

## **Pengaruh Karakteristik Event terhadap Keputusan Berkunjung di The Kaldera Nomadic Escape Studi Kasus : Event Marend Fest 2024**

**Alvia Rahma Wardani<sup>1</sup>, Aulia Benazira<sup>2</sup>, Nella Anggreini<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Politeknik Negeri Medan, Indonesia; alviarahmawardanistudents@polmed.ac.id

<sup>2</sup> Politeknik Negeri Medan, Indonesia; auliabenazira@polmed.ac.id

<sup>3</sup> Politeknik Negeri Medan, Indonesia; nellaanggreinistudents@polmed.ac.id

---

### **ARTICLE INFO**

**Keywords:**

Event;  
Destination Area;  
Marend Fest

---

**Article history:**

Received 2024-08-19

Revised 2024-09-20

Accepted 2024-10-17

### **ABSTRACT**

The Caldera Nomadic Escape is a tourist destination developed by the Ministry of Tourism through the Lake Toba Authority Implementing Agency (BPODT). This research aims to determine the influence of event characteristics on the decision to visit domestic tourists at The Kaldera Nomadic Escape case study: Marend Fest 2024 event. The population of this study was 2,463 and the sample used was 100 respondents. The sampling technique used was nonprobability sampling with purposive sampling technique. This research uses quantitative research methods with a descriptive research type which includes validity testing, reliability testing, classical assumption testing and hypothesis testing. The results of this research are (1) the uniqueness variable has a partial and significant influence on the decision to visit with a calculated r value of 3.618, (2) the perishability variable has a partial influence on the decision to visit with a calculated value of 6.663, (3) the variable Intangibility has a partial influence on the decision to visit with a calculated value of 4.998, (4) the atmosphere and service variables have a partial influence on the decision to visit with a calculated value of 7.807 , (5) the personal interaction variable partially influences the decision to visit with a calculated r value of 6.738. The results of this research from the variables of uniqueness, perishability, intangibility, atmosphere and service, personal interactions together (simultaneously) have a positive and significant influence. The research results of the Coefficient of Determination (R2) show that the variables of uniqueness, perishability, intangibility, atmosphere and service, personal interaction are able to influence visiting decisions by 89% and the remaining 11% is influenced by variables not examined in this research.

*This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.*



---

**Corresponding Author:**

Alvia Rahma Wardani

Politeknik Negeri Medan, Indonesia; alviarahmawardanistudents@polmed.ac.id

---

## 1. PENDAHULUAN

Menurut Noor dalam Nadiah (2021:12) *Event* didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu ataupun kelompok yang terikat secara adat, tradisi, budaya dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

*Event* adalah fenomena yang muncul dari kesempatan non rutin yang memiliki *leisure*, kultural, personal, dan sasaran dari organisasi dipisahkan dari aktivitas normal untuk kehidupan sehari-sehari, dimana tujuannya adalah untuk memberikan penerangan, merayakan, menghibur atau menantang pengalaman dari sebuah grup masyarakat Shone dan Parry dalam Sitorus (2020:5).

Fajar dkk (2021:224) mendefinisikan pengambilan keputusan konsumen adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya..

Wahyuni (2022:383) mendefinisikan Keputusan berkunjung adalah sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Sugiale (2021:47) mendefinisikan keputusan berkunjung berkaitan dengan tahapan demi tahapan yang dilakukan oleh seorang wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek wisata yaitu adanya kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, tindakan mengunjungi dan evaluasi pasca mengunjungi.

Menurut Donargo dkk (2022:152) menerangkan bahwa keputusan berkunjung berkaitan dengan upaya untuk membeli sesuatu barang dagang yang diminati dari bermacam bentuk atau cara alternatif yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh munculnya aktivitas untuk terlebih dahulu memilih serta menilai produk atau jasa yang diinginkan.

## 2. METODE

Menurut Sugiyono (2021:95) merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam menyusun kerangka pemikiran yang membawakan hipotesis.

Menurut Sugiyono dalam Sitors (2021:13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkret/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut Kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis data menggunakan statistik.

Penelitian Kuantitatif melalui beberapa tahapan yaitu mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner, menganalisis data dan pengujian hipotesis. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian (*field research*) berupa penyebaran kuesioner terhadap objek yang diteliti. Data yang dikumpulkan tersebut akan dianalisis secara statistik untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian yang telah dirumuskan.

