

**Pengaruh *Emotion*, Kualitas Festival, Citra Festival terhadap
Kepuasan serta dampaknya kepada Niat berkunjung kembali di
Festival Budaya “Tabuik Piaman” Kota Pariaman**



**Dani Fajrul Arisyi
1920167420**

**Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2021**

Pengaruh Emotion, Kualitas Festival, Citra Festival terhadap Kepuasan serta dampaknya kepada Niat berkunjung kembali di Festival Budaya “Tabuik Piaman” Kota Pariaman

Dani Fajrul Arisyi

Program Studi Magister Tata Kelola Seni
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Email : dani.fazrul.df@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze: (1) The Effect of Emotion on Audience Satisfaction at the "Tabuik Piaman" Cultural Festival in Pariaman City, (2) The Effect of Festival Quality on Audience Satisfaction at the "Tabuik Piaman" Cultural Festival in Pariaman City, (3) The Effect Festival Image on Audience Satisfaction in the "Tabuik Piaman" Cultural Festival in Pariaman City, (4) The Effect of Satisfaction on Audience's Intention to Visit Again in the "Tabuik Piaman" Cultural Festival in Pariaman City. This type of research is a causative research. The population of this research is the people of Kota Pariaman who have participated in the "Tabuik Piaman" Cultural Festival. While the number of research samples was determined based on the purposive sampling method. The number of samples is 200 people. The data used are primary and secondary data. Data analysis using program SPSS version 22.

The results showed that: (1) emotion had a significant positive effect on audience satisfaction at the "Tabuik Piaman" Cultural Festival in Pariaman City, (2) the quality of the festival had a significant positive effect on audience satisfaction in the "Tabuik Piaman" Cultural Festival in Pariaman City, (3) festival image has a positive, insignificant effect on audience satisfaction at the "Tabuik Piaman" Cultural Festival in Pariaman City, (4) satisfaction has a significant positive effect on audience's intention to revisit in the "Tabuik Piaman" Cultural Festival in Pariaman City..

Keywords: Emotion, Festival Quality, Festival Image, Satisfaction, Intention to Visit Again, “Tabuik Piaman” Cultural Festival

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) Pengaruh Emotion terhadap Kepuasan penonton dalam Festival Budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman, (2) Pengaruh Kualitas Festival terhadap Kepuasan penonton dalam Festival Budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman, (3) Pengaruh Citra Festival terhadap Kepuasan penonton dalam Festival Budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman, (4) Pengaruh Kepuasan terhadap Niat Berkunjung Kembali penonton dalam Festival Budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Pariaman yang pernah telah mengikuti Festival Budaya “Tabuik Piaman”. Sedangkan jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan metode purposive sampling. Jumlah sampel 200 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder Analisis data menggunakan program SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) emotion berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan penonton dalam Festival Budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman, (2) kualitas festival berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan penonton dalam Festival Budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman, (3) citra festival berpengaruh positif, tidak signifikan terhadap kepuasan penonton dalam Festival Budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman, (4) kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berkunjung kembali penonton dalam Festival Budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman.

Kata kunci : Emotion, Kualitas Festival, Citra Festival, Kepuasan, Niat Berkunjung Kembali, Festival Budaya “Tabuik Piaman”

LATAR BELAKANG

Potensi wisata yang banyak di Indonesia membuat beberapa pihak (swasta, maupun pemerintah) tergiur untuk berinvestasi demi mengembangkan sebuah wisata di sebuah daerah. Pariwisata merupakan salah satu cara untuk suatu daerah bisa mendatangkan wisatawan. Berbagai daerah berlomba-lomba untuk bisa mendatangkan banyak wisatawan ke daerah mereka. Kehadiran wisatawan diharapkan bisa membuat suatu dorongan ke beberapa pihak untuk dapat menginvestasikan modal mereka untuk perkembangan wisata di daerah tersebut.

Indonesia adalah negara yang mempunyai keberagaman suku. Dari keberagaman suku tersebut terdapat masing-masing adat-istiadat dan budaya yang berbeda di setiap daerahnya. Setiap budaya dan tradisi pastinya mempunyai perbedaan dan keunikan tersendiri. Keberagaman budaya dan tradisi tersebut membuat pihak pemerintah berusaha untuk menggali serta mengembangkan potensi pariwisata budaya tersebut. Salah satu daerah yang mempunyai potensi yang cukup besar untuk destinasi wisata budaya adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat atau biasa disebut Ranah Minang mempunyai cukup banyak destinasi wisata budaya. Umumnya budaya di Ranah Minang ini sangat erat kaitannya dengan agama Islam, sebagaimana semboyan masyarakat Minang “Adat basandi Syarak, Syarak basandi Kitabullah”

Salah satu cara untuk menarik wisatawan adalah dengan cara membuat sebuah acara atau festival. Acara dan festival merupakan suatu rangkaian produk yang ditawarkan oleh pihak pariwisata. Acara dan festival tersebut bisa beragendakan mingguan, bulanan, bahkan ada yang beragendakan tahunan. Festival merupakan salah satu program dari pihak pariwisata yang paling cepat dan berkembang. Festival mempunyai daya tarik dan keunikan tersendiri oleh para penonton dan juga peserta festival.

“Festival Budaya Tabuik Piaman” merupakan salah satu festival budaya yang besar di daerah Sumatera Barat. Tabuik Piaman merupakan event tahunan yang rutin di adakan oleh Kota Pariaman, dan sudah masuk ke dalam agenda pariwisata Provinsi Sumatera Barat. Acara ini digelar dengan perhitungan kalender Hijriah pada bulan Muharram, dan dilakukan 10 hari berturut-turut sampai puncaknya pada tanggal 10 Muharram. Tabuik Piaman adalah sebuah tradisi tahunan oleh masyarakat Pariaman untuk memperingati wafatnya cucu Nabi Muhammad SAW, yaitu Husein bin Ali yang jatuh pada tanggal 10 Muharram di perang Karbala.

Hadirnya Festival Budaya Tabuik Piaman secara otomatis akan membuat para wisatawan hadir dan berkunjung ke Kota Pariaman. Secara tidak langsung festival budaya Tabuik Piaman menarik wisatawan untuk datang mengunjungi daerah Pariaman sebagai pusat penyelenggaraan festival. Kehadiran festival bertemakan kearifan budaya lokal inilah yang menjadi salah satu ujung tombak dari sektor kepariwisataan. Daya tarik Festival Tabuik Piaman membuat acara ini menjadi ciri khas tersendiri di daerah Kota Pariaman.

