

# PROSIDING

## Seminar Nasional & Call for Paper

FORUM MANAJEMEN INDONESIA KE 7

*"Dinamika dan Peran Ilmu Manajemen untuk Menghadapi AEC"*



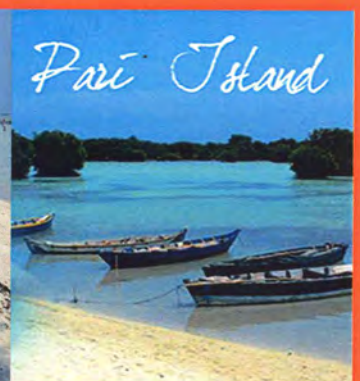
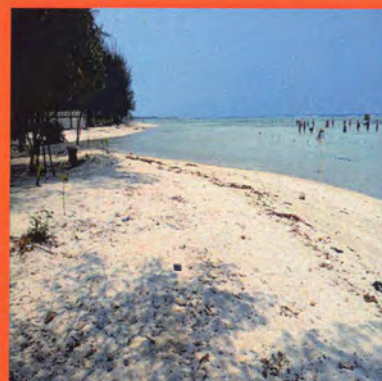
FORUM MANAJEMEN INDONESIA



FIFGROUP



member of ASTRA GROUP



10 - 12 November 2015  
Hotel Discovery Ancol & Kep. Seribu  
Jakarta

ISBN: 978-602-73177-0-3

Host by:



## PANITIA PELAKSANA FMI 7 JAKARTA

Ketua	: Dr. Yasintha Soelasih, SE., M.Si
Sekretaris I	: Dr. Levyda, SE., MM
Sekretaris II	: Dr. Alex Zami, MM Sofa Yulandari, SE., M.Ak
Bendahara	: Dr. Ch. Fara Dharmastuti, SE. MM
Sie. Acara	: Rudy Aryanto, SE., MM
▪ Sub. Sie. Seminar	: Dr. Gatot Nasir Ahmad, M.Si Andrian Haro, SPd., MM Christine Winstinindah Sandroto, SE., MM
▪ Sub. Sie. Call for Paper Prosiding	: Siti Nurjanah, SE., MM Dra. Umi Mardiyati, M.Si Hania Aminah, SPd, MM
▪ Sub. Sie. LAM	: Dr. Hamidah, SE., MM., MBA Brenda Aurista E.F. Rumbajan, SE., MM
▪ Sub. Sie. Tour	: Kurniawan Gilang, SE., MM., MBA Ni Luh Made Vinaya M., SE., MM
Sie. Akomodasi, Konsumsi, Dokumentasi	: Drs. Syahrudin, MM Ika Suhartanti Darmo, SE., MM Kania Ratnasari, ST., MIB
Sie. Dana, Sponsorship	: Hedwigis Esti Riwayati, SE., ME Yohanes Ferry Cahaya, SE., MM Dr. Setyani Dwi Lestari, ME
Sie. Humas, Publikasi	: Adi Susilo Jahja, SE., MM Nicodemus Simu, SE., MM Fangki A. Sorongan, ST., MM

## REVIEWER FMI-7 JAKARTA

- Dr. Levyda, SE., MM. *Universitas Sahid Jakarta*
- Dr. Yasintha Soelasih, SE., MSi., *Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta*
- Dr. Ch. Fara Dharmastuti, MM., *Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta*
- Dr. Enggal Sriwardiningsih, *Universitas Bina Nusantara*
- Dr. Hamidah MSi., *Universitas Negeri Jakarta*
- Dr. Setyani Dwi Lestari, ME., *Universitas Budi Luhur*
- Dr. Alex Zami, *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAI*
- Dr. Gatot Ahmad Nazir. MSi., *Universitas Negeri Jakarta*
- Dr. Dion Dewa Barata, *Kalbis Institute*
- Dr. Suherman, *Universitas Negeri Jakarta*
- Dr. MC Oetami Prasadjaningsih, *Perbanas Institute*
- Dr. Masruchin, *Kalbis Institute*
- Rudy Aryanto SE.,MM *Universitas Bina Nusantara*
- Ni Luh Made Vinaya M, SE., MM, *Universitas Sahid Jakarta*
- Fangky A Sorongan ST.,MM *Perbanas Institue*
- Sofa Yulandari, SE., M.Ak *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAI*
- Kania Ratnasari, ST., MIB., *Uniersitas Sahid Jakarta*
- Kurniawan Gilang, SE., MM., MBA. *Uniersitas Sahid Jakarta*
- Yohanes Ferry Cahaya SE., MM *Perbanas Institue*
- Christine Winstinindah Sandroto, SE., MM. *Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta*
- Ika Suhartanti Darmo, SE., MM , *Kalbis Institute*
- Hania Aminah, S.Pd., MM., *Universitas Negeri Jakarta*
- Hedwigis Esti R SE.,ME *Perbanas Institue*
- Nicodemus Simu SE.,MM *Perbanas Institue*
- Siti Nurjanah, SE., MM., *Kalbis Institute*
- Dra. Umi Mardiyati, M.Si., *Universitas Negeri Jakarta*
- Adi Susilo Jahja, SE., MM., *Perbanas Institue*
- Andrian Haro, S.Si., MM *Universitas Negeri Jakarta*

## DAFTAR ISI

### BIDANG : MANAJEMEN KEUANGAN

- KEU-001** ANALISIS PENGARUH *ASSET GROWTH*, MANAJEMEN LABA, DAN *PRICE TO BOOK VALUE* TERHADAP RETURN SAHAM  
*Astuti Yuli Setyani, Zet Sumbing*
- 
- KEU-002** ANALISIS FAKTOR DEMOGRAFI, LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA  
*Christiana Fara Dharmastuti, Yudith Dyah*
- 
- KEU-003** ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL PERBANKAN  
*Nyi Mas Rizki Noviyah, Hedwigis Esti Riwayati*
- 
- KEU-004** ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT UNDERPRICING PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN *INITIAL PUBLIC OFFERING* (IPO)  
(Studi Empiris Pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode tahun 2011-2013)  
*Said sampang , Sugeng Riyadi*
- 
- KEU-005** ANALISIS KINERJA SAHAM-SAHAM PERUSAHAAN KELUARGA DI BURSA EFEK INDONESIA  
*Arif Singapurwoko*
- 
- KEU-006** ANALISIS KINERJA PERBANDINGAN BANK DEvisa BUMN DAN BANK DEvisa SWASTA PADA TAHUN 2006-2011  
*Umi Mardiyati, Naezmi Renofa, Gatot Nazir Ahmad*
- 
- KEU-007** ANALISIS MANAJEMEN LABA DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PENGAKUISISI SEBELUM DAN SESUDAH AKUISISI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009-2010  
*Sopiani Saragih, Nisrul Irawati*
- 
- KEU-008** ANALISIS PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP DIVIDEN PERUSAHAAN PROPERTI DAN KONSTRUKSI PADA BEI TAHUN 2010-2013  
*Achmad Kautsar, Trias Madanika Kusumaningrum*
- 
- KEU-009** ANALISIS PENGARUH *LAGGED RETURN* INDEKS SAHAM AMERIKA DAN TINGKAT SUKU BUNGA BEBAS RISIKO DOMESTIK TERHADAP RETURN INDEKS SAHAM NEGARA ASEAN TAHUN 2003-2013  
*Ervina Yosephine, Sumani*
- 
- KEU-010** ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA)  
*Kartika Dewi Sri Susilowati*
- 
- KEU-011** ANALISIS PENGARUH REVERSE STOCKSPLIT TERHADAP KINERJA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR PADA BEI  
*Dwinanda Ripta Ramadhan dan Sutrisno*
-