Penelitian yang berjudul "Pengaruh Karakteristik *Event* Terhadap Keputusan Berkunjung Di The Kaldera Nomadic Escape Studi Kasus : *Event Marende Fest 2024*" yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Karakteristik *Event* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Di The Kaldera Nomadic Escape Studi Kasus : *Event Marende Fest 2024*. Alasan peneliti mengambil judul ini adalah tertarik dengan perkembangan *event* yang diselenggarakan di kaldera. Penelitian ini dilakukan di The Kaldera Nomadic Escape yang berlokasi *Toba Caldera Resort*, Kecamatan Ajibata, Kabupaten Toba, Sumatera Utara, Indonesia, 22386 perkiraan pada bulan Maret sampai dengan Mei 2024.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung ke *Event Marende Fest 2024* di The Kaldera Nomadic Escape. Hal ini sesuai dengan metode pengambilan sampel yang dalam hal ini menggunakan rumus Slovin, dimana jumlah sampel dihitung jika populasi sudah diketahui secara pasti. Responden pada penelitian ini berjumlah 100 wisatawan domestik. Berdasarkan data dari 100 wisatawan domestik peneliti membagi 3 jenis responden, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

#### a. Analisis Deskriptif

##### 1) Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan atau menggambarkan jenis kelamin responden. Hal ini dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu: laki-laki dan perempuan. Adapun deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan sebagai tabel berikut:

Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	36	36%
Perempuan	64	6%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil Tabel 4.1 deskripsi karakteristik responden menurut jenis kelamin, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 36 orang atau sebesar 36% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 64% hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan domestik yang berkunjung ke *Event Marende Fest 2024* lebih banyak didominasi oleh perempuan dibandingkan laki-laki.

##### 2) Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan responden berdasarkan usia atau umur responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur dapat disajikan sebagai tabel berikut:

Tabel 4. 2 Deskriptif Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18-20 Tahun	16	16%
21-25 Tahun	81	81%
26-35 Tahun	1	1%
36-50 Tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Olah data 2024

Berdasarkan hasil Tabel 4.2 menunjukkan lebih banyak responden berusia 18-20 tahun sebesar 16%, responden 21-25 sebesar 81%, responden 26-35 tahun sebesar 1% dan responden 36-50 tahun sebesar 2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan domestik yang berkunjung ke *Event Marende Fest 2024* berusia 21-25 tahun dengan persentase 81%.

### 3) Analisis Deskriptif Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan responden berdasarkan pendidikan terakhir. Adapun deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat disajikan sebagai tabel berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMA	71	71%
D3	3	3%
Sarjana(S1)/D4	25	25%
Magister(S2)	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Olah data 2024

Berdasarkan hasil tabel 4.3 deskripsi karakteristik responden menurut pendidikan terakhir SMA berjumlah 71%, D3 3%, Sarjana(S1)/(D4) 25% dan Magister 1%. Hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan domestik yang berkunjung ke *Event Marende Fest 2024* lebih banyak memiliki pendidikan terakhir SMA dengan persentase 71%.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Karakteristik *Event* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Di The Kaldera Nomadic Escape pada studi kasus *Event Marende Fest 2024*. Penelitian ini memperoleh hasil penelitian setelah melakukan uji analisis data yang bersumber dari kuesioner sebanyak 100 responden dan menggunakan metode analisis linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 26.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ibnu Fajar, dkk (2021) dengan judul penelitian Pengaruh Penyelenggaraan *Event* Kebudayaan Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Palembang. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Secara parsial hospitality dan theming berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung ke Kota Palembang, sedangkan symbolism dan authenticity berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap variabel keputusan berkunjung ke Kota Palembang. Serta uniqueness dan festive spirit berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung ke Kota Palembang. Besarnya pengaruh penyelenggaraan event kebudayaan terhadap keputusan berkunjung ke Kota Palembang berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yaitu sebesar 36,2%.

Sedangkan pada penelitian ini secara parsial variabel *event* yaitu keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan dan interaksi personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan variabel *event* yaitu keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan dan interaksi personal diperoleh bahwa memiliki pengaruh positif dan signifikan. Besarnya pengaruh dari uji koefisien determinasi sebesar 89% terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik di The Kaldera Nomadic Escape, sedangkan sisanya 11% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan dengan membuat *event* yang baik dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kaldera Nomadic Escape.