Sehingga wisatawan yang hadir datang khusus untuk mengunjungi dan meramaikan festival tersebut. Adanya festival budaya seperti Festival Budaya Tabuik Piaman ini diharapkan bisa menaikkan jumlah wisatawan yang akan berkunjung dari tahun ke tahun. Salah satu faktor utama untuk menarik wisatawan datan untuk berkunjung kembali adalah kepuasan, kepuasan juga dipengaruhi oleh 3 faktor diantaranya *emotion*, kualitas festival, citra festival (Wong, 2014).

KAJIAN TEORI

1. Niat Berkunjung Kembali

Dalam penelitian ini Niat berkunjung kembali mengacu kepada setiap pengunjung yang sudah pernah menonton Festival Budaya “Tabuik Piaman” yang mempunyai persepsi untuk datang kembali dimasa yang akan datang. Persepsi itu datang dari pengalaman pengunjung yang datang menonton pada tahun-tahun sebelumnya. Niat berkunjung kembali terdiri dari 2 dimensi yang dapat mengukur variabel tersebut, diantaranya 1) Akan

mengunjungi destinasi wisata di masa yang akan datang 2) Akan terus mengunjungi ulang destinasi wisata tersebut (Loi,2017)

2. **Kepuasan**

Dalam kasus festival, kepuasan terhadap festival mengacu pada evaluasi keseluruhan peserta tentang pengalamannya dalam festival. Secara khusus, kepuasan festival didasarkan pada perasaan puas yang diterima peserta dari sebuah festival (Kim et al., 2010b). Kepuasan peserta terhadap sajian acara yang ditawarkan diharapkan dapat meningkatkan peluang peserta untuk merekomendasikan festival, serta meningkatkan peluang untuk kembali atau mengunjungi kembali festival di lain waktu setelah pemaparan awal. Menurut (Valle, 2006:28) ada tiga indikator dari kepuasan pengunjung. 1) Kepuasan Secara Keseluruhan (General Satisfaction) 2) Kepuasan Atribut (Attribute Satisfaction) 3) Memenuhi Harapan (Met Expectation)

3. **Emotion**

Secara umum, emosi dapat mengakibatkan tindakan tertentu untuk mengidentifikasi atau menangani emosi, tergantung pada sifat dan maknanya bagi orang yang memilikinya (Ben-Ze'ev, 2000, dalam wong 2014). Misalnya, penonton menjadi heboh saat dibuat kagum dengan pertunjukan hiburan yang diadakan di festival tersebut. Menurut Lee dan Kyle (2013), emosi peserta yang ditimbulkan selama pengalaman festival mereka memiliki empat elemen dasar: 1) Cinta 2) Kegembiraan 3) Kejutan 4) Negatif.

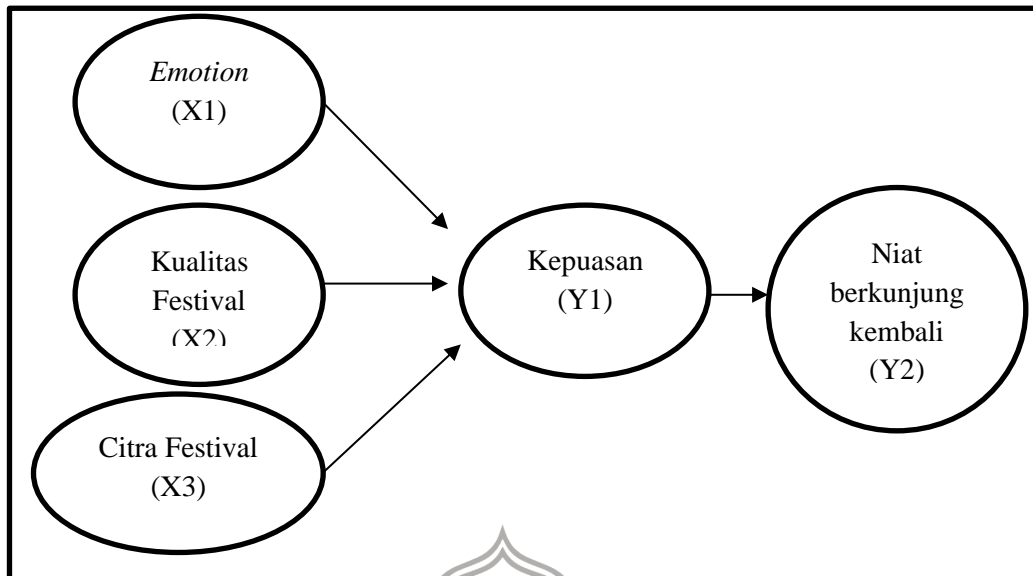
4. **Kualitas Festival**

Penelitian festival baru-baru ini menunjukkan bahwa atribut tertentu dikembangkan secara khusus untuk pengukuran kualitas festival, yang memengaruhi kepuasan festival dan loyalitas festival. (Lee et al, 2007) mengembangkan total 10 item untuk menilai kualitas festival yang dipersepsikan dengan empat dimensi fitur umum: fitur hiburan khusus, sumber informasi, dan fasilitas kenyamanan. Dimensi ini juga diamati sebelumnya oleh (Baker dan Crompton,2000), yang menegaskan bahwa kinerja kualitas festival yang dirasakan memiliki efek total pada loyalitas festival yang lebih kuat daripada kepuasan festival. Kualitas Festival di indikator oleh 1) *Interaction Quality* 2) *Physical Environment Quality* 3) *Outcome Quality* 4) *Access Quality* 5) *Program Quality*

5. **Citra Festival**

Perencanaan festival harus bertujuan untuk memaksimalkan manfaat dengan peningkatan citra yang tepat dan pembangunan ekonomi. Dari segi pemasaran, tidak ada indikasi konkrit apakah peneliti sedang mempertimbangkan hubungan citra festival dengan beberapa faktor lain dalam festival tersebut (Wong, 2014). Citra Festival sendiri di indikator 1) Reputasi 2) Prestise 3) Reputasi

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

- H1 : Emotion berpengaruh terhadap Kepuasan
H2 : Kualitas Festival berpengaruh terhadap Kepuasan
H3 : Citra Festival berpengaruh terhadap Kepuasan.
H4 : Kepuasan berpengaruh terhadap Niat berkunjung kembali.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Penelitian dilakukan di kota Pariaman pada bulan April-Mei 2021. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling, dengan kriteria yaitu Mempunyai usia diatas 18 tahun ke atas, Sudah pernah mengunjungi Kota Pariaman, Sudah pernah mengikuti Festival Budaya “Tabuik Piaman” jumlah sampel sebanyak 200 orang Analisis statistik deskriptif dan analisis regresi dua tahap merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang didapat dari penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini instrumen disusun berdasarkan pada validitas dibangun dengan jalan mengembangkan indikator menjadi butir-butir pernyataan ke dalam instrumen. Pengolahan data dan analisis dilakukan melalui program SPSS. Kriteria pengujian adalah jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ berarti valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak valid. Untuk $n = 55$, $r > 0,266$ menunjukkan bahwa instrument penelitian valid.