---

**SDM-045** *WORKING PAPER: STUDI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK REKRUTMEN*  
*Anita Maharani*

---

**SDM-046** *PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN FOOD AND BEVERAGE DEPARTMENT PADA HOTEL BIDADARA JAKARTA*  
*Kania Ratnasari, Gilang Maharstya Wardhana, Titin Astuti,*

---

## **BIDANG : MANAJEMEN UMUM**

**MNJ-001** *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR FESTIVAL QUALITY: STUDI KASUS ANIME FESTIVAL ASIA INDONESIA 2014*  
*Siti Rahayu, Erna Andajani*

---

**MNJ-002** *ANALISIS KEKUATAN KINERJA PERGURUAN TINGGI SWASTA (PTS) MELALUI ANALISA SWOT DI KOTA MEDAN*  
*Saskia, Teguh Setiawan, Alda Kartika*

---

**MNJ-300** *ANALISIS KOMPARASI INTENSI KEWIRAUSAHAAN DOSEN DAN MAHASISWA*  
*Hujjatullah Fazlurrahman , Hafid Kholidi Hadi*

---

**MNJ-004** *ANALISIS POTENSI USAHA DAERAH PENGIRIM TKI DI MALANG*  
*Sri Wahjuni Latifah, Waluya Jati, Erna Retno R*

---

**MNJ-005** *ANALYSIS OF TECHNOLOGY READINESS AND TECHNOLOGY ACCEPTANCE OF GEODESY STUDENT IN USING INA GEOPORTAL*  
*Rorim Panday*

---

**MNJ-006** *APLIKASI SIX SIGMA PADA PENGUJIAN KUALITAS PRODUK UMKM: KASUS PADA HAZCLOTHING BANDUNG*  
*Umi Kaltum, Riantari Tisna*

---

**MNJ-007** *BENARKAH BANK SYARIAH BERBEDA DENGAN BANK KONVENSIONAL, PERSPEKTIF KEUNGGULAN BERSAING*  
*Surachman Surjaatmadja, Ahmad Adriansyah*

---

**MNJ-008** *BLUE BLOOD MADURA[1] IN ORGANIZATIONAL STRUCTURE AND THE ECONOMIC COMMUNITY EDUCATION*  
*Amaliyah Asad*

---

**MNJ-009** *CUSTOMER BASED BRAND EQUITY PRODUK UMKM: ANALISIS VARIABEL ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI*  
*Hartini, Sri.*

---

**MNJ-010** *DINAMIKA KOMUNIKASI POLITIK DI KASKUS PADA PERIODE KAMPANYE PEMILIHAN PRESIDEN 5 JUNI – 5 JULI 2014*  
(Studi pada Aktifitas Kaskuser dalam Pemilihan Presiden 2014)  
*Muhammad Muhtadin Kholil , Gancar Candra Premananto*

---

**MNJ-011** *DOMINASI DETERMINAN PENDAPATAN UMKM SEKTOR JASA DAN PERDAGANGAN DI KABUPATEN JEMBER*  
*Hari Sukarno, Hadi Paramu, Yeni Hilma Dwiyantri*

---

**MNJ-012** *ENERGIZING ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS IN INDONESIA*  
*Leonardi Lucky Kurniawan*

---

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR *FESTIVAL QUALITY*: STUDI KASUS ANIME FESTIVAL ASIA INDONESIA 2014

Siti Rahayu

Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya  
sitirahayu151@gmail.com

Erna Andajani

Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya  
worldnot2013@gmail.com

### Abstract

*Anime Festival Asia Indonesia (AFA ID) is a cultural festival associated with the hobby of anime and performances related to Japanese culture. This festival is held from 2012 until today the number of visitors increased. The organizers try to provide a good service by providing excellent facilities such as the provision of an online ticket, decorating the stage, the room layout, and other supporting facilities. The purpose of this study aimed to confirm the factors Festival Quality on previous research relevant used at this time. The object of this study is the Anime Festival Asia Indonesia 2014 (AFA ID2014). Data processing was performed by using SPSS 18 for windows. The sampling technique used was non-probability sampling with sampling type convenience. The samples used in this study was 150 respondent. Data is processed using the mean, standard deviation, and Confirmatory Factor Analysis. The results of this study showed that of the six dimensions festival quality: facilities, staff, comfort amenities, information, convenience, and program is divided into 27 questions in previous research, is still relevant for research. There are only four elements of questions that are not used because they do not meet the specified loading factor. Comfort amenities is the factor of festival quality that can be explained best by eigenvalue of 2.72 and 90.73 variants explain.*

*Key words: Service Quality, Serviescape, Festival Quality.*

## PENDAHULUAN

Welthagen (2014) menyatakan perubahan sosial, budaya, teknologi dan politik selama lima puluh (50) tahun pertama abad kedua puluh telah menyebabkan pertumbuhan pariwisata. Pariwisata menjadi industri besar di seluruh dunia (Page & Connell, 2006). Allen, Bowdin, O'Toole, Harris dan McDonnell (2010) juga berpendapat bahwa kondisi tersebut berpengaruh terhadap dunia usaha dan mendorong pertumbuhan pendapatan.

Esu (2014) menyatakan bahwa pengakuan terhadap pariwisata *event* khusus menjadi pemicu terhadap kondisi sosial-ekonomi destinasi wisata. Hal ini mendorong munculnya peningkatan jumlah wisata festival dan *event* yang diadakan dalam di Nigeria. Pengelola destinasi wisata

Merubah upacara budaya sebagian masyarakat menjadi produk wisata budaya.

Festival telah menjadi wisata yang unik, karena tidak perlu mengandalkan pembangunan fisik yang mahal (Kim *et al.*, 2002). Organisasi pengelola destinasi (DMO) mengembangkan dan mempromosikan warisan budaya dan masyarakat sebagai sarana untuk menarik dan meningkatkan pengalaman pengunjung. Oleh karena itu festival diklasifikasikan sebagai jenis wisata budaya dan atraksi wisata dengan fitur unik (Formica dan Uysal, 1998). Festival budaya khususnya, memberikan kesempatan untuk menampilkan warisan destinasi yang kaya, tradisi lokal, latar belakang etnis, dan *landscape* budaya (McKercher *et al.*, 2006). Festival budaya meningkatkan kebanggaan lokal dan menyediakan beberapa kesempatan rekreasi (Long dan Perdue, 1990). Festival juga sebagai sarana memperkenalkan budaya suatu negara kepada negara lain.

Lee, Petrick, dan Crompton (2007) menyatakan bahwa, persaingan yang meningkat membuat bisnis dan organisasi pariwisata perlu mengembangkan metode yang efektif agar lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Fokus penelitian Lee, Petrick, dan Crompton adalah pada festival.

Seperti *provider* rekreasi dan pariwisata lainnya, penyelenggara festival cenderung berpendapat bahwa tujuan utama mereka adalah untuk memberikan kualitas tinggi, pengalaman yang memuaskan serta membuat pengunjung mendapatkan nilai yang baik untuk meningkatkan probabilitas pengunjung akan kembali di masa depan dan/atau merekomendasikan festival kepada orang lain dalam lingkungan sosial mereka.

