

*Submitted 20 Mei 2020**Accepted 18 Juni 2019*

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *SUSTAINBLE EVENT*
TERHADAP KEPUASAN PESERTA *EVENT GATHERING* DI BALI:
IFBEC
(*Indonesian Food and Beverage Excutive Club/Asositaion*) Bali**

Firman Sinaga¹ dan I Wayan Pantiyasa²

¹²Institut Pariwisata dan Bisnis International

E-mail: ¹frmnsinaga@yahoo.com, ²pantiyasa36@gmail.com

ABSTRACT

The study was concern to participants of Event Gathering in Bali especially at IFBEC (Indonesia Food and Beverage Association). This research is a quantitative study using multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis, using the SPSS program for windows version 2.0. with the stepwise method. The results of this study are the service quality and sustainable green event jointly positive and significant effect on satisfaction with an F value of 36.995, a significance value of 0.000 <0.05, while partially service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of event gathering participants in Bali especially members of the Indonesia Food and Beverage Executive Club (IFBEC) with a value of $t = 6.082$ significant at 0,000 (<0.05), and have a more dominant influence compared to sustainable events.

Keyword: *Service Quality, Sustainable Event, Satisfaction*

PENDAHULUAN

Industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) diakui sebagai salah satu penyokong pertumbuhan industri pariwisata Indonesia karena kegiatan *Event* menghasilkan devisa negara dalam jumlah yang besar seperti yang di sampaikan oleh Deputy Bidang Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata Nusantara, Esthy Reko Astuti (2017) menyatakan bahwa “Rata-rata tinggal wisman MICE di Indonesia 5 malam dengan pengeluaran lebih dari US\$ 200 dolar per orang per-hari. Angka pengeluarannya tujuh kali lipat dari wisatawan biasa.

Dalam perkembangannya dewasa ini, sektor MICE sedang menjadi prioritas bagi banyak negara di dunia seperti yang di sampaikan (Theocharis, 2008) yaitu “*the event industry is one of the world’s largest employers and contributes major positive economic impact*”. Karakteristik segmen MICE yang sangat spesifik, dengan peluang *revenue* yang tinggi, dampak yang minimal, jangkauan promosi yang luas dan kemampuan *multiplier effect*nya sangat besar adalah fakta-fakta yang sangat menjanjikan (Alan, 2009:4).

Banyak para penyedia fasilitas *event* di bali masih menyediakan minuman kemasan botol plastik, pipet juga dari plastik, namun setelah peraturan pemerintah Gubernur Bali tahun No 97 tahun 2018 yaitu pembatasan penggunaan plastik sekali pakai berupa kantong plastik, polysternia (styroform) dan sedotan plastik agar dapat di gantikan dengan bahan lain atau dihilangkan sama sekali, namun fenomena yang ada ternyata masih ada yang tidak melaksanakan sepenuhnya.

Dapat kita lihat bahwa untuk memuaskan para peserta dalam sebuah *event* membuat keputusan yang sangat penting adalah atribut dari para peserta dan yang

lainnya yaitu suasana dan jumlah dan kualitas makanan, serta pelayan atau panitia dan harga atau nilai sesuai yang tawarkan, Comas and Moscardo (2005), penelitian ini sangat sependapat dengan Fenich (2008:329,330 dan 343), faktor terpenting dalam pelaksanaan *event* adalah harus memiliki *catering* dengan fasilitas dapur yang permanen dan hotel, restaurant, convention center dengan fasilitas yang permanen *furniture* seperti meja, kursi. Peserta ingin merasakan pengalaman berbeda dari dimana dia tinggal artinya ingin merasakan pengalaman dari tuan rumah. Pernyataan ini juga di dukung oleh Wei (2011) menyatakan bahwa untuk melakukan *event* agar puas peserta dipengaruhi pada makanan dan minuman. Sudah jelas bahwa tamu yang merasakan puas dalam suatu acara maka pelanggan menjadi loyal, Yuruk (2017), penelitian ini di dukung dengan hasil penelitian Zeithamal, Parasuraman (1988) bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi dengan *service quality*.

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis Pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan peserta *Green Event Gathering* di Bali ?
2. Menganalisis Pengaruh *Sustainable Event* terhadap kepuasan peserta *Green Event Gathering* di Bali ?
3. Menganalisis Pengaruh *Service Quality* dan *Sustainable event Event* terhadap kepuasan peserta *Green Event Gathering* di Bali ?

METODE PENELITIAN

Penelitian akan dilakukan pada Pengunjung *Event Gathering* di Bali. Waktu penelitian direncanakan Januari 2019 sampai dengan November 2019 Responden merupakan pengunjung *Event Gathering* di Bali. Dalam pemilihan lokasi adalah tempat *event* yang memiliki fasilitas menyediakan makanan dan minuman dan juga yang banyak dipilih para anggota Indonesia Food and Beverage Executive Club (IFBEC)

Definisi Operasional Variabel Penelitian

- 1) *Service quality* (X1) adalah adanya fasilitas dan pelayanan yang profesional dengan di laksanakan secara konsisten sesuai dengan harapan tamu seperti *Function Quality* yaitu alat yang disediakan dengan baik, para karyawan yang memberikan layanan yang cepat, tanggap, dan selalu bersedia membantu, serta secara konsisten sopan dengan pengunjung semua dan *Technical Quality* yaitu makanan dan minuman, presentasi yang baik, banyak jenis yang tawarkan, segar yang diberikan, komposisi makanan membuat makanan sehat, serta temperature makanan yang di berikan tepat.
- 2) *Sustainable Event* (X2) adalah merupakan komitmen dari penyelenggara acara untuk menyediakan pengalaman gaya hidup berkelanjutan yang nyaman dan komprehensif bagi para peserta *event yang mana pihak manajemen* harus menyediakan informasi terhadap pegawai dan juga peserta tentang aspek green menu yaitu memberikan meningkatkan kepedulian menu kearifan lokal dan juga tidak menyediakan makanan yang berlebihan, perusahaan catering harus pemilik lokal, memiliki aturan peduli lingkungan, hemat air dan listrik, akses sangat mudah untuk pelayanan makanan dan minuman, mengurangi antrian dalam pelayanan makanan dan minuman begitu juga dengan *food and beverage* di sediakan dengan pertimbangan tentang budaya atau agama peserta begitu juga dengan jika

