

Pengaruh Kualitas Pelayanan Penyelenggaraan *Sport Event* Terhadap Kepuasan Peserta Jakarta Marathon 2020

Rizky Adhy Satria Mulya*¹

Politeknik Pariwisata NHI Bandung¹

Email: radhy@stp-bandung.ac.id

Abstract

Sports tourism in this era has become a new paradigm and has received a lot of attention from stakeholders, such as the central and local governments, the private sector, academics to the community. Sports tourism has become a tourist trip to be able to play a role in sports activities (participants and committees), such as recreation, competing and visit the sports venues, such as football stadiums. Jakarta Marathon or JakMar is an annual event held by PT. Inspiro MICE Promoter. In 2013, PT. Inspiro Promoter MICE was held the National and International Jakarta Marathon for the first time. The theory used in this research is the theory of service quality which consists of 3 aspects, such as Physical Environment Quality, Interaction Quality, and Outcome Quality by means of analysis based on descriptive statistics, IPA (Important Performance Analysis) analysis techniques, and multiple linear regression analysis. Results Based on the calculation of the gap between the perceptions and expectations of respondents, it was found that marathon participants were not satisfied with the service quality of organizing sporting events. Based on the results of the IPA in quadrant A (Main Priority which means Dissatisfied and Very Important) there are 2 indicators that must be the main priority for the implementation in improving services, while based on the coefficient test of Physical Environment Quality, Interaction Quality, and Outcome Quality, it affects the satisfaction achieved. given to marathon participants by 75.7% while the remaining 24.3% was influenced by other factors not observed in this study.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction; Sport events; Jakarta Marathon 2020

Abstrak

Pariwisata Olahraga di zaman ini sudah menjadi paradigma yang baru dan banyak mendapatkan perhatian stakeholders, seperti pemerintah pusat dan daerah, swasta, akademis sampai ke masyarakat. Sport tourism sudah menjadi perjalanan wisata untuk dapat berperan dalam kegiatan olahraga (peserta maupun panitia), seperti rekreasi, berlomba atau berkompetisi, hingga berpergian ke venue penyelenggaraan olahraga seperti stadion sepak bola. Jakarta Marathon menjadi event tahunan yang diadakan PT. Inspiro Promotor MICE atau secara luas dikenal JakMar. PT. Inspiro Promotor MICE, dan sejak tahun 2013 sudah menyelenggarakan Jakarta Marathon untuk pertama kalinya dan bersifat Nasional maupun International. Teori yang digunakan adalah teori kualitas pelayanan yang terdiri dari 3 aspek, yaitu Physical Environment Quality, Interaction Quality, dan Outcome Quality dengan cara analisa berdasarkan statistik deskriptif, teknik analisis IPA (Important Performance Analysis), dan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil perhitungan gap antara persepsi dan harapan responden didapatkan hasil bahwa peserta marathon belum merasa puas terhadap kualitas layanan penyelenggaraan sport event. Berdasarkan hasil IPA pada kuadran A (Prioritas Utama yang artinya Tidak Puas dan Sangat Penting) terdapat 2 indikator yang harus menjadi prioritas utama bagi penyelenggaraan didalam meningkatkan layanan yang diberikan, sementara berdasarkan uji koefisien Physical Environment Quality, Interaction Quality, dan Outcome Quality berpengaruh terhadap kepuasan peserta marathon sebesar 75,7% sedangkan sisanya sebesar 24,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; Sport events; Jakarta Marathon 2020.