Berbagai penelitian awal tentang kualitas layanan festival (Baker dan Crompton, 2000; Childress dan Crompton, 1997; Crompton dan Love, 1995; Wicks dan Fesenmaier, 1993) telah menetapkan bahwa persepsi pengunjung terhadap kualitas layanan festival, penting untuk keberhasilan festival (Tkaczynski dan Stokes, 2010). Yoon, Lee dan Lee (2010) berpendapat bahwa tinjauan literatur yang relevan sangat mendukung pandangan bahwa tingkat persepsi kualitas layanan pelanggan penting bagi kepuasan pengunjung.

Penyelenggaraan festival seringkali sangat dipengaruhi oleh pengaruh budaya. Salah satu tren budaya yang diminati saat ini adalah budaya Jepang yaitu komik (*manga*), kartun atau animasi (*anime*), dan makanan Jepang. Dengan keunikan masing-masing, tiap bentuk kebudayaan Jepang berhasil menyebarkan pengaruh kebudayaannya tidak hanya di kawasan Asia Timur, tetapi juga memasuki kawasan Asia Tenggara (Rahayu, 2011).

Salah satu festival budaya yang cukup diminati saat ini adalah *cosplay*. *Cosplay* (コスプレ *Kosupure?*) adalah kata-kata bahasa Jepang yang dibuat dari menggabungkan dua kata dari bahasa Inggris (*wasei-eigo*) "*costume*" dan "*play*". *Cosplay* merupakan sebuah pertunjukan seni di mana para pesertanya menggunakan kostum dan aksesoris yang menunjukkan secara spesifik suatu karakter atau ide. Pada umumnya *cosplay* mengacu pada *manga* dan *anime*. (<http://www.lagingetop.com>).

## KAJIAN PUSTAKA

### **Event dan Festival**

Menurut Ozdemir dan Culha (2009), pertumbuhan festival dalam ukuran, popularitas dan keragaman dalam beberapa tahun terakhir sebagai acara khusus telah menjadi potensi pariwisata yang besar. Van Zyl (2011) dan Yolal, serta Woo, Cetinen dan Uysal (2012) menyatakan tampilan festival sebagai wisata yang unik telah mengalami pertumbuhan global dan memperoleh popularitas dalam beberapa tahun terakhir. Liang et al. (2008) menegaskan bahwa festival meningkatkan pariwisata budaya masyarakat setempat,

memberikan masing-masing masyarakat kesempatan untuk berbagi dan merayakan budaya dan prestasi bersama pengunjung sambil membantu masing-masing komunitas untuk mengembangkan identitasnya sendiri. Menurut Liang et al. (2008), wisata budaya dan festival memainkan peran penting dalam meningkatkan kehidupan masyarakat setempat. Panitia acara menggunakan tema budaya dalam acara tahunan untuk menarik pengunjung dan meningkatkan pariwisata berkelanjutan. Yoon et al., (2010) menyatakan, berbagi informasi tentang warisan budaya yang unik, adat istiadat setempat dan latar belakang etnis memberikan kesempatan masyarakat lokal untuk mempublikasikan budaya mereka. Berbagai macam festival dan festival seni tersebut menurut Van Zyl (2008) merupakan bagian dari *event* (Welthagen, 2014).

Menurut Noor (2009:7) *event* adalah kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Setiap *event* selalu mempunyai tujuan utama untuk apa diselenggarakan. Salah satu tujuan utama dari *event* ada pada target sasarannya atau target pengunjung yang diharapkan akan hadir dalam *event* yang diadakan. Menurut Noor (2009:179) kunci utama *event* adalah pengunjung mengetahui manfaat apa yang akan didapat melalui sebuah *event*. *Event* yang diadakan memang bertujuan untuk mendatangkan jumlah pengunjung yang mencapai target atau bahkan melebihi target yang diharapkan dan ditetapkan. Karena jumlah pengunjung yang sesuai atau melebihi target adalah salah satu kesuksesan sebuah *event* (Noor, 2009:182).

Definisi *event* menurut Shone and Parry (2002) adalah fenomena yang muncul dari kesempatan non rutin yang memiliki *leisure*, kultural, personal atau sasaran dari organisasi yang dipisahkan dari aktivitas normal kehidupan sehari-hari, dimana tujuannya adalah untuk memberikan penjelasan, merayakan, menghibur atau menantang pengalaman dari sebuah kelompok masyarakat.

Dari beberapa pernyataan ahli dapat disimpulkan bahwa *event* adalah suatu kegiatan atau fenomena hidup yang dilakukan untuk merayakan, menghibur dan menerangkan orang-orang yang terlibat di dalamnya. Selain itu *leisure*, *culture*, *celebrate* dan *entertain* selalu menjadi unsur utama atau tujuan utama dari setiap orang yang mengadakan atau merancang *event* (Winahyu, 2010)

### **Festival Quality**

Konsep kualitas layanan telah dipelajari oleh para peneliti selama beberapa dekade. Namun, tidak ada teori mutlak tentang bagaimana membangun kualitas layanan terbaik (Chang *et al.*, 2002). Agar lebih relevan dalam melakukan penelitian beberapa ahli (Baker dan Crompton, 2000; Cole dan Illum, 2006; Lee *et al.*, 2008, 2009; Cole dan Kanselir, 2009; Crompton dan Love, 1995; Tkaczynski dan Stokes, 2010; Yoon, *et al.*, 2010) mengusulkan apa yang disebut sebagai model SERVPERF. Cronin dan Taylor (1992) memberikan bukti empiris di empat industri yaitu bank, pengendalian hama, pengeringan pembersihan, dan makanan cepat saji untuk menguatkan keunggulan dimensi mereka dalam model SERVQUAL. Dalam penelitian sebelumnya di Dickens pada festival pantai, Galverston *et al.* (1995) berusaha untuk menentukan pendekatan validitas alternatif untuk mengukur kualitas layanan yang dirasakan di sebuah festival. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kualitas pelayanan festival dilakukan dengan mengukur kinerja (Chang *et al.*, 2002).

Baker dan Crompton, (2000); Lee *et al.*, (2009); Tkaczynski dan Stokes, (2010); Yoon *et al.*, (2010) dalam Wei-Chiang, (2012) menggunakan pengukuran untuk meneliti festival lainnya seperti pada festival Jazz Australia dan Blues Festival. Penelitian itu menyebabkan terciptanya dimensi FESTPERF yang berbeda dari dimensi SERVPERF secara umum dan tidak meniru faktor SERVQUAL Tkaczynski dan Stokes (2010). Tkaczynski dan Stokes (2010) menyimpulkan bahwa studi ini difokuskan pada salah satu festival dari jenis tertentu tidak dapat di generalisasikan. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini mengadopsi penelitian sebelumnya oleh Wen-Chiang Cen *et al.*, (2012) untuk mengukur *Festival Quality* melalui persepsi pengunjung. *Festival Quality* merupakan teori kualitas layanan yang mengalami penyesuaian terhadap jasa *event* festival. *Festival Quality* dimaknai sebagai evaluasi yang dilakukan pengunjung festival untuk mengukur kinerja festival tersebut.