peserta meniginkan vegetarian ataupun vegan, hindari menggunakan kemasan botol untuk air minum, pastikan air minum ada beberapa tempat untuk memudahkan peserta, mengurangi makanan daging, pastikan makanan dan minuman yang di sediakan sesuai jumlah, pengelolaanya menggunakan sesuai dengan ramah lingkungan begitu juga dengan *material and packaging* yaitu bahan dan kemasan, gunakan alat darululang, baik cutlery, glassware, linen, tidak menggunakan plastik, kertas, polystyrene cup, paper napkin atau table cover, no platik cutlery, hindari kemasan aluminium atau plastikposal, *waste and disposal* mengalokasikan sampah-sampah sesuai dengan system pembuangan sampah, sehingga mudah untuk melakukan sampah menjadi pupuk dan yang lainnya.

- 3) Kepuasan (Y) adalah tanggapan pelanggan terhadap evaluasi perbedaan antara apa yang diharapkan para pelanggan *event* dengan persepsi kinerja aktual dari suatu *event* setelah menghadiri baik suatu *event gathering*.

Populasi dan Sampling

Populasi adalah kumpulan individu atau obyek yang memiliki kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri-ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai kelompok individu atau obyek pengalaman minimal memiliki satu persamaan karakter (Cresswell, 2013). Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2013). Adapun populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah para peserta event gathering di Bali khususnya anggota Indonesia Food and Beverage Excitive Club (IFBEC).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dipilih dengan menggunakan aturan-aturan tertentu (Sekaran, 2013). Pengambilan sampel dilakukan secara tehnik sampling yaitu purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sekaran, 2013).Jumlah sampling yang dipakai adalah 30 sampling.Jumlah subyek dalam penelitian deskriptif , korelasional minimal 30 Heir et all dalam Pantiyasa, 2013)

Sumber dan Jenis Data

Sumber Data

Data primer merupakan informasi yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan penelitian yang sedang ditangani. Data ini diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Sedangkan data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan untuk tujuan lain, bukan untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi (Sekaran, 2013).

Di dalam penelitian ini sumber data utama (primer) berasal dari hasil jawaban kuesioner responden yang dipilih (Sekaran, 2013). Kuesioner diberikan kepada Pengunjung *Event Gathering* di Bali. Adapun data primer dalam penelitian ini, yaitu *pertama* jawaban kepuasan responden tentang *service quality*, *ke dua* jawaban kepuasan responden tentang *Sastaiaible Event*. Data sekunder dapat diperoleh dengan menelaah dokumen-dokumen yang memuat informasi tentang variabel-variabel penelitian. Adapun dokumen-dokumen tersebut diperoleh dari data kunjungan wisata yang melakukan *event gathering* di Bali.

Jenis data

Data penelitian ini berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang bersifat sebagai informasi tentang *Event* yang ada di

Bali, karakteristik *Event* dan jawaban kuisioner dari peserta event mengenai service quality, sustainable event dan kepuasan. Sedangkan data kuantitatif berupa jumlah kunjungan wisata yang melakukan *event conference* di Bali.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kuisioner yaitu daftar pertanyaan tertutup yang diberikan kepada responden dengan pertanyaan mengacu kepada definisi orasional variable dengan skala likert
 - 1) Skor 4 untuk jawaban Sangat setuju
 - 2) Skor 3 untuk jawaban setuju
 - 3) Skor 2 untuk jawaban tidak setuju
 - 4) Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju
- 2) Wawancara yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan peserta gathering
- 3) Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung pelaksanaan event gathering
- 4) Dokumentasi yaitu melakukan studi dokumentasi dari dokumen dokumen pengelolaan event gathering

Table 1. Kisi-Kisi dan Instrument Penelitian

No	Variable	Indikator
1	Variable Bebas (X1) : Service Quality	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Empathy</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Reliability</i> 5. <i>Assurance</i> 6. <i>Presentation</i> 7. <i>Varity</i> 8. <i>Fresh</i> 9. <i>Healthy</i> 10. <i>Tasty</i> 11. <i>Temperature</i>
2	Variable Bebas (X2) : Sustainable Event	1. <i>Paperless and plastic</i> 2. <i>Efficiency</i> 3. <i>Recycle Material</i> 4. <i>Food System</i> 5. <i>Vegetarian & Local Food</i> 6. <i>Food Quantity</i> 7. <i>Packaging</i> 8. <i>Bin &Trans Can</i> 9. <i>Efficiency Water & Electric</i>
3	(Y) : Kepuasan	1. Tingkat kepuasan pada suasana ruang dan karywan sopan santun.

		2. Tingkat kualitas makanan dan minuman 3. Tingkat presentasi produk dan pengetahuan karyawan 4. Reservasi Service
--	--	--

Teknik Analisis Data

Analisis ini menggunakan analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka. Analisis regresi linier berganda dan analisis Koefisien Determinasi, yang meliputi pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh service quality, green event terhadap kepuasan tamu dalam acara gathering di Bali. Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS for Windows versi 2.0. dengan metode stepwise.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan adalah analisis Correlations $X < 0.05$ dan reliability dengan nilai alfa cronbach $> 0,6$

2. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu *kualitas pelayanan dan sustainable event* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan tamu.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu *kualitas pelayanan dan sustainable event* mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan tamu.

Menurut Ghozali (2005:84), dasar pengambilan keputusan ini adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

1. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka Ho ditolak dan Ha diterima.

2). Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2005:84), Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X1, X2, dan Y, apakah variabel X1 (*Kualias Pelayanan*) dan X2 (*Sustainable Event*) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan tamu) secara terpisah atau parsial. Hipotesis yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah :

Ho : Variabel-variabel bebas (*Kualias Pelaynan dan Sustainable Event*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial (terpisah) terhadap variabel terikat (kepuasan tamu).

Ha : Variabel-variabel bebas (*Kualitas Pelayanan dan Sustainable Event*) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial (terpisah) terhadap variabel terikat (kepuasan tamu).

Menurut Ghozali (2005:84), dasar pengambilan keputusan ini adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

1. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3). Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Responden Penelitian.

Tabel 2. Karakteristik Demografik Responden

Karakteristik		Frekuensi	Persentase
Bali	Bandung – Seminyak	6	25,0
	Badung -Kuta	7	29,2
	Lain-lain (Gianyar, Sanur)	21	45,8
Jumlah pelaksanaan	1-3 kali	16	66,7
	4-6 kali	5	20,8
	7-9 kali	3	12,5
Pendidikan	DIII	9	37,5
	S1	11	45,8
	S2	2	8,3
	Other	2	8,3
Jenis kelamin	Laki-laki	20	83,3
	Perempuan	4	16,7
Status pernikahan	Kawin	22	91,7
	Tidak kawin	2	8,3

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang berada di kabupaten badung desa seminyak sebanyak 6 atau sebanyak 25,5%, badung desa kuta 7 atau 29,2% dan lainnya (Gianyar dan Sanur) berjumlah 21 atau 45,8%. Adapun jumlah responden yang melaksanakan kegiatan selama 1-3 kali yaitu 16 atau 66,7%, pelaksanaan 4-6 kali sebanyak 5 atau 27,8%, pelaksanaan 7-9 kali sebanyak 3 kali atau 12,2%. Responden dengan tingkat pendidikan DIII sejumlah 9 atau 37,5%, tingkat pendidikan S1 sejumlah 11 atau 45,8%, tingkat pendidikan S2 sejumlah 2 atau 8,3% dan tingkat pendidikan yang lainnya sejumlah 2 atau 8,3%.

Responden dengan jenis kelamin laki-laki sejumlah 20 orang atau 83,3% dan responden perempuan sejumlah 4 orang atau 16,7%, adapun status kawin sejumlah 22 atau 91,7% dan status tidak kawin sejumlah 2 atau 8,3%.

2. Pengaruh Service Quality dan Sustainable Green Event terhadap Kepuasan Peserta

Analisis yang dipakai untuk menganalisis data adalah Regresi berganda dengan metode Step wise dengan SPSS for windows 2.0 hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis Data

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Service quality (X1)		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Kepuasan

Pada table 4.10 dengan menggunakan metode Stepwise, secara otomatis dapat ditentukan variabel bebas mana yang dimasukkan (entered) dan variabel bebas mana yang harus dikeluarkan (removed atau Exluded), dari tabel 3 terlihat bahwa dari 2 variabel yaitu variable bebas X1 dan X2 maka hanya 1 variabel bebas yang masuk dalam persamaan regresi linier yaitu X1 (service quality) dengan variabel dependent (Y) adalah Kepuasan

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.754 ^a	.569	.554	2.13365	2.141

- a. Predictors: (Constant), Service quality (X1)
 b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Pada Tabel 4 Korelasi antara Y dengan X1 atau $r_{yx1} = 0,754$ dengan $\text{sig} = 0,000 < 0,01$ è sangat signifikan dengan $I = \text{indeks determinasi} = (r_{yx1} = 0,754)^2 = 0,569 = 56,9\%$ hal ini menunjukkan bahwa kontribusi X1 terhadap y sebesar 56,9% sisanya sebesar 43,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Tabel 5. ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.420	1	168.420	36.995	.000 ^b
	Residual	127.469	28	4.552		
	Total	295.889	29			

- a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)
 b. Predictors: (Constant), Service quality (X1)

Pada table 5 nilai F hit = 36,995 dengan $\text{sign} = 0,000 < 0,01$ è sangat sign (SS) sehingga persamaan regresi linier yang terbentuk adalah benar linier

Tabel 6. Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1.548	1.577		.982	.335
	Service quality (Y)	.311	.051	.754	6.082	.000

Pada tabel 6 dari persamaa regresi linier yang terbentuk dimana persamaan regresi linier sederhana yang terbentuk $Y = b_0 + b_1X_1$ dimana b_0 – konstanta, b_1 = koefisien regresi X_1 .

Pada tabel 6 tersebut b_0 = konstanta = 1,548 dan b_1 = 0,311 dengan t hit = 6,082 dengan $\text{sig} = 0,000 < 0,01$ è SS sehingga persamaan regresi linier sederhana yang terbentuk adalah $Y = 1,548 + 0,311 X_1$ atau Kepuasan = 1,548 + 0,311 Service Quality

Tabel 7. Variabel Exluded (Variabel yang dikeluarkan)

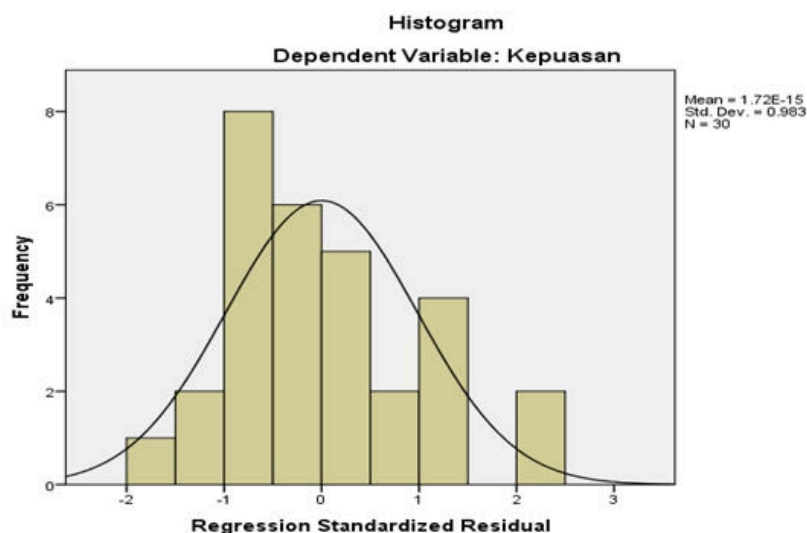
Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlatio n	Collinearity Statistics Tolerance	Eigen Value
1	Green event gathering (X2)	.286 ^b	1.521	.140	.281	.414	0,031