* Corresponding author

Received: July 26, 2022; Revised: August 31, 2022; Accepted: September 30, 2022

A. PENDAHULUAN

Pariwisata olahraga di zaman ini sudah menjadi paradigma yang baru dan banyak mendapatkan perhatian *stakeholders*, seperti pemerintah pusat dan daerah, swasta, akademis sampai ke masyarakat. Kegiatan olahraga telah menjadi pangsa pasar yang potensial bagi berbagai industri, terutama industri kepariwisataan daerah. Menurut Gibson, Attle, Yiannakis tahun 2010, *sport tourism* sudah menjadi perjalanan wisata untuk dapat berperan dalam kegiatan olahraga (peserta maupun panitia), seperti rekreasi, berlomba atau berkompetisi, hingga berpergian ke *venue* penyelenggaraan olahraga seperti stadion sepak bola. Dibelahan dunia manapun *sport tourism* sudah semakin berkembang dan maju sehingga bidang olahraga semakin banyak dan terdapat objek wisata yang dijadikan *venue* untuk olahraga, seperti bersifat alami yaitu danau, pegunungan, laut, sungai dan pesona keindahan alam lainnya, dengan bermodalkan kekayaan alam dan kelestarian alam di Indonesia membuat pariwisata olahraga menjadi peluang mendatangkan wisatawan untuk kedepannya

Salah satu yang menarik perhatian wisatawan terhadap pariwisata olahraga salah satunya dengan cara membuat *event* olahraga. Menurut Mc Cartney (Mc Cartney, 2010:7) terdapat beberapa tipe dari *event* olahraga dengan tujuan untuk berlomba atau berkompetisi dengan peserta amatir maupun profesional dan keterlibatan antara peserta acara, stakeholder acara, sponsor, media, spektaktor maupun pemerintah dengan media di darat, di air maupun di udara. Di Indonesia sering kali diadakan acara olahraga seperti Jakarta Marathon, Bali Marathon, Toraja Marathon, dan Bromo Marathon. Penyelenggaraan *event sport tourism* bisa memberikan dampak multiganda berupa peningkatan ekonomi, promosi destinasi wisata, perbaikan infrastruktur dan pengembangan potensi, daya tarik wisata dan meningkatkan kunjungan wisata domestik hingga mancanegara.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif, kuantitatif, dan dengan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), dan Regresi Linear Berganda karena akan meneliti dua variabel yang berkaitan antara variabel terikat dengan variabel bebas.

Untuk kelompok responden pertama yaitu para pimpinan yang dalam hal ini adalah *manager* atau *project officer event* di PT. Inspiro Promotor MICE. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* yaitu teknik sampel berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu. Dimana dalam kelompok responden pertama mengambil hanya 1 orang yang memiliki kewenangan dalam event JakMar ini, baik ketua acara ataupun yang mewakilinya.

Untuk kelompok responden kedua yaitu para peserta marathon yang mengikuti event Jakarta Marathon 2020. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik sampel berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu. Dimana didalam kelompok responden kedua mengambil hanya 1 orang dari setiap kelompok peserta yang memiliki. Dimana dalam kelompok responden kedua ini, mengambil sebanyak 95 peserta marathon.

C. HASIL DAN ANALISIS

1. Kualitas Pelayanan Penyelenggara

Kualitas pelayanan penyelenggaraan *sport event* yang diberikan oleh PT. Inspiro Promotor MICE selaku organizer Jakarta Marathon 2021 tentunya harus berkualitas, terutama bagi para pelanggan, yaitu para peserta marathon. Dalam penelitian ini menjadi fokus utama adalah kualitas pelayanan penyelenggaraan *sport event* baik yang diharapkan dan dirasakan oleh peserta marathon

Pada atribut ekspektasi akan kualitas pelayanan penyelenggaraan *sport event*, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 11 butir dan jumlah responden sebanyak 95, diperoleh total skor sebesar 4129

dengan panjang interval untuk setiap kategori 836 dan berada pada rentang interval 3553 dan 4389. Berdasarkan jumlah skor tanggapan responden dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan mengenai ekspektasi akan kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event yang mempengaruhi kepuasan peserta marathon termasuk dalam kategori penting.