Hoffman dan Bateson (2006) memberikan definisi kualitas layanan sebagai berikut: "*Service quality is an attitude formed by a long-term, overall evaluation of a firm's performance*". Semakin banyak hasil kinerja mereka di evaluasi baik oleh pelanggan maka kualitas layanan perusahaan tersebut semakin terjamin.

Parasuraman *et al.* (1988) dalam Santouridis dan Travelas (2010:333) menyatakan: *service quality as "the overall evaluation of a specific service firm that result from comparing that firm's performance with the customers'*

*general expectations of how firms in that industry should perform*. Kualitas layanan dinilai sebagai keseluruhan hasil evaluasi layanan sebagai hasil kinerja perusahaan dikaitkan dengan harapan pelanggan, dalam hal ini menunjukkan seberapa tinggi kinerja perusahaan berdasarkan penilaian pelanggan. Pengukuran kualitas layanan organisasi tergantung pada evaluasi pelanggan atas layanan tersebut. Parasuraman *et al.* (1988) dalam Utama (2003) mengemukakan kualitas layanan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya. Dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Baik buruknya kualitas layanan bukan berdasarkan persepsi penyedia layanan tetapi berdasar persepsi konsumen terhadap prosesnya secara menyeluruh. Persepsi terhadap kualitas layanan menunjukkan keyakinan konsumen terhadap layanan yang diterima atau layanan yang dialami (Parasuraman, *et al.*, 1988).

Parasuraman (1998) dalam Kaul (2005:4) menyatakan, kualitas layanan terdiri atas lima dimensi pokok yaitu: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Parasuraman (1984:84) dalam Mulyadi (2007:2) mengemukakan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang dipersepsikan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan memuaskan. Kondisi yang sangat ideal adalah jika layanan yang dirasakan konsumen melebihi harapan. Di sisi lain, bila jasa yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Persepsi yang buruk menyebabkan pelanggan tidak berminat lagi pada penyedia jasa. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan secara konsisten.

Zeithaml (1998) dalam Hawary, *et al.*, (2010:70) menyatakan bahwa kualitas yang dipersepsikan konsumen menggambarkan opini konsumen mengenai keunggulan layanan tersebut. Layanan berkualitas jika kinerja produk atau jasa lebih baik dari layanan lain yang bisa diterima pelanggan. Pengukuran ini adalah bentuk komparatif. Lethinen dan Lethinen (1982) dalam Khodayari dan Khodayari (2011:40), mengungkapkan bahwa berdasarkan pada perspektif pelanggan, evaluasi atas kualitas dilihat dari dua perspektif pelanggan, evaluasi atas kualitas dilihat dari dua perspektif yaitu perspektif proses dan perspektif *outcome*. Perspektif proses menjelaskan seberapa baik penilaian pelanggan atas berlangsungnya proses



penyampaian jasa dan perspektif outcome menunjukkan seberapa tinggi kualitas atau manfaat yang bias didapatkan dari layanan bersangkutan. Parasuraman, *et al.*, (1998) dalam Kaul (2005:4) menyatakan, agar dapat menggambarkan *service quality* pada sektor *event* dilakukan penyesuaian terhadap dimensi yang digunakan (Wen-chiang, 2012).

*Provider* memberikan layanan secara efektif ketika memberikan kualitas layanan pada tingkat yang lebih tinggi kepada pengunjung (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry 1988; Brown dan Swartz 1989). Namun, kualitas layanan merupakan konstruk yang sulit dipahami, sulit untuk didefinisikan dan diukur (Brown dan Swartz 1989; Carman 1990; Parasuraman, Zeithaml, dan Berry 1985, 1988). Selanjutnya, Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1996) mencatat bahwa lebih sulit bagi konsumen jasa, seperti turis untuk mengevaluasi kualitas daripada konsumen dari sebuah produk karena jasa tidak berwujud, heterogen, dan tak terpisahkan (Lee, Petrick, dan Crompton, 2007).

Lee, *et al.* (2008:56) menyatakan, penentuan dimensi *festival quality* didasarkan pada penelitian sebelumnya yaitu tentang *servicescape*. Menurut Bitner (1992) *servicescape* adalah lingkungan dimana layanan dibuat dan adanya interaksi antara pelaku layanan dan konsumen, dikombinasikan dengan komoditas nyata yang memfasilitasi kinerja layanan. Bitner (1992) mengemukakan ada 3 dimensi *servicescape* yaitu: (1) *ambient condition*: karakteristik lingkungan yang dapat dirasakan kelima indra. Dimensi ini mencakup musik, aroma, dan warna, (2) *spatial layout and functionality*: tata letak spasial (ruang) merupakan rancangan penempatan, ukuran, bentuk perabotan yang mendukung dan memudahkan konsumen, dan (3) *signs, symbols and artifacts*: ketersediaan tanda-tanda yang akan memandu pelanggan secara jelas saat proses penghantaran layanan berlangsung.

*Servicescape* pada festival adalah hal yang memiliki perbedaan dibanding pada jasa lainnya. Cole and Chancello (2009) berpendapat ada 3 hal yang sangat berpengaruh pada *Festival Quality* yaitu: (1) *programs*: acara yang berkaitan dengan keunikan *stand/counter*, souvenir festival, kegiatan yang akan dilangsungkan, seni yang akan ditampilkan, dan susunan acara yang terstruktur, (2) *amenities*: akses terhadap keinginan tertentu dari setiap konsumen seperti, kamar kecil, tempat makan, tempat duduk, atau tempat beristirahat, dan (3) *entertainments*: faktor yang menjadi daya tarik atau hiburan selama festival, pertunjukan langsung, musik, dan tampilan festival.

Wen-Chiang Chen, *et al.* (2012:9) mengemukakan *festival quality* terdiri dari 6 dimensi: (1) *facilities*: segala aspek yang berwujud dan dapat dilihat oleh pengunjung festival, seperti: keindahan festival, tata ruang, variasi fasilitas, kenyamanan festival, dan kegunaan fasilitas yang disediakan, (2) *staff*: anggota yang bekerja secara profesional dan memiliki pengetahuan tentang festival agar dapat berinteraksi dengan pengunjung untuk memberikan pertolongan jika di butuhkan, meliputi: kecepatan menanggapi permintaan, sikap bersahabat, pengetahuan tentang festival, profesionalisme, keinginan untuk membantu, dan jumlah anggota dalam festival tersebut, (3) *comfort amenities*: segala fitur yang digunakan untuk menambah kenyamanan pengunjung selama berada di festival seperti: jumlah kursi, pencahayaan, pengaturan temperatur, akses untuk menuju fasilitas untuk kebutuhan khusus seperti toilet atau tempat makan, tempat informasi, dan tempat penitipan barang, (4) *information availability*: ketersediaan informasi untuk mempermudah pengunjung dalam melakukan aktivitas selama festival atau menuju ke festival. Ketersediaan informasi yang dapat membantu konsumen seperti: papan petunjuk, brosur pemberitahuan, dan tanda keberadaan festival, (5) *convenience*: segala aspek yang dapat memberikan kemudahan pada pengunjung festival seperti: lahan parkir, jam operasional festival, adanya kamar mandi atau toilet, dan adanya tempat beristirahat, (6) *program*: atraksi utama yang menjadi daya tarik pengunjung pada festival, seperti: pengorganisasian acara yang baik, variasi penampilan acara, kemenarikan acara, nilai-nilai yang dapat diambil dalam penampilan acara, dan souvenir dari acara tersebut. McKercher *et al.*, (2006) menyatakan, pemahaman terhadap keinginan pengunjung untuk mengunjungi festival dan pengalaman yang dapat diberikan kepada pengunjung saat mengunjungi festival, menjadi evaluasi tersendiri bagi kemajuan festival dalam persaingan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang dapat menggambarkan mengenai analisis faktor *festival quality* pada kasus Anime Festival Asia Indonesia 2014.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data diperoleh dari hasil pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden yang telah ditetapkan berdasarkan pada pendapat atau tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Selain itu sebagai data pendukung peneliti juga menggunakan data sekunder yang didapat melalui sumber internet dan buku-buku referensi yang diolah kembali atau dikutip.