a. Dependent Variable: Kepuasan

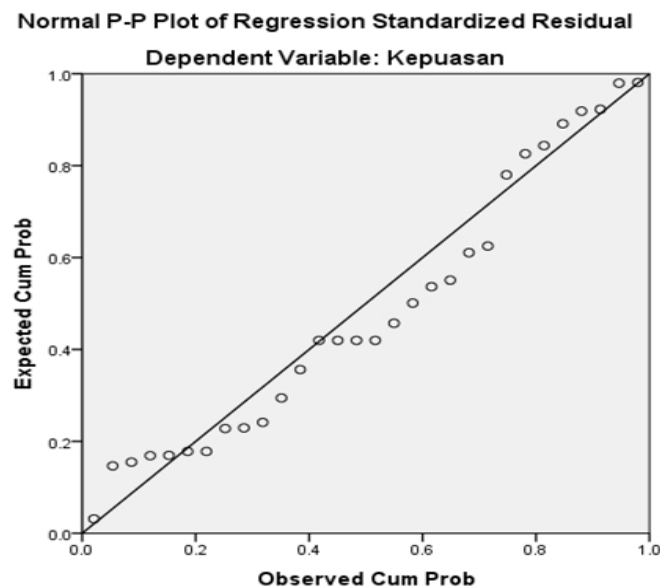
b. Predictors in the Model: (Constant), Service quality

Pada tabel 7 X2 dikeluarkan dari persamaan regresi karena terjadi multikolinieritas atau terjadi korelasi antara variabel, bebas X1 dengan X2 è dapat dilihat dari eigen value X2 = 0,031 atau mendekati nol. Dimana bila eigen value mendekati nol maka terjadi Multikolinieritas (Sarwono, 2009 dan Sulyant0, 2011) dan X2 dikeluarkan dari persamaan regresi karena nilai t hit dari X2 = 1,521 dengan sig = 0,140 > 0,05 è non sig sehingga X2 tidak berpengaruh terhadap Y secara parsial

HISTOGRAM Residu Regresi Linier Sederhana $Y = 1,548 + 0,311 X1$ atau Kepuasan = 1,548 + 0,311 Service Quality.

**Gambar 1. Grafik Persamaan Regresi**

Grafik garis persamaan Regresi linier $Y = 1,548 + 0,311 X1$ atau Kepuasan = 1,548 + 0,311 Service Quality



Gambar 2. Normalitas data

3. Uji asumsi klasik Persamaan regresi linier sederhana:

$$Y = 1,548 + 0,311 X_1 \text{ atau: Kepuasan} = 1,548 + 0,311 \text{ Service quality}$$

Tabel 8. Uji Auto Korelasi dengan metode Durbin Watson (DW)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.754 ^a	.569	.554	2.13365	2.141
a. Predictors: (Constant), Service quality (X1)					
b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)					

Dari Uji autokorelasi dengan pengujian Durbin Watson (DW) sebagai berikut :

- $1.65 < DW < 2.35$ tidak terjadi autokorelasi
- $1.21 < DW < 1.65$ atau $2.35 < DW < 2.79$ tidak dapat disimpulkan
- $DW < 1.21$ atau $DW > 2.79$ terjadi Autokorelasi (Sarwono, 2009)

Dari tabel 8 ternyata bahwa nilai Durbin Watson $1,65 < 2,141 < 2,35$ sehingga persamaan regresi $Y = 1,548 + 0,311 X_1$ atau: $\text{Kepuasan} = 1,548 + 0,311 \text{ Service quality}$ tidak terjadi auto korelasi

1) Uji linieritas

Untuk mengetahui uji linieritas persamaan regresi linier dapat digunakan dengan melihat nilai F pada Anova, dimana bila signifikansi F hit $< 0,05$ maka persamaan regresi linier yang terjadi benar linier

Tabel 9. Tabel ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.420	1	168.420	36.995	.000 ^b
	Residual	127.469	28	4.552		
	Total	295.889	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

b. Predictors: (Constant), Service quality (X1)

Pada tabel 9 (ANOVA) nilai F hit = 36,995 dengan sig 0,000 < 0,05 → maka persamaan regresi linier $Y = 1,548 + 0,311 X_1$ atau: Kepuasan = 1,548 + 0,311 Service quality adalah Linier

2) Uji normalitas

Untuk mengetahui apakah persamaan regresi linier berdistribusi normal atau tidak salah satu cara dapat digunakan Uji Normalitas menurut Kolmogorov Smirnov (KS), bila nilai z KS sinifikansinya > 0,05 maka Persamaan regresi yang terjadi berdistribusi normal (Sarwono, 2009; Suliyanto, 2011)

Tabel 4.10. Uji Normalitas

		Standardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	.98260737
Most Extreme Differences	Absolute	0.115
	Positive	0.115
	Negative	-0.109
Test Statistic		0.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari tabel 10 Tersebut ternyata nilai sign dari Z KS = 0,200 > 0,05 → non signifikan sehingga regresi linier $Y = 1,548 + 0,311 X_1$ atau: Kepuasan = 1,548 + 0,311 Service quality berdistribusi normal