Pada variabel keunikan dari 2 pernyataan memberikan distribusi jawaban Sangat Setuju (SS) 79 (79%), Setuju (S) 118 (118%), Ragu Ragu (RR) 2 (2%), dan Tidak Setuju (TS) 1 (1%). Berdasarkan hasil distribusi jawaban, maka nilai yang dominan pada variabel ini adalah jawaban setuju (S) sebesar 118 (118%). Hal ini menyatakan bahwa responden telah setuju jika keunikan memiliki pengaruh pada *Event Marende Fest 2024*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunikan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di The Kaldera Nomadic Escape. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis Parsial (Uji-t), dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,618 > 1,996$  dan nilai signifikansi  $<$  dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, dan dapat dikatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *event* yaitu keunikan terhadap keputusan berkunjung.

Hasil ini memberikan bukti bahwa keunikan *event* yang ditunjukkan dengan berbagai kegiatan yaitu Festival lagu-lagu batak oleh musisi lokal, Pergelaran Seni Budaya atau Tarian batak oleh penari sanggar setempat, *Live Streaming F1 Powerboat* dari The Kaldera Nomadic Escape, dan Both UMKM yang berpengaruh untuk meningkatkan wisatawan domestik untuk berkunjung di The Kaldera Nomadic Escape.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perishability* berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di The Kaldera Nomadic Escape. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis Parsial (Uji-t), dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $6,663 > 1,996$  dan nilai signifikansi  $<$  dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, dan dapat dikatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *event* yaitu *perishability* terhadap keputusan berkunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intangibility* berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di The Kaldera Nomadic Escape. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis Parsial (Uji-t), dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,998 > 1,996$  dan nilai signifikansi  $<$  dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, dan dapat dikatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *event* yaitu *intangibility* terhadap keputusan berkunjung.

Hasil ini memberikan bukti bahwa *intangibility event* yang ditunjukkan dari tarian batak oleh penari sanggar yang memberikan nilai-nilai budaya dan simbol-simbol memberikan makna positif wisatawan berpengaruh untuk meningkatkan wisatawan domestik untuk berkunjung di The Kaldera Nomadic Escape.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana dan pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di The Kaldera Nomadic Escape. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis Parsial (Uji-t), dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $7,807 > 1,996$  dan nilai signifikansi  $<$  dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, dan dapat dikatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *event* yaitu suasana dan pelayanan terhadap keputusan berkunjung.

Hasil ini memberikan bukti bahwa suasana dan pelayanan yang ditunjukkan dari *event Marende Fest* yang menciptakan suasana yang ceria dan meriah dan tema yang memaksimalkan interaksi untuk pelayanan pengunjung berpengaruh untuk meningkatkan wisatawan domestik untuk berkunjung di The Kaldera Nomadic Escape.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi personal berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di The Kaldera Nomadic Escape. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis Parsial (Uji-t), dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $6,738 > 1,996$  dan nilai signifikansi  $<$  dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, dan dapat dikatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *event* yaitu interaksi personal terhadap keputusan berkunjung.

Hasil ini memberikan bukti bahwa interaksi personal yang ditunjukkan dari wisatawan dapat berinteraksi langsung selama *event Marende Fest* berlangsung, pelayanan penyelenggara yang sangat baik diberikan dan MC yang berinteraksi langsung dengan wisatawan berpengaruh untuk meningkatkan wisatawan domestik untuk berkunjung di The Kaldera Nomadic Escape.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan tentang Karakteristik *Event* Terhadap Keputusan Berkunjung di The Kaldera Nomadic Escape maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Secara parsial (uji-t) variabel *event* yaitu Keunikan, *Perishability*, *Intangibility*, Suasana dan Pelayanan, Interaksi Personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan domestik di The Kaldera Nomadic Escape. Secara simultan (uji-f) disimpulkan bahwa variabel *event* yaitu variabel *event* yaitu Keunikan, *Perishability*, *Intangibility*, Suasana dan Pelayanan, Interaksi Personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan domestik di The Kaldera Nomadic Escape.

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan, maka variabel yang dominan untuk distribusi jawaban adalah variabel dari *event* yaitu Keunikan ( $X_1$ ) dan *Intangibility* ( $X_3$ ). Dan untuk variabel yang dominan dan perlu ditingkatkan adalah *Perishability* ( $X_2$ ), Suasana dan Pelayanan ( $X_4$ ), dan Interaksi Sosial ( $X_5$ ). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dapat disimpulkan bahwa hubungan dari variabel *event* yaitu keunikan ( $X_1$ ), *perishability* ( $X_2$ ), *intangibility* ( $X_3$ ), suasana dan pelayanan ( $X_4$ ) dan interaksi personal ( $X_5$ ) memberi kontribusi sebesar 89% terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik di The Kaldera Nomadic Escape, sedangkan sisanya 11% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### REFERENSI