Sementara itu pada atribut persepsi akan kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event yang telah dirasakan, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 11 butir dan jumlah responden 95 orang, diperoleh skor sebesar 4024 dan berada pada rentang interval 3553 dan 4389. Berdasarkan jumlah skor tanggapan responden dapat diketahui bahwa tanggapan respon terhadap pernyataan yang diajukan mengenai persepsi akan kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event yang dirasakan dan mempengaruhi kepuasan peserta marathon dalam kategori Baik.

Berdasarkan konsep teori yang diangkat dan dijabarkan dalam operasional variable penelitian ini, terdapat 3 (Tiga) atribut sub variable kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event.

Pada sub variabel Physical Environment Quality ditangkap menggunakan empat item yang dipilih untuk mengukur desain, suasana dan faktor sosial yang terakit dengan acara lari (misalnya seperti acara lari itu idealnya). Indikator yang ada didalam Physical Environment Quality diantaranya The Atmosphere during the running event was very good, Support from spectactors during the race was great, The Entertainment program of the race was excellent, Service and event (i.e., ceremonies) were well designed.

Berdasarkan hasil perhitungannya didapatkan bahwa pada ekspektasi terhadap kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event dalam sub variable Physical Environment Quality jumlah skor tanggapan ialah 1507, dimana masuk kategori Penting. Sementara pada persepsi terhadap kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event dalam sub variable Physical Environment Quality jumlah skor tanggapan ialah 1456, dan masuk ke dalam kategori Baik. Mayoritas responden menilai bahwa kualitas pelayanan pada subvariabel Physical Environment Quality telah sesuai dengan konsep yang diberikannya dan merasakan atmosphere berbeda setiap tahunnya.

Pada sub variabel Interaction Quality mencakup empat item yang mengukur perilaku, sikap, dan keahlian personel acara (misalnya, personel acara ini adalah berpengalaman tentang latar belakang runners). Indikator yang ada didalam Interaction Quality diantaranya Personnel was responsive, Personnel was courteous, Personnel was knowledgeable, Personnel provides prompt service.

Berdasarkan hasil perhitungannya didapatkan bahwa pada ekspektasi terhadap kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event dalam sub variable Interaction Quality jumlah skor tanggapan ialah 1495, dimana masuk kategori Penting. Sementara pada persepsi terhadap kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event dalam sub variable Interaction Quality jumlah skor tanggapan ialah 1469, dan masuk ke dalam kategori Baik. Mayoritas responden sudah merasakan service yang cukup diberikan dari penyelenggara kepada peserta marathalon.

Pada sub variable Outcome Quality berkaitan dengan pemenuhan harapan pelanggan setelah berpartisipasi dalam acara tersebut. Dalam Outcome Quality mirip dengan kualitas teknis untuk menggambarkan apa yang tersisa untuk pelanggan setelah proses produksi – konsumsi itu selesai. Indikator yang terdapat dalam Outcome Quality diantaranya Great running experience, Running this event made a better athlete, dan Participation was very positive.

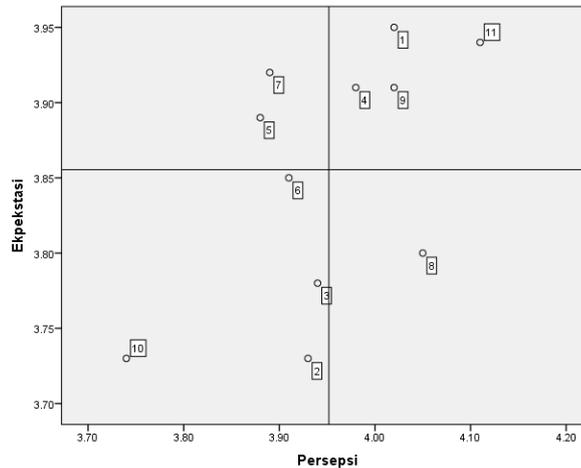
Berdasarkan hasil perhitungannya didapatkan bahwa pada ekspektasi terhadap kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event dalam sub variable Outcome Quality jumlah skor tanggapan ialah 1127, dimana masuk kategori Penting. Sementara pada persepsi terhadap kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event dalam sub variable Outcome Quality jumlah skor tanggapan ialah 1099, dan masuk ke dalam kategori Baik. Mayoritas responden menilai bahwa kualitas pelayanan pada

subvariabel Outcome Quality telah sesuai dengan kualitas teknis untuk menggambarkan rangkaian acara ini.