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisi dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Hasil pengujian simultan menunjukkan nilai F hitung 36,995 nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa *Service quality* dan *Sustainable Green event* secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* (kepuasan). Adapun kontribusi

bersama – sama variabel independen terhadap dependen dapat dilihat pada nilai *R Square* sebesar $(r_{xy} = 0,754)^2 = 0.569 = 56,9\%$ yang menjelaskan bahwa variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen memiliki kontribusi sebesar 56,9 %. Sedangkan sisanya 43,1 % merupakan factor – factor lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian

- 2) *Service Quality* berpengaruh positif dan significant terhadap kepuasan pelanggan peserta *event gathering* di Bali khususnya anggota *Indonesia Food and Beverage Excitve Club (IFBEC)* dengan nilai $t = 6,082$ signifikan sebesar 0,000 ($<0,05$), dan berpengaruh lebih dominan dibandingkan *sustainable green event*.
- 3) *Sustainable Green Event* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan peserta, dengan hasil wawancara bahwa khusus *event gathering IFBEC Bali* bahwa untuk meandapat kepuasan adalah dengan banyak nya variasi menu dan minuman wine yang banyak.

Sedangkan untuk saran yang bisa diberikan kepada pihak IFBEC Bali agar di sampaikan kepada tempat-tempat *event gathering* adalah *Service Quality* menjadi factor yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan peserta maka kualitas pelayanan selalu harus ditingkatkan sedangkan untuk *event gathering* yang *sustainable* agar kiranya para anggota ifbec kesadaran untuk melakukan *gathering* yang *sustainable* berdasarkan pada peraturan gubernur bali no 97 tahun 2018 lebih di tingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arlina Nurbaity Lubis dan Martin (2009), Pengaruh Harga (price) dan Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSU Deli Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis* -Volume 2, Nomor issn : 1978–8339
- Amandeep, Dilbag Singh (2017), “*Green Meeting in Hotel Industry Moving towards Sustainable Development*,” *Journal for Studies in Management and Planning*, ISSN: 2395-0463, Volume 03 Issue 08
- Anna Para, Magdalena Kachniewska (2014) Reserch Gate, *Conference Paper*, New Trend in Tourism Research, A Polish Perspective Part 3, Meeting, Incentives, Conference, Events “Determinents of Convention & Convergence Site Selection : The Polish Event Plalnners Prespective” Poland, <https://www.researchgate.net/publication/272021021>
- Ali Dehghan (2006). “ *Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction*, study case of customer centric group issn : 1653-0187-isrn.
- Azril Azahari. *Teknik Penulisan Ilmiah*. Jakarta : Universitas Terbuka. 2006.
- Azis. *Studi Tentang Kualitas Pelaynaan dan Kepuasan Konsumen di rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten*. Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2005
- Akın Aksu, İlker Şahin , Adnan Öztürk dan Selami Gültekin (2015) “*analysing Green Meeting Perceptions of Medical Meeting Participants: An*

Exploratory Research in the Antalya Region of Turkey “European journal of tourism research ISSN 19947658

- Akın Aksu¹, İlker Şahin , Adnan Öztürk and Selami Gültekin (2016) Analysing Green Meeting Perceptions of Medical Meeting Participants: An Exploratory Research in the Antalya Region of Turkey , European Journal of Tourism Research ISSN online 1314 0817-<http://ejtr.vumk.eu>
- Achim Steiner, *et al* (2009), United Nation Environment Program “Green Meeting Guide”.
- Achim Steiner, Konrad Otto-Zimmermann, Shaaban M. Shaaban, Sahle Work-Zewde (2012) United Nations Environment Programme,” *Sustainable Events Guide*” , ISBN: 978-92-807-3277
- Alison Campbell, Margaret (2000), “*Measuring Meeting Planner Satisfaction with Hotel Employee Interactions*,” Journal of Convention & Exhibition Management, Vol.2(2/3)
- Alexandra Bruns-Smith, Vanessa Choy, Howard Chong, Rohit Verma (2015), “Environmental Sustainability in the Hospitality Industry: Best Practices, Guest Participation, and Customer Satisfaction”, Cornell University School of Hospitality Administration The Scholarly Commons, Center for Hospitality Research (CHR) Vol. 14, No. 5.
- Allen, J., O’Toole, W., Harris, R. and McDonnell, I. (2008), *Festival & Special Event Management*, 4th ed., Wiley, Milton.
- Baig, Ebad. *Emotional Satisfaction and Brand Loyalty in Hospitality Industry*. University of Lahore, 1-KM Defence Road, Lahore, Pakistan. 2010
- Berry, Leonard L. *Discovering the soul of service*. New York: The Free Press. 1999.
- Baki, B., Basfirinci, C.S., Cilingir, Z., Murat, A.R. (2009), "An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services: a case study from Turkey", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 21 No.1, pp.106-26.
- Bastian, C.T., McLeod, D.M., Germino, M.J., Reiners, W.A., Blasko, B.J. (2002), "Environmental amenities and agricultural land values: a hedonic model using geographic information systems data", *Ecological Economics*, March, Vol. 40 No.3, pp.337-49.
- Berry, Leonard. L., Seiders, Kathleen., and Grewal, D. (2002), “*Understanding Service Convenience*”. Journal of Marketing, Vol. 66, pp. 1-17.
- Bolton, R. N. and J. H. Drew (1991). “A Multistage Model of Customers’ Assessment of *Service Quality* and Value.” Journal of Consumer Research 54(April): 69-82.