Pada penelitian ini penulis melakukan uji coba terhadap 55 responden dengan hasil uji coba terdapat 1 item pernyataan yang tidak valid. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

No.	Item Pernyataan	Variabel	Nilai CITC	Keterangan
1	Perasaan keseluruhan yang saya dapatkan dari Festival Budaya Tabuik Piaman (Bahagia - tidak Bahagia)	X1	0.753	Valid
2	Perasaan keseluruhan yang saya dapatkan dari Festival Budaya Tabuik Piaman (Senang-Kecewa)	X1	0.806	Valid
3	Perasaan keseluruhan yang saya dapatkan dari Festival Budaya Tabuik Piaman (Senang-Kesal)	X1	0.678	Valid
4	Perasaan keseluruhan yang saya dapatkan dari Festival Budaya Tabuik Piaman (Terhibur-Bosan)	X1	0.726	Valid
5	Secara keseluruhan, menurut saya, kualitas interaksi saya dengan staf baik.	X2	0.554	Valid
6	Interaksi yang saya lakukan dengan staf memiliki standar yang tinggi.	X2	0.881	Valid
7	Saya percaya bahwa lingkungan fisik di Festival Budaya Tabuik Piamana ini baik.	X2	0.604	Valid
8	Lingkungan fisik di Festival Budaya Tabuik Piaman ini berstandar tinggi.	X2	0.794	Valid
9	Saya merasa senang dengan apa yang diberikan staf kepada pengunjung mereka.	X2	0.763	Valid
10	Saya selalu memiliki pengalaman yang luar biasa saat mengunjungi Festival Budaya Tabuik Piaman.	X2	0.652	Valid
11	Akses yang mudah ke area Festival Budaya Tabuik Piaman	X2	0.652	Valid
12	Mudah untuk bergerak di sekitar tempat Festival Budaya Tabuik Piaman	X2	0.659	Valid
13	Ada banyak program interaktif yang dapat diikuti oleh pengunjung	X2	0.814	Valid
14	Tersedia berbagai macam makanan yang berhubungan dengan program	X2	0.204	Tidak Valid
15	Adanya program kinerja yang berorientasi pada pendidikan	X2	0.572	Valid
16	Menurut saya, Festival Budaya Tabuik Piaman memberikan kualitas yang unggul	X2	0.463	Valid
17	Secara keseluruhan, kualitas Festival Budaya Tabuik Piaman baik	X2	0.721	Valid
18	Festival Budaya Tabuik Piaman memiliki prestise yang unik dan ciri khas berbeda dari festival lainnya.	X3	0.664	Valid
19	Festival Budaya Tabuik Piaman mempunyai reputasi nama (merek) yang baik dan beda dari festival lainnya.	X3	0.660	Valid

20	Saya yakin Festival Budaya Tabuik Piaman memiliki keunikan dan reputasi yang baik dibandingkan festival lainnya.	X3	0.503	Valid
21	Secara keseluruhan, saya puas dengan Festival Budaya Tabuik Piaman	Y1	0.883	Valid
22	Secara keseluruhan, saya senang dengan Festival Budaya Tabuik Piaman	Y1	0.889	Valid
23	Saya yakin, saya memilih hadir Pada Festival Budaya Tabuik Piaman adalah hal yang tidak saya sesali	Y1	0.793	Valid
24	Saya akan mengunjungi kembali Festival Budaya “Tabuik Piaman”	Y2	0.942	Valid
25	Jika saya memilih untuk menghadiri Festival tahun depan, saya akan memilih Festival Budaya Tabuik Piaman.	Y2	0.840	Valid
26	Saya bersedia untuk membagi pengalaman terkait mengunjungi Festival Budaya Tabuik Piaman	Y2	0.945	Valid
27	Saya berniat untuk mengajak orang lain untuk mengunjungi Festival Budaya Tabuik Piaman tahun depan	Y2	0.937	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Alat yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah Alpha Cronbach. Kuesioner dikatakan reliabel bila nilai alpha cronbach lebih besar dari 0,6 atau mendekati 1.

Rangkuman uji reliabilitas dari variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	<i>Emotion (X1)</i>	0.877	Reliabel
2	Kualitas Festival (X2)	0.912	Reliabel
3	Citra Festival (X3)	0.771	Reliabel
4	Kepuasan (Y1)	0.928	Reliabel
5	Niat berkunjung kembali (Y2)	0.965	Reliabel

Analisis Regresi

Analisis regresi berganda adalah analisis hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Hasil olahan regresi dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

a. Tahap Satu

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.102	.802		.127	.899
	emotion	.225	.054	.284	4.136	.000
	kualitas festival	.149	.020	.538	7.557	.000
	citra festival	.062	.050	.057	1.245	.214

Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel 3 di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda model 1 sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0.102 + 0.225 X_1 + 0.149 X_2 + 0.062 X_3$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dibaca bahwa:

- Besaran nilai yang konstan diperoleh sebesar 0.102 menunjukkan, tanpa adanya variabel emotion (X1), kualitas festival (X2), dan citra festival (X3) maka kepuasan (Y1) sebesar 0.102.
- Variabel emotion memiliki koefisien regresi positif sebesar 0.225 dengan signifikan $0.000 < 0.05$ hal ini mengidentifikasi bahwa setiap peningkatan variabel emotion (X1), maka akan mengakibatkan peningkatan kepuasan sebesar 0.225 satuan.
- Variabel kualitas festival (X2) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0.149 dengan signifikan $0.000 < 0.05$ hal ini mengidentifikasi bahwa setiap peningkatan variabel kualitas festival (X2), maka akan mengakibatkan peningkatan minat beli sebesar 0.149 satuan.
- Variabel citra festival (X3) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0.062 dengan signifikan $0.214 > 0.05$ (menunjukkan tidak signifikan) Hasil perhitungan menunjukkan citra festival berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan. Dengan demikian, hal ini mengidkasikan bahwa semakin tinggi peningkatan citra festival maka belum tentu kepuasan semakin tinggi.