2. Kepuasan Peserta Marathon

GAMBAR 1

Diagram Kartesius Persepsi dan Ekspektasi Kepuasan Peserta Marathon



Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2021

Berdasarkan gambar 1 diagram kartesius diatas dapat dilihat terdapat 4 (empat) kuadran yang membagi ukuran bagi kepuasan peserta marathon di Jakarta Marathon 2021 berdasarkan persepsi dan ekspektasi.

Berikut kategori kuadran :

- a) Kuadran A (Prioritas Utama) dimana menunjukkan faktor-faktor yang di anggap mempengaruhi kepuasan peserta marathon serta harus menjadi prioritas yang utama (Tidak Puas dan Sangat Penting). Pada kuadran ini terdapat 2 indikator yaitu:

1. No. 5 (*Personnel was responsive*)
2. No 7 (*Personnel was knowledgeable*)

Berdasarkan penjelasan diatas pada kuadran A menunjukkan bahwa terdapat 2 (Dua) aspek kepuasan yang ditujukan belum memenuhi harapan pada peserta marathon, sehingga berakibat aspek diatas sangat perlu mendapatkan prioritas untuk ditangani oleh pihak penyelenggara. Pada kuadra A disimpulkan bahwa persepsi terhadap ukuran kepuasan peserta marathon tersebut masih terlalu rendah dimana harapan peserta marathon terhadap kepuasan pada penyelenggaraan sport event menunjukkan sangat penting untuk diperhatikan dan ditingkatkan. Hal tersebut harus lebih di cermati oleh pihak penyelenggara karena penyelenggaraan tersebut dinilai masih belum dapat memuaskan peserta maratahon.

- b) Kuadran B (Pertahankan Prestasi) menunjukkan factor pokok yang telah berhasil dilaksanakan dan wajib dipertahankan (Sangat Puas dan Sangat Penting). Pada kuadran ini terdapat 4 indikator , yaitu:

1. No. 1 (*The atmosphere during the running event was very good*)
2. No. 4 (*Services and events (i.e, ceremonies) were well designed*)
3. No. 9 (*Great Running Experience*)
4. No. 11 (*Participation was very positive*)

Berdasarkan penjelasan diatas pada kuadran B menunjukkan bahwa terdapat 4 (Empat) aspek kepuasan yang ditunjukkan sudah memuaskan para peserta marathon Jakarta Marathon, dimana menjelaskan bahwa Kuadran B ini persepsi dan ekspsektasi terhadap layanan pameran sudah dapat terpenuhi. Hal tersebut harus diperhatikan dan lebih ditingkatkan kembali oleh pihak penyelenggara guna untuk tetap mempertahankan kepuasan peserta marathon yang akan berpartisipasi dan mengikuti kembali *sport event marathon* di setiap tahunnya walaupun masih adanya kesenjangan antara aspek persepsi dan aspek ekspektasi pada umumnya aspek tersebut sudah dapat dikatan memuaskan para peserta marathon.

c) Kuadran C (Prioritas Terendah) menunjukkan factor yang kurang penting pengaruhnya bagi peserta marathon (Tidak Puas dan Tidak Penting). Pada kuadran ini terdapat 4 (Empat) indikator yaitu :

1. No. 2 (*Support from spectators during the race was great*),
2. No. 3 (*The entertainment program of the race was excellent*),
3. No. 6 (*Personnel was courteous*),
4. No. 10 (*Running this event made a better athelete*)

