ini:

Tabel 2. Identitas Personal Responden

Identitas	Prosentase	
Jenis Kelamin		
Laki-laki	54%	
Perempuan	46%	
	Jumlah	100%
Usia		
< 30 tahun	24%	
31-40 tahun	38%	
41-50 tahun	28%	
51-60 tahun	10%	
	Jumlah	100%
Tingkat Pendidikan		
SLTA atau sederajat	13%	
D1/D2/D3	29%	
Sarjana (S1)	39%	
S2, S3	19%	
	Jumlah	100%
Ketegori Perusahaan		
EO	34%	
PCO	22%	
PEO	18%	
Universitas	10%	
Jasa Perjalanan	16%	
	Jumlah	100%

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian menggunakan korelasi Pearson dengan signifikansi 5%. Sementara itu, pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha, dengan hasil pengujian sebagaimana ditabelkan berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

NO	Variabel		Sig	Batas	Ket
1	Akseibilitas(X1)	Butir 1	0,000	0,05	Valid
		Butir 2	0,000	0,05	Valid
		Butir 3	0,000	0,05	Valid
2	Organizer (X2)	Butir 1	0,000	0,05	Valid
		Butir 2	0,000	0,05	Valid
		Butir 3	0,000	0,05	Valid
3	Akomodasi(X3)	Butir 1	0,000	0,05	Valid
		Butir 2	0,000	0,05	Valid
		Butir 3	0,000	0,05	Valid
4	Tempat (X4)	Butir 1	0,000	0,05	Valid
		Butir 2	0,000	0,05	Valid
		Butir 3	0,000	0,05	Valid
5	Harga (X5)	Butir 1	0,000	0,05	Valid

NO	Variabel		Sig	Batas	Ket
6	Partisipasi Keputusan (Y)	Butir 2	0,000	0,05	Valid
		Butir 3	0,000	0,05	Valid
		Butir 1	0,000	0,05	Valid
		Butir 2	0,000	0,05	Valid
		Butir 3	0,000	0,05	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Aksesibilitas(X1)	0,705	Reliabel
Organizer (X2)	0,808	Reliabel
Akomodasi (X3)	0,695	Reliabel
Tempat (X4)	0,735	Reliabel
Harga(X5)	0,666	Reliabel
Partisipasi Keputusan(Y)	0,645	Reliabel

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu metode yang paling umum dipakai untuk melakukan uji pengaruh satu atau lebih variable (X) terhadap variable lain (Y). Uji asumsi klasik yang dimaksud yaitu:

- a. Uji normalitas yang itu untuk melakukan pengecekan data memiliki distribusi secara normal atau tidak normal. Dari hasil pengujian (Tabel 4.) data dalam keadaan terdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
0,855	0,458	>0,05	Distribusi Normal

- b. Uji multikolinearitas yaitu pengujian ada tidaknya korelasi antar variable bebas dalam sebuah model regresi. Standar penilaiannya adalah dengan melihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10, dan nilai *tolerance* harus > 0.10. Hasil pengujian menunjukkan tidak terjadi multikolineritas, sehingga pengujian dapat dilanjutkan.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Aksesibilitas	.853	1.173	Tidak terjadi multikolinearitas
Organizer	.877	1.141	Tidak terjadi multikolinearitas
Akomodasi	.854	1.171	Tidak terjadi multikolinearitas
Tempat	.807	1.239	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga	.721	1.387	Tidak terjadi multikolinearitas

- c. Uji heterokedastisitas yaitu pengujian atas ada tidaknya kesamaan varian dari residual pada semua variable amatan. Dengan signifikansi >0.05 didapatkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada tiap-tiap variable.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T hitung	Sig	Keterangan
Aksesibilitas	.346	.730	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Organizer	-.244	.807	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Akomodasi	1.276	.205	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Tempat	.019	.985	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga	-.506	.614	Tidak terjadi heteroskedastisitas

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F dan uji regresi berganda juga dengan menghitung koefisien determinasi R^2 . Dengan menggunakan piranti SPSS 26. Hasil uji F memperlihatkan bahwa nilai F hitung 50.025 dengan nilai signifikansi 0.000, nilai F lebih besar daripada F table yang artinya semua variable (X) memiliki pengaruh terhadap keputusan partisipasi (Y).