Persamaan di atas menunjukkan hubungan antar variabel. Hubungan yang tercipta antara variabel emotion (X1), kualitas festival (X2), dan citra festival(X3) terhadap kepuasan (Y1) yaitu signifikan positif, yang berarti ketika variabel emotion (X1), dan kualitas festival (X2) meningkat, maka kepuasan (Y1) akan mengalami peningkatan. Sementara itu ketika citra festival (X3) meningkat belum tentu kepuasan (Y1) akan meningkat.

b. Tahap Dua

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.713	.793		4.684	.000
	kepuasan	1.058	.061	.778	17.423	.000

Dependent Variable: niat berkunjung kembali

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel 4 di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda model 1 sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 3.713 + 1.058 X_1$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dibaca bahwa:

- a. Besaran nilai yang konstan diperoleh sebesar 3.713 menunjukkan, tanpa adanya variabel kepuasan (X4), maka Niat berkunjung kembali (Y2) sebesar 3.713.
- b. Variabel kepuasan memiliki koefisien regresi positif sebesar 1.058 dengan signifikan $0.000 < 0.05$ hal ini mengidentifikasi bahwa setiap peningkatan variabel kepuasan (X4), maka akan mengakibatkan peningkatan niat berkunjung kembali sebesar 1.058 satuan.

Persamaan di atas menunjukkan hubungan antar variabel. Hubungan yang tercipta antara variabel kepuasan (X4), Niat berkunjung kembali (Y2) yaitu signifikan positif, yang berarti ketika variabel Kepuasan (X1) meningkat, maka Niat berkunjung kembali (Y2) akan mengalami peningkatan.

Uji Kelayakan Model

Uji Koefisien Determinan (R²)

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi (R²) menunjukkan proporsi yang diterangkan oleh variabel bebas dalam model terhadap variabel terikatnya, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model, formulasi model yang keliru dan kesalahan eksperimen. Pada penelitian ini hasil uji koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 5. Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.626	1.41215

Predictors: (Constant), citra festival, emotion, kualitas festival

Tabel 5 terlihat bahwa nilai adjusted R² yang diperoleh sebesar 0,626. Artinya, kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya, yaitu emotion, kualitas festival, citra festival sebesar 62.6%. Sisanya 37.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Secara keseluruhan hasil yang didapatkan dalam analisis pada pengolahan data tersebut menjabarkan 3 variabel penelitian ini mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan dengan angka yang lebih dari setengah, sebesar 62%. Dari hasil yang didapatkan dari Uji Koefisien Determinan bisa dikatakan 3 variabel bebas yang dimasukkan dalam penelitian ini merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan lebih dari setengah, dan bisa dikatakan merupakan faktor tersebut merupakan faktor yang mendukung akan meningkatnya tingkat kepuasan.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.603	1.97722

Predictors: (Constant), kepuasan

Tabel 6 terlihat bahwa nilai adjusted R² yang diperoleh sebesar 0,603. Artinya, Niat berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya, yaitu kepuasan sebesar 60.3%. Sisanya 39.7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Tabel 4.15 merupakan gambaran tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh tingkat variabel kepuasan mempengaruhi variabel niat berkunjung kembali. Pada penelitian ini menggunakan penelitian yang menggunakan analisis regresi 2 tahap yaitu yang pertama mengujikan tingkat signifikansi 3 variabel X terhadap 1 variabel Y, dan satu lagi mengujikan signifikansi variabel Y1 terhadap Y2.

Dari hasil penelitian ini, variabel kepuasan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali yang cukup penting. Hal ini digambarkan melalui hasil yang di dapatkan setelah Uji Koefisien Determinan yang mendapatkan hasil lebih dari setengah yaitu 60.3%. maka bisa dikatakan beberapa faktor lain yang mempengaruhi niat berkunjung kembali cukup sedikit bisa mempengaruhi.

Uji F Statistik

Uji F statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Setelah F hitung regresi ditemukan hasilnya kemudian dibandingkan dengan F Tabel dan untuk menentukan nilai F Tabel, tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar $\alpha=5\%$ dengan derajat kebebasan $df=(n-k)$.

Tabel 7 Uji F Statistik

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	669.939	3	223.313	111.983	.000 ^b
	Residual	390.856	196	1.994		
	Total	1060.795	199			

Dependent Variable: kepuasan

Predictors: (Constant), citra festival, emotion, kualitas festival

Tabel 7 mengindikasikan bahwa nilai F hitung sebesar 111.983 dengan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model ini layak untuk diuji. Sejalan dengan penelitian yang diteliti sebelumnya oleh (Barbeitos, et al. 2008) dalam penelitiannya mengatakan bahwa respon emosional positif terhadap produk atau layanan, kepuasan sama dengan evaluasi pengalaman konsumsi yang baik. Dalam (Wong, 2014) juga menyatakan bahwa salah satu faktor yang merupakan penyebab kepuasan hadir kepada kalangan kepuasan pengunjung yang datang menikmati festival budaya Tabuik Piaman. (Wong, 2014) juga mengacu bahwa citra festival juga merupakan salah satu faktor yang mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan pengunjung yang datang di festival budaya Tabuik Piaman.

Tabel 8. Uji F Statistik

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1186.715	1	1186.715	303.553	.000 ^b
	Residual	774.065	198	3.909		
	Total	1960.780	199			

Dependent Variable: niat berkunjung kembali

Predictors: (Constant), kepuasan

Tabel 8 mengindikasikan bahwa nilai F hitung sebesar 303.553 dengan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model ini layak untuk diuji. Dalam pengujian yang ke 2 terdapat pengaruh yang signifikansi antara variabel kepuasan terhadap niat berkunjung kembali, penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Kim et al, 2011)(Savinovic et al, 2012) (Chang et al, 2013) yang mendapatkan hasil dimana kepuasan pengunjung menyebabkan mereka untuk berkunjung kembali. Dengan kata lain model regresi ke 2 tahap ini bisa di aplikasikan pada penelitian ini dikarenakan penelitian ini telah lolos dalam Uji F Statistik.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji parsial (Uji-t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen yang terdiri dari: sertifikasi, kesadaran halal, dan bahan kosmetik dalam menerangkan variabel dependen yaitu minat beli secara parsial. Berdasarkan hasil perhitungan nilai t-hitung dan signifikansinya diperoleh sebagai berikut:

Tabel 9 Hasil Uji Parsial

Model	t-hitung	Sig.
(Constanta)	0.127	0.899
<i>Emotion</i>	4.136	0.000
Kualitas Festival	7.557	0.000
Citra Festival	1.245	0.214