Target populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Anime Festival Asia 2014. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik, berjenis kelamin perempuan dan laki-laki, dan pendidikan minimal SMP, karena pada tingkat pendidikan tersebut pengunjung dianggap telah dapat memahami dan mampu merespon tanggapan dengan benar.

Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sejumlah 150 orang. Menurut Hair, Bush, Ortinau (2003:361) untuk pengujian pasar memungkinkan jumlah responden sebanyak 150 - 200 orang. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui (*non probability sampling*), dan teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dipilih dari anggota populasi yang datanya mudah diperoleh, dan paling cepat, serta dapat memberikan informasi yang akurat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner penelitian ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu bagian I berisi pertanyaan karakteristik responden yang terdiri dari: jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pengeluaran perbulan, dan kota tempat tinggal. Bagian II berisi 5 pertanyaan yang berkaitan dengan perilaku pengunjung terdiri dari: frekuensi kunjungan pada festival ini, dari mana memperoleh informasi, dengan siapa berkunjung ke festival, apakah mengunjungi festival ini secara terencana, dan kendaraan yang digunakan menuju lokasi festival. Bagian III terdiri dari 27 pertanyaan yang mencakup 6 dimensi, yaitu *facilities* (6 item pertanyaan), *staff* (6 item pertanyaan), *convenience* (4 item pertanyaan), *information* (3 item pertanyaan), *convenience* (4 item pertanyaan), dan *program* (4 item pertanyaan).

Gambaran profil responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa 67,3% responden berjenis kelamin pria dan 32,7% responden berjenis kelamin wanita, (2) Profil responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa 59,4% responden berusia di bawah 31 tahun, sedangkan responden yang berusia 31 tahun atau lebih sebesar 40,7%, (3) Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, diketahui responden dengan pendidikan minimal SMA berjumlah 72% sedangkan responden dengan tingkat pendidikan SMP sebesar 28%, (4) Berdasarkan pekerjaan responden, 93,3% adalah pelajar dan mahasiswa sedangkan, responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 6,7%, (5) Data pengeluaran perbulan responden menunjukkan bahwa 93,3% adalah responden yang memiliki pengeluaran perbulan kurang dari Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000 dan 6,7% responden memiliki pengeluaran antara

Rp 3.000.001 – Rp 6.000.000, dan (6) Berdasarkan tempat tinggal responden, 41,3% responden bertempat tinggal di Jakarta dan persentase lainnya berasal dari Surabaya, Bekasi, Tangerang, Malang, Bandung, Semarang, Gresik dan Yogyakarta.

Data responden berdasarkan perilaku pengunjung adalah sebagai berikut: (1) berdasarkan frekuensi kunjungan, responden yang mengunjungi festival ini untuk pertama kali sebanyak 62% sedangkan responden yang telah berkunjung untuk kedua kalinya atau lebih sebesar 38%, (2) berdasarkan sumber informasi, 38,7% responden memperoleh informasi dari internet (web, blog, sosial media) dan persentase terendah adalah responden memperoleh informasi dari surat kabar sebesar 10%, (3) berdasarkan perilaku dengan siapa responden berkunjung ke festival, sebanyak 52,7% responden datang bersama teman dan persentase terendah adalah responden yang datang bersama keluarga yaitu sebesar 9,1%, (4) berdasarkan perencanaan mengunjungi festival, sebanyak 66,7% responden merencanakan kedatangannya pada festival ini dan persentase terendah adalah responden yang tidak merencanakan kedatangannya pada festival ini yaitu sebesar 33,3%, (5) berdasar alat transportasi yang digunakan, sebesar 38,7% responden datang menggunakan transportasi umum dan kendaraan tidak ber mesin dan persentase terendah adalah responden yang datang mengendarai sepeda motor yaitu sebesar 10%.

Bagian selanjutnya membahas hasil tanggapan responden terhadap kuesioner bagian III yakni bagian pernyataan. Pada hasil analisa faktor diketahui bahwa dari 27 item pertanyaan terdapat 4 pertanyaan yang di hapuskan sehingga menjadi 23 pernyataan yang menggambarkan dimensi pada faktor festival quality AFA ID 2014. Jadi indikator-indikator yang dominan membentuk konstruk pada kualitas layanan festival terdiri dari 23 item yang terbagi pada 6 dimensi.

Bagian ini membahas 6 dimensi yang mempengaruhi *festival quality* pengunjung Anime Festival Asia Indonesia 2014 yaitu *facilities*, *staff*, *comfort amenities*, *information*, *convenience*, dan *program*. Berdasarkan skala numerik 1 – 5 yang digunakan, maka untuk dapat mengetahui penilaian responden terhadap faktor-faktor *festival quality* para pengunjung Anime Festival Asia Indonesia 2014, data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan perhitungan rumus nilai *mean* dan simpangan baku atau standar deviasi untuk setiap pernyataan pada tiap dimensi yang terdapat pada *festival quality*.

Dari tabel 1 (lampiran) dapat dijelaskan bahwa nilai *mean* secara keseluruhan jawaban responden mengenai faktor yang

mempengaruhi *festival quality* Anime Festival Asia Indonesia 2014 adalah 3,78 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,75. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung mempersepsikan bahwa kualitas layanan pada AFA ID 2014 baik. Nilai *mean* tertinggi adalah dimensi informasi dengan memperoleh nilai *mean* sebesar 4,04 dan nilai standar deviasi sebesar 0,67. Sedangkan dimensi dengan nilai *mean* terendah sebesar 3,57 dan standar deviasi sebesar 0,87 yaitu dimensi *comfort amenities*. Hal ini menunjukkan bahwa kejelasan informasi pada acara AFA ID 2014 mendapatkan respon terbaik dari pengunjung festival.

Dimensi *facilities* menunjukkan bahwa pernyataan yang memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu “area festival pada AFA ID 2014 luas” sebesar 4,54 dengan standar deviasi 0,5. Sedangkan nilai *mean* terendah sebesar 2,83 dan standar deviasi 0,37 yaitu pernyataan “area AFA ID 2014 bersih”. Dari sisi fasilitas, area yang luas mempunyai persepsi yang paling baik berdasarkan persepsi pengunjung. Festival ini diadakan di Jakarta Convention Center yang merupakan tempat penyelenggaraan konvensi, sehingga cukup luas bagi penyelenggaraan acara AFA ID 2014.