- Brown, L.G. (1990), "Convenience in *services* marketing", *Journal of Services Marketing*, Vol. 4 No. Winter, pp.53-9.
- Butz, Howard E & Goodstein, Leonard D., 1996, *Marketing Customer Value: Gaining the Strategic Advantage*
- Cooper, Donald R, dan Schindler, Pamela S. *Business Research Methods, eleventh edition*. Singapore: Mcgraw-Hill International Edition. 2011
- Cronin and Raylor. *Defined and mesured customer satisfaction as a one-item scale that asks for the customers overall feeling towards an organization*". 1992
- Christina Wilson Micioni (2009), " *Going green in the hospitality industry,*" UNLV Theses, Dissertations, Profesional Papers, and Capstones-Libraries University of Nevada-Las Vegas
- Chang, Daesung. *A Comparative Study on the Quality of Deluxe Hotel Services in Seoul, Focusing on Foreign Customers*. Kyonggi University, Dept. of Management, South Korea, 82-331-249-9432
- Caruana A, Fenech N (2005). The effect of perceived value and overall satisfaction on loyalty: A study among dental patients. *J. Med. Mark.*, 5(3): 245.
- Christopher White, Yi-Ting Yu, (2005) "Satisfaction emotions and consumer behavioral intentions", *Journal of Services Marketing*, Vol. 19 Iss: 6, pp.411-420
- Colwell, S.R., Aung, M., Kanetkar, V., Holden, A.L. (2008), "Toward a measure of *service* convenience: multiple-item scale development and empirical test", *Journal of Service Marketing*, Vol. 22 No.2, pp.160-9.
- Cronin, Jr., J.J., Brady, M.K. and Hult, G.T.M. (2000), "Assessing the effects of *quality*, value and customer satisfaction on customer behavioral Intentions in *service* environments", *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, pp. 193-217.
- Daniel C. Funk. *Consumer Behaviour in Sport and Events Marketing Action*. New York : Penerbit Elsevier Ltd. 2008.
- Department of Industry and Investment NSW. *State of New South Wales through Tourism NSW*. september2010
- Dehghan, Ali. " *Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction*, study case of customer centric group issn : 1653-0187-isrn : 2006
- Dominici, Gandolfo. *Quality of service and customer satisfaction are critical factors for success of any business*. by (Corresponding author), 2010 Everett M. Rogers (2002) , *Diffusion of preventive innovations*, Department of Communication and Journalism, University of New Mexico, Albuquerque, NM 87131-1171, USA

- Duncan Muarry and Gary Howat (2002) “ *The Relationship among Service Quality, Value, Satisfaction and Future Intention of Customer at an Australia Sports and Leisure Center,* ”. *Journal Sport Management* 2002, 5 25-43- SMAANZ
- Donald Getz, Martin O’Neil, Jack Carles (2012), “*Service Quality Evaluation at Events through Service Mapping,*” *Journal of Travel Research*, Vol. 39, May 2001, 380-390.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. (1990), *Consumer Behavior*, 6th ed., The Dryden Press, Chicago, IL.
- Fenich, George. *Convention & Exhibition Management*, Vol. 1(2/3). 2006
- Fenich, George. Measuring Meeting Planner Satisfaction with Hotel Employee Interactions. *Journal Convention & Exhibition Management*, Vol. 2(2/3) page 994. 2000
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra (2007) *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta : C.V Andi Offset. 2005.2007.
- Friedman and Amoo, Rating The Rating Scales, *Jurnal Marketing* Vol 9:3, 1999
- Faizan Ali (2015), “*Service Quality as a determinant of customer satisfaction and resulting behavioral intentions : A SEM approach towards Malaysian resort hotels*”, Vol.63/No.1/2015/37-51. UDC : 338.488:640.412(595)
- Faizan Ali, Kasif Hussain, Rupam Konar, and Hyeo-Mo Jean (2017), “The effect of technical and function *quality* on guest’s perceived hotel *service quality* and satisfaction : A SEM-PLS analysis”, V Routledge Taylor and Francis Group, Vol. 18, No.3 354-378
- George G. Fenich, Ph.D. *Meetings, Expositions, Events and Conventions*. London : Pearson Education LTD. 2008.
- Geoffrey Lipman (2012) “Green growth 2050 Roadmap for Bali Sustainable Tourism Development”
- Gronroos, Parasuraman et al. *Customer Satisfaction in the Hotel Industry: A Case Study from sociality*. *International Journal of Marketing Studies* Vol. 2, No. 2; November, 1988
- Gronroos (1984), “A *Service Quality* Model and Its Marketing Implication.” *European Journal of Marketing* Vol. 18, No 4., 36-45.
- Guido Bertucci (2005) United Nations, *Innovations in the Public Sector Compendium of Best Practices: Winners of the United Nations Public Service Awards*.
- Grzinnic (2007) “*Concept of Service Quality Measurement in hotel Industry*”. *Jurnal UDK/UDC*: 640.41 (658.562).

- Getz, D. (2007), *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*, Elsevier, Oxford. Butterworth-Heinemann.
- Getz, D. (2008), “Event tourism: definition, evolution, and research”, *Tourism Management*, Vol. 29 No. 3, pp. 403-28.
- Gronholdt, L., Martensen, A., & Kristensen, K. (2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: cross-industry differences. *Total Quality Management*, 11(4-6), S509-S515.
- Groth, John C. and Kinney, Michael R., (1994). Cost Management and Value Creation, *Management Decision*, Vol. 32 No. 4, 1994, pp. 52-57 © MCB University Press Limited, 0025-1747
- Hermawan Kartajaya. (2009). *Service Operation*. Jakarta : Erlangga..
- Hapsari, (2008). “Analisa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan” Program Pasca Sarjana pada Program magister Manajemen Pemasaran Universitas Dipenogoro,
- Hsieh, Wei Shan. (2011) “Hospitality and tourism education from a vision to an icon”. ASIA –PACIFIC CHRIE Hongkong.
- Heri Setyawan, (2018), Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia, *Jurnal Pariwisata Terapan*, Vol.2, No.1, 2018
- Hightower, R., Brady, M. and Baker, T. L. (2002). Investigating the role of physical environment in hedonic service consumption: An exploratory study of sporting events, *Journal of Business Research*, 55, 697–707.
- Hsu, C.L., Chen, M.C., Chang, K.C. and Chao, C.M. (2010), “Applying loss aversion to investigate service quality in logistics-a moderating effect of service convenience”, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 30 No. 5, pp. 508-25.
- Iqbal Alan Abdullah. *Manajemen Konferensi dan Event*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press 2009.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakrta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia..
- Johnny Langenheim (2017), “Indonesia Menanggulangi 1 Milliar Sampah Per Tahun,”<https://www.theguardian.com/environment/thecoraltriangle/2017/mar/02/indonesia-pledges-us1-billion-a-year-to-curb-ocean-waste>
- James A. Fitzsimmons & Mona J. Fitzsimmons. *Service Management*. Boston : McGraw Hill. 2008.
- James A. Fitzsimmons & Mona J. Fitzsimmons. *Service Management*. Boston : McGraw Hill. 2008.