Tabel 10 Hasil Uji Parsial

Model	t-hitung	Sig.
(Constanta)	4.684	0.000
Kepuasan	17.423	0.000

- H1 : Diterima
H2 : Diterima
H3 : Ditolak
H4 : Diterima

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dan Total Capaian Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari pengolahan data menggunakan software excel, didapatkan persentase beberapa pengunjung yang menjadi kriteria penelitian dan diminta untuk bersedia untuk diteliti. Karakteristik responden ini hanya menggambarkan responden yang bersedia untuk diminta untuk menjadi responden penelitian. Secara garis besar karakteristik responden hanya meneliti kepuasan pengunjung serta dampak kepada niat berkunjung kembali dengan di dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Rata-rata pengunjung yang hadir diwaktu peneliti melakukan penelitian adalah keluarga, hanya sedikit pengunjung yang bersedia untuk dijadikan responden penelitian. Penelitian tersebut mendapatkan hasil berupa responden yang paling banyak untuk mengisi kuesioner penelitian adalah yang berjenis kelamin perempuan. Responden tersebut bersedia untuk menjadi sampel penelitian sembari menemani anaknya bermain di kawasan wisata tempat diadakannya festival budaya "Tabuik Piaman". Responden laki-laki cukup banyak yang berada di kawasan tersebut, namun hanya sedikit yang bersedia untuk menjadi responden. Ini merupakan salah satu keterbatasan penelitian dalam melakukan penelitian ini.

Pengunjung dengan rentang umur antara 18-22 tahun adalah rentang umur yang paling banyak serta bersedia untuk diminta untuk menjadi responden penelitian dengan persentase sebanyak 37.5%. Namun rentang umur 23-28 tahun juga persentase yang cukup banyak yaitu sebanyak 29%. Hal ini sejalan dengan kategori sebelumnya pengunjung yang bersedia untuk menjadi responden adalah keluarga yang sedang menikmati liburan di kawasan wisata tersebut.

Reponden yang bersedia membantu penelitian pada kategori domisili banyak yang berasal dari luar domisili Kota Pariaman. Responden melepas kerinduan serta juga ingin melihat dan berwisata ketika festival tersebut tidak diselenggarakan, sehingga memperbandingkan keadaan sebelum dan saat dilakukannya pertunjukan festival budaya "Tabuik Piaman" di Kota Pariaman.

Proporsi pengunjung yang datang pada hari dilakukannya penelitian dalam kategori pengeluaran adalah dengan kisaran pengeluaran 1-2 juta. Hal ini menggambarkan bahwa festival budaya “Tabuik Piaman” tidak hanya diuntukkan kepada kalangan ekonomi menengah keatas saja, namun masyarakat kalangan ekonomi menengah kebawah juga bisa dan dapat menikmati sajian-sajian festival yang ditawarkan oleh festival budaya “Tabuik Piaman”. Festival tersebut mengindikasikan dilaksanakan oleh pihak penyelenggara dan dibantu oleh beberapa masyarakat sekitar dan diperuntukkan untuk masyarakat dari berbagai kalangan ekonomi.

Intesitas pengunjung yang diambil dalam penelitian ini hanya responden yang telah mengunjungi festival tersebut 2 kali atau lebih. Hal ini dikarenakan untuk lebih memilih beberapa responden yang mempunyai ketertarikan untuk berkunjung kembali. Pendapat mereka terhadap keinginan mereka untuk berkunjung kembali menjadi faktor utama dilakukan penelitian tersebut. Beberapa responden yang bersedia untuk mengisi responden tersebut bahkan ada yang telah sejak kecil menikmati festival yang diadakan setiap tahunnya tersebut.

Pada tahap pendeskripsian variabel-variabel yang menjadi item pernyataan tersebut mengadopsi dari jurnal utama sebagai pedoman dalam pembuatan kuesioner. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari pembiasan dari pernyataan yang dinyatakan pada lembar kuesioner. Pendeskripsian frekuensi variabel niat berkunjung kembali pernyataan rata-rata yang di setuju oleh pelanggan adalah “Saya akan mengunjungi kembali Festival Budaya “Tabuik Piaman”” sebanyak 89% yang berarti para reponden yang mengisi kuesioner penelitian bersedia untuk datang mengunjungi festival tahun tersebut di tahun berikutnya.

Pada pendeskripsian variabel kepuasan terdapat 3 buah item yang di tanyakan kepada responden. Dari pernyataan tersebut 2 diantaranya mempunyai nilai yng cukup tinggi yaitu dengan rata-rata sebesar 3.45 dengan persentase TCR 87%. Hal ini menggambarkan bahwa secara garis besar responden yang mengisi kuesioner penelitian mendapatkan kepuasan setelah menyaksikan pertunjukan festival budaya “Tabuik Piaman” sehingga kepuasan tersebut akan membuat pengunjung festival akan mendatangi kembali festival tersebut pada tahun-tahun berikutnya.

Variabel emotion sebagai salah satu pengaruh faktor yang mempengaruhi kepuasan dalam literatur penelitian ini mempunyai 4 item pernyataan yang ditanyakan kepada responden. Pernyataan “Perasaan keseluruhan yang saya dapatkan dari Festival Budaya Tabuik Piaman (Bahagia - tidak Bahagia)” merupakan item pernyataan dengan nilai yang tinggi dengan indikasi bahwa setiap pengunjung yang mendatangi festival tersebut merasa bahagia pada saat menyaksikan festival tersebut. Item pernyataan itu memiliki nilai rata-rata yaitu 4.45 dengan persentase TCR sebesar 89%. Hal ini menggambarkan bahwa kehadiran pengunjung dalam mendatangi festival itu mendapatkan kebahagiaan tersendiri oleh para penikmat mereka.

Selanjutnya pada variabel Kualitas festival terdapat beberapa sub variabel yang mengindikatori. Salah satu sub variabel yang terendah adalah pada sub indikator access quality dengan item pernyataan “Mudah untuk bergerak di sekitar tempat Festival Budaya Tabuik Piaman” hal ini sejalan dengan hasil temuan dilapangan dikarenakan banyaknya penonton yang menyaksikan festival budaya “Tabuik Piaman” membuat para penonton berdesak-desakan untuk menikmati pertunjukan tersebut. Akan tetapi hal itu tidak membuat para pengunjung kecewa dengan sajian pertunjukan yang mereka dapatkan membuat mereka merasa senang dan bahagia sehingga mereka rela berdesak-desakan demi menyaksikan pertunjukan di festival itu. Sementara itu hasil yang tinggi di variabel kualitas festival ini berada pada item pernyataan “Menurut saya, Festival Budaya Tabuik Piaman memberikan kualitas yang unggul” yang menyatakan secara keseluruhan festival tersebut mempunyai beberapa kualitas dalam pengelolaan yang baik. Hal ini mengindikasikan festival yang dikelola terlaksana dengan baik dan membuat kualitas dari festival tersebut menjadi naik dimata pengunjung yang telah datang untuk menyaksikan festival itu.