Berdasarkan penjelasan diatas pada kuadran C menunjukkan bahwa terdapat 4 (Empat) aspek kepuasan yang dianggap tidak terlalu penting dan dinilai tidak berpengaruh banyak pada kepuasan tetapi para peserta matahon menggap aspek tersebut kurang memuaskan, dimana dijelaskan bahwa pada kuadran C ini aspek persepsi dan ekspektasi tersebut dinilai biasa saja. Namun tidak menutup kemungkinan dimana para peserta marathon perlu merasakan kepuasan terhadap aspek-aspek diatas karena masih terkait dengan penyelenggaraan sport event yang mereka akan ikuti dimasa datang.

d) Kuadran D (Kategori Berlebihan) menunjukkan faktor yang kurang penting pengaruhnya tapi pelaksanaannya dinilai terlalu berlebihan (Sangat Puas dan Tidak Penting). Pada kuadran ini terdapat 1 (Satu) indikator, yaitu:

1. No. 8 (*Personnel provided prompt service*)

Berdasarkan penjelasan diatas pada kuadran D menunjukkan bahwa terdapat 1 (Satu) aspek kepuasan yang dianggap tidak terlalu penting dan dinilai tidak berpengaruh banyak pada kepuasan tetapi para peserta marathon menggap aspek tersebut memuaskan, dimana dijelaskan bahwa kuadran D ini aspek persepsi dan ekspektasi tersebut dinilai biasa saja namun persepsi peserta marathon menunjukkan bahwa pelaksanaannya berlebihan. Hal tersebut diakibatkan karena para peserta marathon menggap aspek tersebut tidak terlalu penting namun pihak penyelenggara melaksanakan dengan sangat baik.

3. Kualitas Pelayanan Penyelenggaraan *Sport Event* dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Peserta *Marathon*

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi dengan nilai r^2 sebesar 0,757 memberikan gambaran bahwa variable kualitas pelayanan penyelenggaraan *sport event* terdiri dari *Physical Environment Quality*, *Interaction Quality*, dan *Outcome Quality* berpengaruh terhadap kepuasan peserta marathon sebesar 75,7% sedangkan sisanya sebesar 24,3% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

Besarnya pengaruh dari variable kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event terhadap kepuasan peserta marathon dapat bermakna bahwa para penyelenggara sport event harus senantiasa memperhatikan dan menjaga kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event yang diberikan kepada peserta marathon. Hal ini dikarenakan bisnis sport event bisa terselenggara dengan baik apabila ada para pelakunya yang terdiri dari penyelenggara, peserta maratahon, dan penonton. Kepuasan ketiga

pelaku kunci didalam bisnis sport event tentu saja akan menentukan kesuksesan sebuah penyelenggaraan sport event itu sendiri. Jika kita kembali kepada esensi dari bisnis sport event itu sendiri adalah, bagaimana penyelenggara sport event dapat mempertemukan penonton dengan peserta marathon sehingga bisa saling menguntungkan bagi semua pihak. Kita dapat melihat bahwa peserta marathon dan penonton merupakan pelanggan bagi penyelenggara sport event. Dengan semakin banyak penyelenggara sport event yang bermunculan di Indonesia, maka persaingan pun akan semakin ketat, ditambah pula dengan sudah mulai masuknya perusahaan-perusahaan penyelenggara sport event dari luar negeri ke Indonesia melalui akuisisi dan merger, tentu salah satu yang bisa menjadi nilai tambah dari sebuah penyelenggara adalah bagaimana perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memuaskan para pelanggannya.

Kepuasan peserta marathon setelah berpartisipasi didalam sebuah penyelenggaraan acara *sport event* tentunya akan berpengaruh kepada penyelenggara acara sport event di lain waktu. Semakin banyak peserta marathon yang merasa puas dengan pelayanan penyelenggaraan sport event yang diberikannya oleh penyelenggara maka tentu saja mereka akan kembali berpartisipasi di acara sport event selanjutnya, dan tentu saja penyelenggara tidak akan kesulitan didalam mengelola sport event selanjutnya, ketika itu terjadi maka dapat dipastikan keuntungan bagi penyelenggara akan dapat tercapai.