Dimensi *staff* menunjukkan bahwa pernyataan yang memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu “*staff* berpengalaman luas tentang festival AFA ID 2014” sebesar 4,31 dengan standar deviasi 0,84. Sedangkan nilai *mean* terendah dari dimensi ini sebesar 3,79 dengan standar deviasi 0,77 yaitu pernyataan “*staff* AFA ID 2014 bersikap profesional”. Acara AFA ID 2014 merupakan acara serangkaian festival anime tahunan yang diselenggarakan oleh Sozo dan Dentsu di kawasan Asia Tenggara. Sozo dan Dentsu adalah dua *Event Organiser* yang bergerak di bidang *event* kebudayaan Jepang, yang bermarkas di Singapura. Keberhasilan penyelenggaraan AFA ID di Indonesia pertama di tahun 2012 membuat acara tersebut secara rutin diadakan di Indonesia dengan penyelenggaraan yang profesional.

Dimensi *comfort amenities* menunjukkan bahwa pernyataan yang memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu “suhu udara pada AFA ID 2014 cukup” sebesar 4,15 dengan standar deviasi 0,79. Sedangkan nilai *mean* terendah sebesar 2,75 dengan standar deviasi 0,84 yaitu pernyataan “pencahayaan pada AFA ID 2014 cukup”. Penyelenggaraan AFA ID 2014 di Jakarta Convention Center membuat pengunjung merasa nyaman dari sisi suhu udara. Namun masalah pencahayaan persepsi pengunjung lebih rendah karena pencahayaan dipengaruhi selera pengunjung yang berbeda terhadap keberadaan pencahayaan dalam sebuah acara.

Dimensi informasi menunjukkan bahwa pernyataan yang memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu “papan petunjuk pada

AFA ID 2014 jelas” sebesar 4,43 dengan standar deviasi 0,52. Sedangkan nilai *mean* terendah sebesar 3,63 dengan standar deviasi 0,81 yaitu pernyataan “Petunjuk arah menuju AFA ID 2014 jelas”. Hal ini dapat dilihat pada area penyelenggaraan festival yang memiliki banyak papan petunjuk untuk memberikan informasi yang jelas bagi pengunjung.

Dimensi *convenience* menunjukkan bahwa pernyataan yang memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu “tersedia ruang istirahat yang memadai pada AFA ID 2014” sebesar 4,05 dengan standar deviasi 0,73. Sedangkan nilai *mean* terendah sebesar 2,12 dengan standar deviasi 0,88 yaitu pernyataan “toilet pada AFA ID 2014 memadai”. Dipilihnya Jakarta Convention Center sebagai tempat penyelenggaraan AFA ID karena pengelolaan gedung *convention center* lebih profesional dengan sarana dan fasilitas yang memadai bagi pengunjung. Namun, banyaknya pengunjung membuat fasilitas toilet yang tersedia menjadi kurang memadai.

Dimensi *program* menunjukkan bahwa pernyataan yang memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu “program pada AFA ID 2014 menarik” sebesar 4,27 dengan standar deviasi 0,82. Sedangkan nilai *mean* terendah sebesar 3,35 dengan standar deviasi 0,59 yaitu pernyataan “program pada AFA ID 2014 bervariasi”. Acara AFA ID merupakan festival yang dirancang dengan menarik yang terdiri dari serangkaian acara seperti: *cosplay*, *experience zones*, *featured anime*, *i love anisong concert*, dan adanya *special guest*. Anime dan Jepang penggemar Popular Culture akan menikmati *line-up electrifying* dari Anisong (anime lagu) dibintangi langsung dari Jepang. Mereka bisa bertatap muka dengan bintang tamu dari Jepang dan menikmati persembahan terbaru, lengkap dengan barang premium asli, pemutaran film, kegiatan *-cosplay* terkait, serta pembantu dan pelayan kafe. Pengunjung akan menikmati pengalaman yang mirip dengan distrik Akihabara di Jepang.

AFAID 2014 akan fokus pada konten yang populer dan tren terbaru berdasarkan kepentingan dan preferensi penonton Indonesia.

Tabel 3 menunjukkan analisis faktor dari *festival quality* yang telah dihapus elemennya dengan faktor *loading* di bawah 0,5. (1) *Facilities*: faktor ini memiliki eigenvalue di atas 1 (3,50). Faktor ini dijelaskan melalui 5 item pertanyaan dengan nilai *variance explain* sebesar 70,01%, (a) Fasilitas yang baik, (b) Area AFA ID 2014 bersih, (c) Tata letak pada AFA ID 2014 efektif, (d) Fasilitas yang lengkap, dan (e) Area yang luas. (2) *Staff*: Faktor ini memiliki eigen value di atas 1 (4,96) faktor ini di jelaskan melalui 6 item pernyataan dengan *variance explain* 82,62%

yaitu (a) *Staff* yang tanggap, (b) *Staff* yang ramah, (c) *Staff* berpengetahuan luas tentang festival AFA ID 14, (d) *Staff* bersikap profesional, (e) *Staff* bersedia membantu pengunjung, (f) Jumlah *Staff* yang cukup. (3) *Comfort amenities* : Faktor ini memiliki eigen value di atas 1 (2,72) faktor ini di jelaskan melalui 3 item pernyataan dengan variance explain 90,73% yaitu (a) Jumlah kursi yang memadai, (b) Pencahayaan yang cukup, dan (c) Suhu udara yang cukup. (4) *Information*: Faktor ini memiliki eigen value di atas 1 (2,07) faktor ini di jelaskan melalui 3 item pernyataan dengan variance explain 68,91% yaitu (a) Papan petunjuk yang jelas, (b) Pamflet yang jelas, dan (c) Petunjuk arah yang jelas. (5) *Convenience*: Faktor ini memiliki eigenvalue di atas 1 (3,31) faktor ini di jelaskan melalui 4 item pernyataan dengan variance explain 82,64% yaitu (a) Ruang parkir yang mencukupi, (b) Jam operasional yang sesuai, (c) Toilet yang memadai, dan (d) Tersedia ruang istirahat yang memadai. (6) *Program* : Faktor ini memiliki eigenvalue di atas 1 (1,42) faktor ini dijelaskan melalui 2 item pernyataan dengan variance explain 70,89% yaitu (a) Program terorganisir dengan baik, dan (b) Program yang mendidik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan tanggapan responden terhadap kualitas layanan AFA ID 2014 menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap kualitas layanan AFA ID 2014 baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 3,78.

*Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 23 indikator yang dominan membentuk konstruk dari *festival service quality*. Festival service quality itu sendiri terdiri dari 6 dimensi yaitu *facilities, staff, comfort amenities, information, convenience, dan program*.

Indikator yang dominan dalam penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Chen, Lee dan Lin, 2012). Penelitian Chen, Lee dan Lin (2012) dilakukan di Taiwan dengan studi kasus pada Neiman Song Jiang Jhen Battle Array Festival. Dalam penelitian ini, dari 31 atribut festival service quality, hanya 25 atribut yang dominan dari hasil CFA.