- Johnny Allen William O'toole & Robert Harris Ian McDonnell *Festival & SpecialEvent Management*. Milton : McDougall Street. 2011.
- Julia Rutherford Silvers, CSEP. *Risk Management for Meetings and Events*. New York : Penerbit Elsevier Ltd. 2008.
- Jay Kandampully (1998) “*Service quality to service loyalty: A relationship which goes beyond customer services* “, Journal :TOTAL QUALITY MANAGEMENT, VOL. 9, NO. 6, 431-443
- Jasmina Gizinic (2007), Concept of *Service Quality* Measurement in Hotel Industry, Journal Concept of *Service*, Ekon Misao Praksa DBK.GOD XXI BR 1 (81-98)
- Jamal, A., Naser, K., 2002. Customer satisfaction and retail banking: An assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking. *International Journal of Bank Marketing* 20 (4), 146-160.
- Jih, W.J. (2007), “Effects of consumer-perceived convenience on shopping intention in mobile commerce: an empirical study”, *International Journal of E-Business Research*, Vol. 3 No. 4, pp. 33-48.
- Kang Gi Du , Jeffrey James, (2004) “*Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model*”, *Managing Service Quality*. An International Journal, Vol. 14 Issue: 4, pp.266-277
- Kamus Bahasa Indonesia (1998)
- Kandampully, Jay*Service quality to service loyalty: A relationship which goes beyond customer services*. . *TOTAL QUALITY MANAGEMENT*, VOL. 9, NO. 6, , 431± 443. 1998
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang. 2006.
- Karin Weber, Wesley R. Roel (2001), “*Convention Site Selection* “*Journal of Convention & Exhibition Management*, Vol. 3(1)
- Kantapop Buathong and Pei-Chun Lai (2017), “*Perceived Attributes of Event Sustainability in the MICE Industry in Thailand: A View point from Governmental, Academic, Venue and Practitioner*,” *Journal MDPI : Sustainability* 9, 1151; doi:10.3390/su9071151-[www.mdpi.com/ journal/sustainability](http://www.mdpi.com/journal/sustainability).
- Kamal Manaktola and Vinnie Jauhari, (2007), *Exploring consumer attitude and Behavior towards green Practices in The Lodging Industry in India*. *Journal International of Contemporary Hospitality Management*, Vol 19 No.5 2007 pp. 364-377, Emerald Group Publishing Limited 09596119, DOI : 10.1108/09596110710757534

- Kachieewska, Para Ana Magdalena (2014), “*Understanding Planners' Use of Meeting Facility Information*”, **Journal of Hospitality & Tourism Research** 17(3):119-130
- Kassim, N.M., Abdullah, N.A. (2010), "The effect of perceived *service quality* dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: a cross cultural analysis", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 22 No.3, pp.351-71.
- Lee, Yong Ki, Jae, Dae Hwan. *An Analysis of Gap of Hotel Service Quality and Customer Satisfaction*. 1998
- Leonard H. Hoyle, David C. Dorf & Thomas J. A. Jones. *Managing Conventions and Group Business* : Educational Institute American Hotel & Motel. 1989.
- Leo Jago, Margaret Deery (2014) Business Events Council of Australia (BECA), “*Delivering innovation, KnowleDge anD PerForManCe: The Role of Business Events* “.
- Lee, Tae Hee. Study on the Degree of Importance of Convention *Service Factors*: Focusing on the Differences in Perception Between Convention Planners and Participants. Ji-Yon Park. *Journal of Convention & Exhibition Management*, Vol. 3(4), 2002
- Leonard L Berry, Ruth N. Bolton, Cherly H. Bridges, Jeffrey Meyers, A. Parasuraman & Kathleen Seiders (2010) Opportunities for Innovation in the Delivery of Intreative Retail *Services*’ Journal of Inreactive Marketing
- Lovelock, Christoper., Patterson, Paul., dan Walker, Rhett. *Service Marketing, An Asia-Pacific and Australian perspective*. China: Pearson Prentice Hall. 2004
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta : PT. Salemba Empat Patria..
- Levesque, T., McDougall, G.H.C. (1996), “Determinants of customer satisfaction in retail banking”, *International Journal of Bank Marketing*, 14 (7), pp. 12-20.
- Liao, H., Toya, K., Lepak, D, & Hong, Y. (2009). Do they see eye to eye? Management and employee perspectives of high performance work systems and influence processes on *service quality*. *Journal of Applied Psychology*, 94, 371-391.
- Margaret, (2000). Measuring Meeting Planner Satisfaction with Hotel Employee Interactions. *Journal of Convention & Exhibition Management*.
- Meghan Comas and Gianna Moscardo, (2005), “*Understanding Associations and Their Conference Decision-Making Processes*,” *Journal of Convention & Event Tourism*, Vol. 7(3/4)