- Abadi, H., & Hardani. (2021). *Buku metode penelitian kualitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Chairunnisa, S., Marpaung, F. K., & Rangkuti, D. A. (2020). Pengaruh incentif, komunikasi dan budaya organisasi terhadap kinerja pada PT Sinar Graha Indonusa. *Jurnal Warta*, 14(1), 1-208. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/download/539/528>. Diakses pada 16 Maret 2024.
- Detmuliati, A., & Pratama, H. F. (2024). Pengaruh event pariwisata dalam keputusan berkunjung di desa wisata Sungsang-Sumatera Selatan. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 50-63. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/JAMB>. Diakses pada 25 Maret 2024.
- Donargo, S. (2022). Pengaruh promosi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung di kawasan Kesawan Kota Medan. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 149-167. Diakses pada 25 Maret 2024.
- Fajar, M. I., Yusi, M. S., & Djumrianti, D. (2021). Pengaruh penyelenggaraan event kebudayaan terhadap keputusan berkunjung ke Kota Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(5), 222-231. <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>. Diakses pada 25 Maret 2024.
- Ismail, F. F., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh event pariwisata dan physical evidence terhadap keputusan berkunjung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1360-1368. Diakses pada 25 Maret 2024.
- Kennedy, J. E. (2009). *Manajemen even: Promosi penjualan, pameran, seminar, pertemuan bisnis, dan konferensi pers*. Jakarta: Bhavana Ilmu Populer. Diakses dari [esearch.id/Author/Home?author=Kennedy%2C+John+E.](https://esearch.id/Author/Home?author=Kennedy%2C+John+E.) pada 25 Maret 2024.
- Nadiah, R. (2020). Pengaruh event tradisi budaya Bali Sesetan Heritage Omed-Omedan Festival (*Shoof*) terhadap daya tarik kunjungan wisatawan. (Skripsi, Politeknik Negeri Medan). Diakses pada 15 Maret 2024.
- Noor, A. (2017). *Manajemen event* (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Nurasipa, G., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh event Bandung Light Festival dan city branding terhadap keputusan berkunjung ke Kota Bandung tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2). Diakses pada 25 Maret 2024.
- Rahma, A. (2018). Event sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran produk fashion nasional (Event tahunan Jakcloth). *Journal of Communication*, 1(2), 149-169. Diakses pada 25 Maret 2024.
- Sahir, D. (2021). *Metode penelitian*. Cetakan pertama. Jawa Timur: KBMINDONESIA. [https://respositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1Ebook\\_Metodelogi\\_Penelitian\\_Sy](https://respositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1Ebook_Metodelogi_Penelitian_Sy)

- afrida.pdf. Diakses pada 13 Maret 2024.
- Simanjuntak, D. F., AF, D., & Irawan, A. (2018). Pengaruh event pariwisata terhadap keputusan berkunjung (Survei pada wisatawan domestik yang berkunjung ke event pariwisata di Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Ilmu Administrasi*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/166424/1/Daniel%20Fransiscus%20Simanjuntak.pdf>. Diakses pada 25 Maret 2024.
- Sitorus, L. Y. (2021). *Pengaruh pelaksanaan event terhadap kepuasan konsumen ASHA Coffe (Pengunjung event Saturday Night Jamming)*. (Skripsi, Politeknik Negeri Medan). Diakses pada 15 Maret 2024.
- Situmorang, K. I. (2022). *Pengaruh atraksi, amenitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan The Kaldera Nomadic Escape*. (Skripsi, Politeknik Negeri Medan). Diakses pada 25 Maret 2024.
- Sugiale, E. P., & Nursaban Rommy, I. (2021). Pengaruh citra destinasi dan nilai pelanggan terhadap keputusan berkunjung di pulau Bokori. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 44-57. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/manajemen>. Diakses pada 25 Maret 2024.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif* (Edisi pertama). Bandung: Alfabeta.
- Suandi, V., & Ritonga, R. M. (2023). Analisis pengaruh event terhadap keputusan berkunjung ke Kota Tangerang (Studi kasus Festival Peh Cun). *Cross-border*, 6(1), 534-547. Diakses pada 25 Maret 2024.
- Utami, H. (2021). *Manajemen event dan proyek antara konsep dan praktiknya*. Jakarta Timur: UNJ Press.
- Wahyuni, S., Anggriani, I., & Putra, I. U. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1>. Diakses pada 25 Maret 2024.