Penelitian ini menghasilkan indikator untuk *festival service quality* pada studi kasus AFA ID 2014. Berbagai penelitian lainnya perlu dilakukan, karena festival sangat berkembang baik dari sisi jumlah maupun variasinya sesuai dengan

berkembangnya industry *MICE* (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Hal ini memungkinkan berkembangnya indikator *festival service quality*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baker D.A. dan Crompton JL (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Ann. Tourism Res.*, 27(3): 785-804.
- Chang C.M. Chen C.T. dan Hsu CH (2002). A Review Of Service Quality In Corporate And Recreational Sport/Ritness Programs. *The Sport J.* 5(3).
- Chen, Wen-Chiang. Cheng-Fei Lee. dan Ling-Zhong Lin. (2012). Investigating Factor Affecting Festival Quality: A Case Study Of Neimen Song Jiang Jhen Battle Array, Taiwan. *African Jurnal of Marketing Management Vol.* 4(2).
- Cole S.T. dan Chancellor H.C. (2009). Examining The Festival Attributes That Impact Visitor Experience, Satisfaction And Revisits Intention. *J. Vacation Mark.*, 15(4): 323-333.
- Esu, Bassey Benjamin. (2014). Analysis Of Event Quality, Satisfaction And Behavioural Intentions Of Attendees Of Calabar Festival, Nigeria. *International Journal of Business and Administration Research Review*, Vol.2, Issue.4, Jan-March.
- Formica S., Uysal M. (1998). Market Segmentation Of An International Culture-Historical Event In Italy. *Journal Travel Research.* 36(3): 16-24.
- Hoffman, K. Douglas, dan John E.G. Bateson. 1997. *Essentials of Service Marketing*. Florida: the Dryden Press
- Lee, So Yon, James F.P., dan John Crompton. (2007). The Roles of Quality and Intermediary Constructs in Determining Festival Attendees' Behavioral Intention. *Journal of Travel Research*, Vol. 45(4), May 2007, 402-412.
- McKercher, W.S. Mei WS. Dan Tse T.S.M. (2006). Are Short Duration Cultural Festivals Tourist Attractions?. *Journal of Sustainability Tourism.* 14(1): 55-66.

Noor, Any. (2009:7,179-182). Manajemen Event. Bandung.

Parasuraman A, V.A. Zeithaml, L.L. Berry (1988). *SERVQUAL: A Multi-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality*. Journal of Marketing. 64(1): 12-40.

Santouridis, I and Trivellas, P. (2010). Investigating The Impact Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Mobile Telephony In Greece. the TQM Journal. Vol. 22 No. 3, pp. 330-343.

Sekaran, Uma. (2000). Research Methods for Business, America: Third Edition, John Wiley & Sons, Inc.

Tkaczynski, Aaron dan Robin Stokes. (2010). Festperf: A Service Quality Measurement Scale For Festivals. Event Management, Vol. 14, pp. 69-82 2010

Welthagen, Lisa. (2014) Gap Analysis of Service Quality at Innibos Arts Festival. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 3 (2)

<http://www.seputar-indonesia.com/ediscetak/gaul/harajuku-style-berani-berekspresi-tak-lupa-tr.html>

<http://www.kompas.com/read/xml/2008/03/20/11033795>

<http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/31082334/pdf>

<http://www.japaneselifestyle.com.au/tokyo/harajuku.html>

<https://id-id.facebook.com/notes/komunitas-harajuku-cosplay-indonesia/schedule-event-hobi-jejepangan/504829106227899>

[www.lagingetop.com/hobi/2014/06/07/397/trend-jepang](http://www.lagingetop.com/hobi/2014/06/07/397/trend-jepang)  
<http://animefestival.asia/afa2014/about-afa/>

<http://animefestival.asia/afa2014/event-guide/>

<http://www.animefestival.asia/afa2014/about-afa/>

<http://kbbi.web.id/festival>

Tabel 1  
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Festival Quality Anime Festival Asia Indonesia 2014*

No	Pernyataan	Mean	Std. Deviation
	<i>Facilities</i>		
1	Fasilitas pada AFA ID 2014 baik	4,60	0,54
2	Area AFA ID 2014 bersih	2,83	0,37
3	Tata letak pada AFA ID 2014 efektif	4,15	0,68
4	Fasilitas pada AFA ID 2014 lengkap	4,23	0,72
5	Area festival pada AFA ID 2014 luas	4,54	0,50
6	Suasana festival pada AFA ID 2014 baik	3,69	0,80
Mean dimensi <i>Facilities</i>		4,01	0,80
	<i>Staff</i>		
1	Staf AFA ID 2014 cepat tanggap	3,81	0,76
2	Staf AFA ID 2014 ramah	3,80	0,76
3	Staf berpengetahuan luas tentang festival AFA ID 2014	4,31	0,84
4	Staf AFA ID 2014 bersikap professional	3,79	0,77
5	Staf AFA ID 2014 bersedia membantu pengunjung	3,91	0,85
6	Jumlah Staf pada AFA ID 2014 cukup	4,03	0,90
Mean dimensi <i>Staff</i>		3,94	0,81
	<i>Comfort amenities</i>		
1	Jumlah kursi pada AFA ID 2014 memadai	3,69	0,79
2	Pencahayaan pada pada AFA ID 2014 cukup	2,75	0,84
3	Suhu udara pada pada AFA ID 2014 cukup	4,15	0,79
4	Kemudahan memperoleh Informasi pada pada AFA ID 2014	3,68	1,06
Mean Dimensi <i>Comfort amenities</i>		3,57	0,87
	<i>Information</i>		
1	Papan petunjuk pada AFA ID 2014 jelas	4,43	0,52
2	Pamflet pada AFA ID 2014 jelas	4,05	0,67
3	Petunjuk arah menuju AFA ID 2014 jelas	3,63	0,81
Mean Dimensi <i>Information</i>		4,04	0,67
	<i>Convenience</i>		
1	Ruang parkir pada AFA ID 2014 cukup	3,61	0,71
2	Jam oprasional festival AFA ID 2014 sesuai	3,33	0,99
3	Toilet pada AFA ID 2014 memadai	2,12	0,88
4	Tersedia ruang istirahat yang memadai pada AFA ID 2014	4,05	0,73
Mean Dimensi <i>Information</i>		3,28	0,83
	<i>Program</i>		
1	Program pada AFA ID 2014 terorganisir dengan baik	3,61	0,71
2	Program pada AFA ID 2014 bervariasi	3,35	0,59
3	Program pada AFA ID 2014 menarik	4,27	0,82
4	Program pada AFA ID 2014 mendidik	4,06	0,85
Mean Dimensi <i>Program</i>		3,82	0,74
Mean total		3,78	0,75

Sumber data: data kuesioner, diolah

Tabel 2  
Faktor Loading Faktor Festival Quality Anime Festival Asia Indonesia 2014