Variabel independen terakhir pada penelitian ini adalah citra festival, dalam variabel ini skor rata-rata yang didapatkan paling rendah diantara skor-skor variabel lainnya. Hal ini secara keseluruhan mengindikasikan bahwa setiap responden penelitian mengindikasikan bahwa citra festival kurang mempengaruhi kepuasan para pengunjung yang mengunjungi festival tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil yang didapatkan dilapangan dimana citra dari festival budaya “Tabuik Piaman” salah satu citra yang negatif dari sebagian kalangan. Salah satu contohnya dengan perbedaan ajaran yang dimana mayoritas masyarakat Indonesia khususnya daerah Minangkabau (Sumatera Barat) merupakan penganut ajaran Islam Sunni, sementara itu budaya tabuik sendiri berasal dari penganut ajaran dari Islam Syiah yang dimana ajaran tersebut kebanyakan saling bertolak belakang. Serta dari segi kebudayaan, tabuik sendiri juga bukan budaya asli dari daerah Kota Pariaman. Namun dengan keberagaman hal negatif tersebut festival budaya “Tabuik Piaman” tetap ramai dikunjungi disaat festival tersebut diadakan.

Pengaruh *Emotion* terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil penelitian ini, pada pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa emotion berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penonton Festival Budaya Tabuik Piaman. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat melalui emotion memiliki koefisien regresi sebesar 0.225 menunjukkan pengaruh atau arah yang positif terhadap kepuasan serta memiliki nilai signifikansi $0.00 < 0.05$. Dengan nilai koefisien sebesar 0,225 dan signifikansi 0.00. Hal tersebut mengindikasikan bahwa adanya dinamika emotional dari penonton seperti rasa takjub, antusias dan kesenangan tersendiri ketika menyaksikan festival budaya Tabuik Piaman.

Penonton Festival Budaya Tabuik Piaman nantinya akan merasakan antusiasme tersendiri ketika menyaksikan festival budaya tersebut. Hal ini digambarkan dengan tingginya tingkat capaian responden yaitu sejumlah 86% dengan skor rata-rata sebesar 4.275 yang dapat dilihat pada simpulan deskriptif. Skor tersebut berada pada kategori tinggi, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa emotion pengunjung saat menonton pertunjukan Festival Budaya Tabuik Piaman sangat berpengaruh sekali terhadap kepuasan penonton.

Emotion sendiri menggambarkan sebuah keadaan kognitif seseorang ketika menyaksikan atau menonton pertunjukan yang menurut mereka mempunyai sebuah arti yang bermakna bagi mereka. Seperti halnya ketika puncak emosi para penonton tersebut meningkat, maka tidak jarang penonton menjadi sangat heboh, bahkan beberapa penonton melakukan hal-hal yang diluar dugaan (seperti apa). Penonton Festival Budaya Tabuik Piaman rela berdesak-desakan untuk hadir dan melihat kesenian Tabuik pada acara puncak. Dalam kondisi tersebut, berdampak pada beberapa pengunjung mengalami pingsan akibat terlalu ramai dan padatnya keadaan festival saat itu. Tingginya antusias menunjukkan penonton puas terhadap festival yang diselenggarakan sehingga dapat dilaksanakan setiap tahun dan selalu ditunggu-tunggu oleh masyarakat.

Penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya (Babin et al., 1998; Dub'e & Menon, 2000; Lee et al. , 2008a; Jang & Namkung, 2009) yakni menyatakan bahwa peran emosi pelanggan sangat penting pada layanan kepuasan pelanggan terhadap sebuah festival. Dengan demikian, pengunjung dengan keadaan emotional yang terpenuhi saat menyaksikan Festival Budaya Tabuik Piaman akan menunggu-nunggu kehadiran festival pada tahun selanjutnya.

Pengaruh Kualitas Festival terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa kualitas festival berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penonton Festival Budaya Tabuik Piaman. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat kualitas festival memiliki koefisien regresi sebesar 0.149 yang memiliki pengaruh atau arah yang positif terhadap kepuasan serta memiliki nilai signifikansi $0.00 < 0.05$. Dengan nilai koefisien sebesar 0.149 dan signifikansi 0.00. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas festival yang baik membuat rasa puas pada penonton yang semakin meningkat.

Dilihat dari hasil simpulan deskriptif, kualitas festival yang disajikan akan membuat para penonton lebih puas merasakan sajian-sajian yang di berikan oleh pihak pengelola festival. Hal ini digambarkan dengan tingginya tingkat capaian responden yaitu sejumlah 84% dengan skor rata-rata yaitu 4.185. Skor tersebut berada pada kategori tinggi, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas festival menjadi tolak ukur bagi sebuah festival dalam memberikan kenyamanan dan kepuasan selama festival tersebut berjalan.

Kualitas festival menggambarkan keadaan saat festival tersebut berjalan dan bagaimana festival tersebut memberikan kenyamanan kepada penonton. Tidak jarang kualitas festival menjadi sebuah tolak ukur dari sebuah festival. Konsumen dengan pengalaman yang kurang menyenangkan dalam sebuah festival yang didatangi dapat mempengaruhi konsumen tersebut untuk tidak mengunjungi festival tersebut kembali. Kualitas festival tidak hanya berfokus kepada tata sarana yang diberikan oleh pihak pengelola, kualitas tersebut bisa seperti sajian penampilan yang memukau, dengan menghadirkan bintang tamu ternama (populer) dalam dunia pertunjukan. Festival Budaya Tabuik Piaman memberikan sejumlah atraksi (tontonan) yang menarik dengan memberikan penampilan yang dihadirkan setiap malam sebelum acara puncak yang dikemas dengan sedemikian rupa sehingga membuat para penonton mau datang setiap malamnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wong, 2014) yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas festival terhadap kepuasan konsumen, dikarenakan setiap festival mempunyai daya tarik dan ciri khas tersendiri. Oleh karena itu penonton mempunyai kesenangan terhadap kualitas yang diberikan berdampak pada kepuasan penonton setelah menyaksikan pertunjukan dari Festival Budaya Tabuik Piaman.

Pengaruh Citra Festival terhadap Kepuasan

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa pada pengujian hipotesis yang dilakukan citra festival berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan penonton Festival Budaya Tabuik Piaman. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat citra festival memiliki koefisien regresi sebesar 0.062 yang memiliki pengaruh atau arah yang positif terhadap kepuasan dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.214 > 0.05$. Dengan nilai koefisien sebesar 0.062 dan signifikansi 0.214. Hal ini mengindikasikan bahwa citra festival berpengaruh tidak signifikan namun berpengaruh positif.