Selanjutnya, sehubungan dengan hasil Uji T (Uji Parsial), diperoleh hasil dan gambaran bahwa atribut kualitas pelayanan penyelenggaraan sport event berupa *Interaction Quality* dan *Outcome Quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta marathon. Sedangkan atribut *Physical Environment Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta marathon.

Hasil Uji F (Uji Simultan), berdasarkan hasil perhitungan diperoleh p-value (sig) 0,000. Dengan $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel bebas yang terdiri dari *Physical Environment Quality*, *Interaction Quality*, dan *Outcome Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta marathon.

Dengan mengenali secara akurat atribut-atribut dari variabel kualitas pelayanan penyelenggaraan *sport event* yang memiliki pengaruh kepada kepuasan peserta marathon akan mempermudah penyelenggara didalam merencanakan dan menyelenggarakan sebuah acara *sport event*, sehingga dapat mempersiapkan layanan sesuai dengan harapan pelanggannya.

D. SIMPULAN/CONCLUSION

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil analisis data tentang “Kualitas Pelayanan Penyelenggaraan *Sport Event* dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Peserta *Marathon*” adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh tanggapan ekspektasi responden terhadap kualitas layanan penyelenggaraan sport event termasuk dalam kategori penting, sementara tanggapan persepsi responden terhadap kualitas layanan penyelenggaraan sport event termasuk ke dalam kategori baik.
2. Berdasarkan hasil perhitungan gap antara persepsi dan harapan responden didapatkan hasil bahwa peserta *marathon* di Jakarta Marathon 2020 belum merasa puas terhadap kualitas layanan penyelenggaraan *sport event* yang diberikan oleh PT. Inspiro Promotor MICE.
3. Berdasarkan hasil analisis menggunakan IPA (*Importance Performance Analysis*) di Jakarta Marathon 2020 berdasarkan persepsi dan ekspektasi. Kuadran A (Prioritas Utama yang artinya Tidak Puas dan Sangat Penting) terdapat 2 Indikator yang harus menjadi prioritas utama bagi penyelenggara didalam meningkatkan layanan yang diberikan.

Kuadran B (Pertahankan Prestasi yang artinya Sangat Puas dan Sangat Penting) terdapat 4 Indikator yang harus tetap di pertahankan bagi penyelenggara didalam memberikan layanan kepada peserta *marathon*. Kuadran C (Prioritas Terendah artinya Tidak Puas dan Tidak Penting) terdapat 4 Indikator yang harus menjadi catatan tambahan bagi penyelenggara didalam memberikan layanan kepada peserta *marathon*. Kuadran D (Kategori Berlebihan artinya Sangat Puas dan Tidak Penting) terdapat 1 Indikator yang harus menjadi masukkan bagi penyelenggara didalam memberikan layanan kepada peserta *marathon* di Jakarta Marathon mendatang. Berdasarkan hasil Uji T (Uji Parsial) dengan kriteria diterima dan sebaliknya, atribut kualitas pelayanan penyelenggaraan *sport event* yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan peserta *marathon* adalah *Interaction Quality* dan *Outcome Quality*. Sementara atribut kualitas pelayanan yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan peserta *marathon* adalah *Physical Environment Quality*. Walaupun secara parsial atribut *Physical Environment Quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan peserta *marathon*, namun secara simultan melalui uji F *Physical Environment Quality*, *Interaction Quality*, dan *Outcome Quality* berpengaruh signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi memberikan gambaran bahwa variable kualitas pelayanan penyelenggaraan *sport event* terdiri dari *Physical Environment Quality*, *Interaction Quality*, dan *Outcome Quality* berpengaruh terhadap kepuasan peserta *marathon* sebesar 75,7% sedangkan sisanya sebesar 24,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Agate, J. R., Zabriskie, R. B., Agate, S. T., & Poff, R. (2009). *Family leisure satisfaction and satisfaction with family life*. *Journal of Leisure Research*, 41(2), 205.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004). *An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context*. *European sport management quarterly*, 4(1), 36-52.
- Allender, S., Cowburn, G., & Foster, C. (2006). *Understanding participation in sport and physical activity among children and adults: A review of qualitative studies*. *Health Education Research*, 21(6), 826-835.
- Afrilian, P. (2018). *Pengaruh Kesuksesan Penyelenggaraan Event Sport Tourism Triathlon Pariaman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Dari Tahun 2014 Sampai Tahun 2017*. *Jurnal Stamina*, 1(1), 12-23.
- Bailey, A. W., & Fernando, I. K. (2012). *Routine and project-based leisure, happiness, and meaning in life*. *Journal of Leisure Research*, 44(2), 139-154.
- Becchetti, L., Pelloni, A., & Roseti, F. (2008). *Relational goods, sociability, and happiness*. *Kyklos*, 3, 343-363.
- Bentler, P. M. (1990). *Comparative fit indices in structural models*. *Psychological Bulletin*, 107, 238-246.
- Bentler, P. M. (2005). *EQS 6 structural equations program manual*. Encino, CA: Multivariate Software, Inc.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). *Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach*. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.