No	Pernyataan		Faktor 1 <i>Fasilitas</i>	Faktor 2 <i>Staff</i>	Faktor 3 <i>Comfort amenities</i>	Faktor 4 <i>Informasi</i>	Faktor 5 <i>Convenience</i>	Faktor 6 <i>Program</i>
1	Fasilitas pada AFA ID 2014 baik	F1	0,81					
2	Area AFA ID 2014 bersih	F2	0,86					
3	Tata letak pada AFA ID 2014 efektif	F3	0,91					
4	Fasilitas pada AFA ID 2014 lengkap	F4	0,79					
5	Area festival pada AFA ID 2014 luas	F5	0,79					
6	Suasana festival pada AFA ID 2014 baik	F6	0,29					
7	<i>Staff</i> AFA ID 2014 cepat tanggap	P1		0,98				
8	<i>Staff</i> AFA ID 2014 ramah	P2		0,99				
9	<i>Staff</i> berpengetahuan luas tentang festival AFA ID 14	P3		0,61				
10	<i>Staff</i> AFA ID 2014 bersikap professional	P4		0,98				
11	<i>Staff</i> AFA ID 2014 bersedia membantu pengunjung	P5		0,93				
12	Jumlah <i>Staff</i> pada AFA ID 2014 cukup	P6		0,91				
13	Jumlah kursi pada AFA ID 2014 memadai	K1			0,94			
14	Pencahayaan pada pada AFA ID 2014 cukup	K2			0,95			
15	Suhu udara pada pada AFA ID 2014 cukup	K3			0,94			
16	Kemudahan memperoleh Informasi pada AFA ID 2014	K4			0,42			
17	Papan petunjuk pada AFA ID 2014 jelas	I1				0,95		
18	Pamflet pada AFA ID 2014 jelas	I2				0,52		
19	Petunjuk arah menuju AFA ID 2014 jelas	I3				0,95		
20	Ruang parkir pada AFA ID 2014 cukup	Ke1					0,95	
21	Jam oprasional festival AFA ID 2014 sesuai	Ke2					0,86	
22	Toilet pada AFA ID 2014 memadai	Ke3					0,92	
23	Tersedia ruang istirahat yang memadai pada AFA ID 2014	Ke4					0,91	
24	Program <i>program</i> pada AFA ID 2014 terorganisir dengan baik	A1						0,87
25	Program <i>program</i> pada AFA ID 2014 bervariasi	A2						0,17
26	Program <i>program</i> pada AFA ID 2014 menarik	A3						0,20
27	Program <i>program</i> pada AFA ID 2014 mendidik	A4						0,77
	Eigenvalue		3,57	4,96	2,84	2,07	3,31	1,44
	Variance Explain		59,43	82,62	70,97	68,91	82,64	35,88
	Cronbach alpha		0,84	0,96	0,91	0,78	0,93	0,65

Tabel 3  
Faktor Loading Faktor Festival Quality Anime Festival Asia Indonesia 2014

No	Pernyataan		Faktor 1 <i>Fasilitas</i>	Faktor 2 <i>Staff</i>	Faktor 3 <i>Comfort amenities</i>	Faktor 4 <i>Informasi</i>	Faktor 5 <i>Convenience</i>	Faktor 6 <i>Program</i>
1	<i>Fasilitas</i> pada AFA ID 2014 baik	F1	0,81					
2	Area AFA ID 2014 bersih	F2	0,85					
3	Tata letak pada AFA ID 2014 efektif	F3	0,92					
4	<i>Fasilitas</i> pada AFA ID 2014 lengkap	F4	0,81					
5	Area festival pada AFA ID 2014 luas	F5	0,78					
6	<i>Staff</i> AFA ID 2014 cepat tanggap	P1		0,98				
7	<i>Staff</i> AFA ID 2014 ramah	P2		0,99				
8	<i>Staff</i> berpengetahuan luas tentang festival AFA ID 14	P3		0,61				
9	<i>Staff</i> AFA ID 2014 bersikap professional	P4		0,98				
10	<i>Staff</i> AFA ID 2014 bersedia membantu pengunjung	P5		0,93				
11	Jumlah <i>Staff</i> pada AFA ID 2014 cukup	P6		0,91				
12	Jumlah kursi pada AFA ID 2014 memadai	K1			0,97			
13	Pencahayaan pada pada AFA ID 2014 cukup	K2			0,98			
14	Suhu udara pada pada AFA ID 2014 cukup	K3			0,91			
15	Papan petunjuk pada AFA ID 2014 jelas	I1				0,95		
16	Pamflet pada AFA ID 2014 jelas	I2				0,52		
17	Petunjuk arah menuju AFA ID 2014 jelas	I3				0,95		
28	Ruang parkir pada AFA ID 2014 cukup	Ke1					0,95	
19	Jam oprasional festival AFA ID 2014 sesuai	Ke2					0,86	
20	Toilet pada AFA ID 2014 memadai	Ke3					0,92	
21	Tersedia ruang istirahat yang memadai pada AFA ID 2014	Ke4					0,91	
22	Program <i>program</i> pada AFA ID 2014 terorganisir dengan baik	A1						0,84
23	Program <i>program</i> pada AFA ID 2014 mendidik	A4						0,84
	Eigenvalue		3,50	4,96	2,72	2,07	3,31	1,42
	Variance Explain		70,08	82,62	90,73	68,91	82,64	70,89



---

**SDM-045** *WORKING PAPER: STUDI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK REKRUTMEN*  
*Anita Maharani*

---

**SDM-046** *PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN FOOD AND BEVERAGE DEPARTMENT PADA HOTEL BIDADARA JAKARTA*  
*Kania Ratnasari, Gilang Maharstya Wardhana, Titin Astuti,*

---

## **BIDANG : MANAJEMEN UMUM**

**MNJ-001** *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR FESTIVAL QUALITY: STUDI KASUS ANIME FESTIVAL ASIA INDONESIA 2014*  
*Siti Rahayu, Erna Andajani*

---

**MNJ-002** *ANALISIS KEKUATAN KINERJA PERGURUAN TINGGI SWASTA (PTS) MELALUI ANALISA SWOT DI KOTA MEDAN*  
*Saskia, Teguh Setiawan, Alda Kartika*

---

**MNJ-300** *ANALISIS KOMPARASI INTENSI KEWIRAUSAHAAN DOSEN DAN MAHASISWA*  
*Hujjatullah Fazlurrahman , Hafid Kholidi Hadi*

---

**MNJ-004** *ANALISIS POTENSI USAHA DAERAH PENGIRIM TKI DI MALANG*  
*Sri Wahjuni Latifah, Waluya Jati, Erna Retno R*

---

**MNJ-005** *ANALYSIS OF TECHNOLOGY READINESS AND TECHNOLOGY ACCEPTANCE OF GEODESY STUDENT IN USING INA GEOPORTAL*  
*Rorim Panday*

---

**MNJ-006** *APLIKASI SIX SIGMA PADA PENGUJIAN KUALITAS PRODUK UMKM: KASUS PADA HAZCLOTHING BANDUNG*  
*Umi Kaltum, Riantari Tisna*

---

**MNJ-007** *BENARKAH BANK SYARIAH BERBEDA DENGAN BANK KONVENSIONAL, PERSPEKTIF KEUNGGULAN BERSAING*  
*Surachman Surjaatmadja, Ahmad Adriansyah*

---

**MNJ-008** *BLUE BLOOD MADURA[1] IN ORGANIZATIONAL STRUCTURE AND THE ECONOMIC COMMUNITY EDUCATION*  
*Amaliyah Asad*

---

**MNJ-009** *CUSTOMER BASED BRAND EQUITY PRODUK UMKM: ANALISIS VARIABEL ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI*  
*Hartini, Sri.*

---

**MNJ-010** *DINAMIKA KOMUNIKASI POLITIK DI KASKUS PADA PERIODE KAMPANYE PEMILIHAN PRESIDEN 5 JUNI – 5 JULI 2014*  
(Studi pada Aktifitas Kaskuser dalam Pemilihan Presiden 2014)  
*Muhammad Muhtadin Kholil , Gancar Candra Premananto*

---

**MNJ-011** *DOMINASI DETERMINAN PENDAPATAN UMKM SEKTOR JASA DAN PERDAGANGAN DI KABUPATEN JEMBER*  
*Hari Sukarno, Hadi Paramu, Yeni Hilma Dwiyantri*

---

**MNJ-012** *ENERGIZING ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS IN INDONESIA*  
*Leonardi Lucky Kurniawan*

---