Berdasarkan hasil simpulan deskriptif, citra festival belum dapat meningkatkan kepuasan penonton Festival Budaya Tabuik Piaman. Dilihat dari tingginya tingkat capaian responden yaitu sejumlah 83% dengan skor rata-rata yaitu 4.15. Skor tersebut berada pada kategori tinggi, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra festival yang tinggi tidak menjamin suatu kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dapat di simpulkan bahwa semakin tinggi citra festival belum tentu mampu mendorong kepuasan konsumen dalam menikmati Festival Budaya Tabuik Piaman.

Antusias pengunjung festival budaya Tabuik Piaman selalu ramai dikunjungi pada setiap penyelenggaraannya. Tidak jarang keramaian tersebut mengakibatkan beberapa pengunjung menjadi korban (jelasin dampaknya) akibat banyaknya pengunjung yang saling berdesekan. Hal tersebut tidak merusak citra festival budaya Tabuik Piaman serta mengurangi antusias pengunjung untuk datang. Festival budaya Tabuik Piaman tetap ramai disaksikan dan terus diadakan oleh masyarakat Piaman. Kota Pariaman menjadikan festival budaya Tabuik Piaman sebagai icon budaya kota tersebut. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Wong, 2014) yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara citra festival dan juga kepuasan konsumen.

Namun penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari (Pesoth, 2015) dalam penelitiannya mengenai brand image rokok Dunhill tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan. Penelitian tersebut membahas tentang pengaruh Brand Image terhadap kepuasan pelanggan rokok Dunhill menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Namun untuk mempertahankan pelanggan sebaiknya bisa memberikan citra yang baik kepada pelanggan demi menjaga citra yang

baik di mata konsumen. Citra yang baik secara signifikan tidak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan akan tetapi citra yang baik secara tidak langsung akan membuat ketertarikan konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan.

Literatur ini juga relevan dengan penelitian dari (Astini, 2015) dalam penelitiannya mengenai destination image tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian membahas tentang citra destinasi, motivasi berkunjung, serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di destinasi wisata Pantai Carita. Hasil yang didapat menunjukkan ada beberapa aspek yang lebih penting dari citra destinasi, diantaranya ada faktor seperti keindahan pantai. Sehingga penelitian ini menunjukkan kepuasan pengunjung tidak hanya tergantung kepada citra destinasi saja.

Perbedaan budaya, jenis, serta letak geografis sebuah festival menjadi salah satu faktor hasil yang didapatkan berbeda. Budaya yang berbeda di setiap daerah membuat karakteristik masyarakat berbeda dengan daerah lainnya, hal inilah yang membuat pandangan masing-masing masyarakat berbeda juga terhadap citra festival yang mereka terima. Perbedaan kebiasaan itu yang membuat masyarakat setiap daerah bisa berbeda pendapat dari citra festival yang berbeda di daerah mereka. Budaya masyarakat Pariaman bisa berakulturasi dengan budaya tabuik tersebut yang dimana budaya tabuik bukanlah berasal dari daerah Pariaman itu sendiri. Penggabungan budaya asli tabuik dengan norma-norma adat yang berada di daerah Pariaman, sehingga budaya tersebut bisa diterima oleh para petinggi adat daerah Pariaman. Citra yang didapatkan dari festival tersebut hanya berasal dari daerah asalnya, sementara itu festival tersebut sudah di padukan dengan norma-norma yang ada di daerah Pariaman.

Jenis festival juga dapat mempengaruhi pengunjung yang hadir untuk menentukan citra. Festival yang diteliti pada literatur sebelumnya berupa festival makanan yang cenderung lebih memprioritaskan rasa serta tampilan masakan tersebut. Berbeda halnya dengan festival budaya "Tabuik Piaman" yang beroperasi dalam sektor budaya, namun budaya yang digarap dalam festival tersebut bukanlah budaya asli dari daerah tersebut. Hal inilah yang membuat perbedaan hasil yang didapatkan dalam penelitian sebelumnya. Festival makanan bisa mendapatkan citra yang baik dengan memberikan prestise yang baik terhadap pengunjung. Berbeda halnya dengan festival budaya dimana citra yang dihadirkan setidaknya menggunakan keaslian serta keindahan dengan balutan-balutan budaya lokal sehingga membuat festival tersebut mendapatkan citra yang positif dimata para pengunjung yang datang untuk mengunjungi festival tersebut.

Perbedaan dari letak geografis daerah tempat festival itu diadakan secara tidak langsung akan mempengaruhi citra festival tersebut. Perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya adalah daerah dimana diadakannya festival budaya "Tabuik Piaman", di daerah Indonesia yang secara kepercayaan berbeda dengan penelitian sebelumnya. Hal ini membuat citra dari festival tersebut dipandang cenderung negatif.

Namun dari beberapa perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya, hasil yang didapatkan dari penelitian ini mengindikasikan ada beberapa faktor lain yang bisa menyebabkan citra mempengaruhi dari kepuasan pengunjung. Citra yang baik dapat mempengaruhi ataupun meningkatkan niat kunjungan kembali dari pengunjung festival budaya "Tabuik Piaman". Hal tersebut dengan adanya beberapa citra positif dan edukasi yang merata dari pihak pengelola bisa membuat citra festival bisa menjadikan sebagai salah satu cara untuk menarik wisatawan tertarik untuk berkunjung kembali ke daerah tersebut.

Pengaruh Kepuasan terhadap Niat berkunjung kembali

Berdasarkan hasil penelitian ini, pada pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada penonton Festival Budaya Tabuik Piaman. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat Kepuasan memiliki koefisien regresi sebesar 1.058 yang memiliki pengaruh atau arah yang positif terhadap kepuasan dan memiliki nilai

signifikansi sebesar $0.00 > 0.05$. Dengan begitu bisa diindikasikan bahwa kepuasan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap Niat berkunjung kembali yang terjadi pada festival budaya Tabuik Piaman.

Dilihat dari hasil simpulan deskriptif, Kepuasan hasil yang didapatkan merupakan hasil yang paling tinggi dari variabel sebelumnya. Berdasarkan dari tingginya tingkat capaian responden yaitu sejumlah 86% dengan skor rata-rata yaitu 4.285. Skor tersebut berada pada kategori tinggi, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan yang tinggi akan menjamin niat berkunjung kembali pada konsumen.