- Brady, M. K., Voorhees, J. J., Cronin, Jr., J., & Bourdeau, B. L. (2006). *The good guys don't always win: The effect of valence on service perceptions and consequences*. *Journal of Services Marketing*, 20, 83-91.
- Byrne, B. M. (2000). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Byrne, B. M. (2006). *Structural equation modeling with EQS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Dimanche, F. (2003, September). *The role of sport event s in destination marketing*. In AIEST 53rd Congress in Sport and Tourism, Athens, Greece (pp. 301-311).
- Getz, D., & McConnell, A. (2011). *Serious sport tourism and event travel careers*. *Journal of sport management*, 25(4), 326-338.
- Getz, D. (2008). *Event tourism: Definition, evolution, and research*. *Tourism management*, 29(3), 403-428.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). *The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty*. *International Journal of Quality and Service Sciences*.
- Hightower Jr, R., Brady, M. K., & Baker, T. L. (2002). *Investigating the role of the physical environment in hedonic service consumption: an exploratory study of sporting events*. *Journal of Business research*, 55(9), 697-707.
- Masrurun, Z. Z. *Pengembangan Pariwisata Olahraga: Identifikasi dan Strategi Pengembangannya (tinjauan kasus pada Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah)*. Amerta Media.
- McCartney, G., & Osti, L. (2007). *From cultural events to sport event s: A case study of cultural authenticity in the dragon boat races*. *Journal of Sport Tourism*, 12(1), 25-40.
- Kurniati, A. P., Kusuma, G., & Wisudiawan, G. (2016). *Implementing heuristic miner for different types of event logs*. vol, 11, 5523-5529.
- Rustiadi, T. (2013). *Modal Sosial Masyarakat KONI: Kajian Pelaksanaan Pasal 40 Undang-Undang No. 3 Tahun 2005 Sistem Keolahragaan Nasional Jawa Tengah*. *Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*, 3(2).
- Robinson, T., & Gammon, S. (2004). *A question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework*. *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 221-233.
- Ramchandani, G. M., & Coleman, R. J. (2012). *The inspirational effects of three major sport event s*. *International Journal of Event and Festival Management*.
- Shonk, D. J., & Chelladurai, P. (2008). *Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism*. *Journal of sport management*, 22(5), 587-602.
- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K., & Karabaxoglou, I. (2015). *Effect of event service quality and satisfaction on happiness among runners of a recurring sport event*. *Leisure Sciences*, 37(1), 87-107.
- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K., Alexandris, K., & Papadimitriou, D. (2019, May). *From sport event quality to quality of life: The role of satisfaction and purchase happiness*. In *Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 20, No. 3, pp. 241-260). Routledge.
- Wise, N., & Harris, J. (Eds.). (2017). *Sport, events, tourism and regeneration*. Taylor & Francis.