Uji berikutnya adalah uji T dan pengujian regresi berganda yang hasilnya menyatakan bahwa masing-masing variable baik aksesibilitas, organiser, akomodasi, lokasi, dan persepsi harga semuanya berpengaruh secara signifikan pada keputusan partisipasi event. Hasil analisis pengujian ini kemudian juga menghasilkan persamaan regresi berganda.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi, Uji F, dan Koefisien Determinasi R²

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	-0,736			
Aksesibilitas	0,323	6,309	0,000	Signifikan
Organizer	0,296	6,438	0,000	Signifikan
Akomodasi	0,171	3,208	0,002	Signifikan
Tempat/Venue	0,172	3,024	0,003	Signifikan
Persepsi Harga	0,232	3,824	0,000	Signifikan
F hitung	50,026			
Sig F	0,000			Signifikan
R Square	0,727			
Adj. R square	0,712			

*F Tabel = 2,53

$$Y = -0.736 + 0.323 X_1 + 0.296 X_2 + 0.171 X_3 + 0.172 X_4 + 0.232 X_5 + e$$

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien R² faktor-faktor aksesibilitas, *organizer*, akomodasi, lokasi dan persepsi harga ternyata mampu memprediksi variabel-variabel terkait dengan keputusan partisipasi sebesar 0,712 atau 71,2%. Sementara sisanya 28.8% (100%-71,2%) kemungkinan diprediksi oleh faktor lain.

a) Hipotesis 1 : Aksesibilitas (X₁) mempengaruhi keputusan partisipasi event

Mengacu pada hasil analisis regresi linier berganda (Tabel 7), diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,323 dan nilai signifikansi t sebesar 0,000 atau < 0,05 dan nilai t hitung 6,309 atau > t tabel 1,985 dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima yang artinya terdapat pengaruh aksesibilitas (X₁) terhadap Keputusan partisipasi event (Y).

b) Hipotesis 2 : Organizer (X₂) mempengaruhi keputusan partisipasi event

Hasil analisis (Tabel 7) memperlihatkan bahwa nilai koefisien regresi variable *organizer* adalah sebesar 0,296 dan signifikansi pengaruh *organizer* (X₂) terhadap keputusan partisipasi (Y) sebesar 0,000 atau < 0,05 dan nilai t hitung 6,438 atau > t tabel 1,985 maka dapat disimpulkan bahwa faktor *Organiser* memiliki pengaruh terhadap Y atau keputusan partisipasi.

c) Hipotesis 3 : Akomodasi (X₃) mempengaruhi keputusan partisipasi event.

Berdasarkan hasil analisis di Tabel 7. nilai koefisien regresi sebesar 0,171 dan nilai signifikansi pengaruh akomodasi (X₃) terhadap keputusan partisipasi (Y) yaitu sebesar 0,002 atau < 0,05 dan nilai t hitung 3,208 atau > t tabel 1,985 maka dapat disimpulkan bahwa faktor akomodasi (X₃) memiliki pengaruh terhadap keputusan partisipasi.

d) Hipotesis 4 : Lokasi (X₄) mempengaruhi keputusan partisipasi event.

Berdasarkan table 7 diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,172 dan nilai signifikansi pengaruh lokasi (X₄) terhadap keputusan partisipasi (Y) sebesar 0,003 atau < 0,05 dan nilai t hitung 3,024 atau > t tabel 1,985 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh faktor Lokasi terhadap keputusan partisipasi event.

e) Hipotesis 5 : Persepsi Harga (X₅) mempengaruhi keputusan partisipasi event

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 7 diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,232 dan nilai signifikansi pengaruh persepsi harga (X₅) terhadap keputusan partisipasi (Y) yaitu sebesar 0,000 atau < 0,05 dan nilai t hitung 3,824 atau > t tabel 1,985 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan partisipasi event.

Berdasarkan apa yang telah diuraikan dalam rangkaian analisis di atas, cukup dapat menjelaskan bahwa keputusan partisipan dalam mengikuti event sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor aksesibilitas, organisier, akomodasi, lokasi dan persepsi tentang harga. Kelima hal ini tentu dapat dijadikan suatu pertimbangan khusus bagi para penyelenggara event sehingga dapat memaksimalkan dalam mencapai jumlah partisipan secara maksimal. Secara sederhana hasil kesimpulan pengujian hipotesis dapat dijelaskan pada table berikut ini:

Tabel 8. Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	t hitung	Sig t	Kesimpulan
H1	Aksesibilitas Mempengaruhi Keputusan Partisipasi Event	6,309	0,000	Hipotesis diterima
H2	Organiser Mempengaruhi Keputusan Partisipasi Event	6,438	0,000	Hipotesis diterima
H3	Akomodasi Mempengaruhi Keputusan Partisipasi Event	3,208	0,002	Hipotesis diterima
H4	Tempat/Venue Mempengaruhi Keputusan Partisipasi Event	3,024	0,003	Hipotesis diterima

	Hipotesis	t hitung	Sig t	Kesimpulan
H5	Persepsi Harga Mempengaruhi Keputusan Partisipasi Event	3,824	0,000	Hipotesis diterima

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan analisis di atas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan partisipasi *event* menurut perspektif para penyelenggara event adalah bahwa faktor aksesibilitas, organiser, akomodasi, tempat/venue, dan persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan delegasi ketika akan berpartisipasi pada event.

Sebagai sebuah penelitian tentu masih memiliki sejumlah kekurangan. Pendalaman dalam mengkaji variable-variabel yang sensitif mempengaruhi keputusan delegasi dalam kepersertaan sebuah event, masih sangat diperlukan. Pengujian faktor-faktor seperti aksesibilitas, organizer, akomodasi, tempat, dan persepsi harga pada sejumlah destinasi primer seperti Jakarta dan Bali, juga sejumlah destinasi sekunder selain DIY dan Jawa Tengah juga perlu dilakukan kedepannya. Implikasi yang dapat diambil atas penelitian di atas adalah perlunya para penyelenggara event memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan delegasi sebagai bagian dari strategi menyelenggarakan event.

DAFTAR PUSTAKA

- Alain Decrop, & Cozak, M. (2014). Consumer Goals in Vacation Decision Making. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(1). doi:<https://doi.org/10.1080/10548408.2014.861722>
- Alanzeh, O., Al-Badarneh, M., Al-Mkhadme, A., & Jawabreh, O. (2018). Factors influencing MICE tourism stakeholders' decision making: The case of Aqaba in Jordan. *Journal of Convention & Event Tourism*. doi:<https://doi.org/10.1080/15470148.2018.1526152>
- Boo, S., & Kim, M. (2019). Tourists' online reviews of convention centers. *Journal of Convention & Event Tourism*. doi:<https://doi.org/10.1080/15470148.2019.1582390>
- Buhalis, D. (2001). Marketing the competitive destination of the future *Tourism Management Special Issue: The Competitive Destination*. England.
- C. Cooper, J. F., D. Gilbert, S. Wanhill. (1993). *Tourism Principles and Practice*. London, UK: Pitman Publishing.
- Chaberek, G., & Ziolkowska, J. (2017). The impact of mega events on the local economic development through the development of social capital. *Journal of Geography, Politics and Society*, 7(4), 25-31. doi:10.4467/24512249JG.17.034.7634
- F Palaci, A. S., G Topa. (2019). Cognitive and Affective Antecedents of Consumers' Satisfaction: A Systematic Review of two Research Approaches. *Sustainability*, 11(431). doi:<http://doi.org/10.3390/su11020431>
- Goldblatt, J. (2005). *Special Events: Event Leadership for a New World* (4th Revised edition ed.): John Wiley & Sons Inc.
- ICCA. (2020). Definition of MICE. Retrieved from <https://www.iccaworld.org/aeps/aeitem.cfm?aeid=29>
- M.J Lee, & Back, K.-J. (2005). A review of economic value drivers in convention and meeting management research *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(2). doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09596110510604832>
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- UNWTO. (2019). *Global Report on the Meetings Industry*. Retrieved from Madrid, Spain [https://www.themeetingsindustry.org/storage/industry_news/14.3 UNWTO Global+Report+on+Mtgs+Industry](https://www.themeetingsindustry.org/storage/industry_news/14.3_UNWTO_Global+Report+on+Mtgs+Industry)
- www.VenueSeeker.com. (2019). The Venue of Future New Trends in Conference Venue Selection Retrieved from <https://www.venueseeker.com/new-trends-in-conference-venue-selection/>
- Yuniati, N. (2019). Prediktor Keputusan Pembelian Ramah Lingkungan (Kasus Wisatawan Pengguna Hotel Ramah Lingkungan Di Yogyakarta) *JPP Pesona*, 12 (3).
- Yuniati, N. (2020). *MICE Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Sentra Edukasi Media.