Kepuasan secara garis besar mengenai bagaimana konsumen tersebut menilai baik atau buruk suatu produk atau layanan. Sehingga bagi pihak festival yang memberikan kepuasan yang tinggi terhadap pengunjung atau penonton Festival Budaya Tabuik Piaman akan membuat para penonton tersebut datang kembali untuk menyaksikan kembali tontonan dari festival tersebut. Tidak jarang para penonton yang datang mayoritas sebelumnya pernah datang untuk mengunjungi dan menonton festival tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan tiga penelitian sebelumnya (Kim et al 2011; Savinovic et al. 2012; Chang et al. 2013) yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara kepuasan dan juga niat berkunjung kembali konsumen. Hasil ini mengindikasikan bahwa warga yang puas akan Festival Budaya Tabuik Piaman memungkinkan untuk mengunjungi festival tersebut di tahun depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pendahuluan, kajian teori dan pengolahan data serta pembahasan terkait hasil pengolahan data yang telah dikaji pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Emotion, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penonton yang menyaksikan dan mengunjungi Festival Budaya Tabuik Piaman. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengaruh emotion pada pengunjung maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.
- b. Kualitas festival, mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan penonton yang menyaksikan Festival Budaya Tabuik Piaman. Hal ini mengindikasikan semakin tinggi pengaruh dari kualitas festival maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung yang datang untuk menikmati Festival Budaya Tabuik Piaman.
- c. Citra festival, berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan penonton yang menyaksikan Festival Budaya Tabuik Piaman. Hal ini mengindikasikan bahwa citra festival berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan penonton Festival Budaya Tabuik Piaman.
- d. Kepuasan, berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali yang membuat penonton kembali mendatangi Festival Budaya Tabuik Piaman. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan maka niat berkunjung kembali akan tinggi.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat penulis berikan untuk Festival Budaya Tabuik Piaman adalah :

Saran implikasi manajerial

Implikasi manajerial dari hasil pembahasan dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi konsumen, pengelola festival budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman dalam mengatasi kekurangan produk berupa jasa yang ditawarkan kepada konsumen yaitu penonton yang hadir menyaksikan pertunjukan festival tersebut, yaitu dengan:

a. Emotion

Memberikan lebih banyak sajian terkait aktivitas tradisional (ritual-ritual adat) agar pengunjung dapat merasakan bagaimana emotional mereka dapat terhibur dengan rangkaian acara adat yang di hadirkan oleh pihak pengelola. Serta menambah berbagai atribut yang mengarah kepada narasi Tabuik Piaman itu sendiri.

b. Kualitas Festival

Memberikan layanan serta sajian pertunjukan yang lebih menarik. Seperti mengundang beberapa bintang tamu terkait pertunjukan yang sesuai dengan adat istiadat masyarakat Kota Pariaman. Memberikan fasilitas-fasilitas utama (toilet, dll) membuat penonton lebih nyaman dalam menikmati pertunjukan tersebut.

c. Citra Festival

Pemerintah serta pengelola Festival Budaya Tabuik Piaman dapat memberikan citra yang positif terhadap rangkaian acara adat yang di selenggarakan Festival Budaya Tabuik Piaman, sehingga masyarakat tidak salah kaprah tentang Festival Budaya Tabuik Piaman.

d. Kepuasan

Dapat meningkatkan atau setidaknya mempertahankan kepuasan pelanggan yang telah ada sehingga nantinya para pengunjung yang menyaksikan festival budaya Tabuik Piaman ini datang kembali untuk meramaikan festival tersebut. Juga dapat menambahkan variabel variabel apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan tersebut.

Saran untuk penelitian yang akan datang

- a. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel-variabel lain yang terkait dengan variabel terikat (dependent) yaitu variabel kepuasan dan variabel niat berkunjung kembali yang terkait dalam pengelolaan seni pertunjukan.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti objek lainnya yang masih dalam ruang lingkup seni pertunjukan pada variabel yang sama.
- c. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode yang berbeda (mix method, atau kualitatif) agar data yang didapatkan menjadi lebih variative dan lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Astini, Rina., Sulistyowati, Indah. *Pengaruh destination image, travel motivation, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung (studi kasus pada wisatawan nusantara muslim di Pantai Carita Pandeglang Banten)*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume 1, Nomor 3.
- Babin BJ, Darden, WR, Babin, LA. 1998. *Negative emotions in marketing research: affect or artifact?* Journal of Business Research 42(3): 271–285.
- Barbeitos, J.M., Valle, P.O.d., Guerreiro, M., and Mendes, J. 2008. *Visitor Motivations, Satisfaction, and Loyalty Towards Castro Marim Medieval Fair*. Journal of Spatial and Organizational Dynamic. Vol. II, Issue 1.
- Cheng, J., Shih. H., Chen. C. (2016). *Festival Revisiting Intention and Quality: The Case of Taiwan's Lantern Festival*. Universal Journal of Management 4(10): 575-580, 2016
- Dub'e L, Menon K. 2000. *Multiple roles of consumption emotions in post-purchase satisfaction with extended service transactions*. International Journal of Service Industry Management 11(3): 287–304.
- Jang S, Namkung Y. 2009. *Perceived quality, emotions, and behavioral intentions: application of an extended Mehrabian–Russell model to restaurants*. Journal of Business Research 62(4): 451–460.

- Kim YG, Suh BW, Eves A. 2010b. *The relationship between foodrelated personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals*. *International Journal of Hospitality Management* 29(2): 216–226.
- Kim, Y. H., Kim, M., & Goh, B. K. (2011). *An examination of food tourist's behavior: using the modified theory of reasoned action*. *Tourism Management*, 32, 1159e1165.
- Lee SY, Huh J, Hong SK. 2008a. *Determining behavioral intention to visit a festival among first-time and repeat visitors*. *International Journal of Tourism Sciences* 8(1): 39–55
- Loi, L. T. I., So, A. S. I., Lo, I. S., & Fong, L. H. N. (2017). *Does the quality of tourist shuttles influence niat berkunjung kembali through destination image and satisfaction? The case of Macao*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32, 115–123. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.06.002>
- Pesoth, Mario Christo. 2015. *Pengaruh kualitas produk, packaging, dan brand image terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan rokok dunhill di Kota Manado*. *Jurnal EMBA* Vol.3 No.3
- Savinovic, A., Kim, S., & Long, P. (2012). *Audience members' motivation, satisfaction, and intention to revisit: an ethnic minority cultural festival*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(7), 682e694.
- Valle, Patricia Oom, Joao Albino Silva, Julio Mendes and Manuela Guerreiro, 2006 “*Tourist Satisfaction and Destination Loyalty intention: A Structural and Categorical Analysis*”. *Int journal of Business Science and Applied Management*, Volume 1, Issue2, pp.26-44
- Wong, J., Wu, H.-C., and Cheng, C.-C., (2014). *An empirical analysis of synthesizing the effects of festival quality, emotion, festival image and festival satisfaction on festival loyalty: a case study of Macau food festival*. *International Journal of Tourism Research*, 10(10), pp. 1-16.