- Melly Agustin SE, (2008) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Niaga, Tbk.(Kantor Cabang Kalimalang Bekasi)*. 2008
- Mohd Hafiz Hanafiah, Inoormaziah Azman, Mohd Raziff Jamaluddin, Norliza Aminuddin, (2016), "*Responsible Tourism Practices and Quality of Life: Perspective of Langkawi Island communities*" ELSEVIER Ltd-Procedia-Social and Behavioral Sciences 222 , 406-413
- Mohammed Valli Moosa, (2003), "*Responsible Tourism* " Minister of Environmental Affairs and Tourism, South Africa
- Misra, das, Pattnaik and Mohanty. (2010). *European journal of economics, finance, and administrative science* , ISSN 1450-2275 issue 24.
- Murry and Howat (2002) "*Sport Management Review, The relationship among service quality, value. Satisfaction, and future Intentions of customers at an Australian Sports and Leisure Center*". From University of South Australia-Adelaide. (2002,5 25-43).
- Mangold, G.W. and Babakus, E. (1991), "*Service quality: the front-stage perspective vs the backstage perspective*", *Journal of Services Marketing*, Vol.5 No. 4, Autumn, pp. 59-70.
- Musgrave, James (2011). Moving towards responsible *events* management. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* Vol. 3 No. 3 pp258-273
- Naziyet Uzunboylu (2016), "*Service Quality in International Conferenece Industry : A Case Study of WCES 2015*", *Journal Elsevier* Doi : 10.1016/S2212-5671(16)30239-8
- Nicholas D. Theodorakis (2015) "*Effect of Event Service Quality and Satisfaction on Happiness Among Runners of a Recurring Sport Event*," *Journal Routledge Taylor & Francis Group*, 37: 87–107, 2015, , LLC ISSN: 0149-0400 print / 1521-0588, DOI: 10.1080/01490400.2014.938846
- Narges Delafrooz, Mohammad Teleghani, Mahsa Taghineghad, and Milad Nademi (2013), "*The Impact of Service Innovation on Consumer Satisfaction*", *International Journal of Business and Behavioral Science*, Vol.3 No.2
- Nurmaidah, Ginting. (2008). "*Analisa Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero)*". Cabang Putri hijau Medan. USU.
- Nurcaya, Nyoman. (2010). *Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Di Provinsi Bali*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Nurcaya, Nyoman. (2010). *Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit di Provinsi Bali*.

- Nurbaity, Arlina Lubis, Martin. Pengaruh Harga (Price) Dan Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap DI RSUD Deli Medan, Volume 2, Nomor 1 Januari 2009-ISSN: 1978–8339, *jurnal manajemen bisnis*
- Ni Nyoman Yuliarmita dan Putu Riyasa, (2017), “ Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar” Jurnal : BULETIN STUDI EKONOMI Volume 12 Nomor 1 Tahun 2007, ISSN1410-4628
- Namkung, Young and Jang, Soo Cheong, (2007), “*Does Food Quality Really Matter in Restaurant ? Its Impact On Customer Satisfaction and Behavioral Intentions* “ Journal of Hospitality and Tourism Research, 31: 387 DOI : 10.1177/1096348007299924
- Olga Dębicka Aneta Oniszczyk-Jastrzębek (2014), “*RESPONSIBLE TOURISM IN POLAND,*” Tourism and Hospitality Industry CONGRESS PROCEEDINGS Trends in Tourism and Hospitality Industry.
- Oliver, R.L. (1980), “A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions”, Journal of Marketing Research, No. XVII, November, pp. 460-69.
- Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Jakarta : CV. Alfa Beta.
- Parasuraman. *Argues that how a company allocates service inputs will directly affect productivity from the customer’s perspective*. 2002
- Polda Bali (2017), Data Kegiatan Konvensi di Bali
- Parasuraman, Valarie A. Zeithamal. Leonard L. Berry. (1988), “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality,*” Journal of Retailing Volume 64 Number 1.
- Paul T. Anastas. (2003), “*Meeting the Challenges to Sustainability Through Green Chemistry,*” Journal The Royal Society of Chemistry DOI : 1039/b211620k
- Prideaux, Bruce., Moscardo, Gianna., dan Laws, Eric. *Managing Tourism and Hospitality, theory and International Applications*. UK: Cabi. 2006
- Paul V. Mathew, S. Sreejesh. (2017), “*Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations,*” Elsevier : Journal of Hospitality and Tourism Management 31-83e89
- Ruby, Carl A. *Summer Assessing Satisfaction with Selected Student Services Using SERVQUAL, a Market-Driven Model of Service Quality*. 1998
- Robin B. DiPietro, Deborah Breiter, Paul Rompf, Marta Godlewska, MS. (2008), *An Exploratory Study of Differences among Meeting and Exhibition*

Planners in their Destination Selection Criteria, *Journal of Convention & Event Tourism*, Vol. 9(4), ISSN : 1547-0148 (Print) 1547-0156

Raj, R. and Musgrave, J. (Eds), (2009), “A conceptual framework for sustainable event”, *Event Management and Sustainability*, CABI, Wallingford, p. 3.

Rosenbam, Mark S., and Wong, Anthony IpKin, (2010). Value equity in event planning: a case study of Macau. *Marketing Intelligence & Planning*. Vol 28 No.40

Rust, R.T., Lemon, K.N. and Zeithaml, V.A. (2004), “Return on marketing: using customer equity to focus marketing strategy”, *Journal of Marketing*, Vol. 68 No. 1, pp. 109-27.

Rust, R.T., Lemon, K.N., & Zeithaml, V.A. (2001). Where should the next marketing dollar go? *Marketing Management*, 10(3), 24-28.

Suzana Marković, Jasna Horvat. (1999). “*Customer Satisfaction Measurement*”.

Syafiq, Ali, dan Haryono. (2008). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel dengan Metode Structural Equation Modeling*. Program Studi Magister Manajemen Teknologi Bidang Keahlian Manajemen Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Sean Yeang Kim, staff Samsung Korea. (2009). “*Sustainability Report*”

Simons and Georgia. (2005). An Analytical Approach for Allocating Service Recovery Effort to Reduce Internal Failures, U.S. Air Force Academy. *Journal Of Service Research / February*.

Soo K. Kang, Choong-Ki Lee (2011) “*Comparison of Mega Event Motivation, Performance Quality, and Satisfaction Between Chinese and Koreans : A Case of EXPO 2010 SHANGAI* “. *Journal Hospitality and Tourism Edukaciton-From a Vision to an Icon -Asia Pacific CHRIE Conference Hongkong*

Siripon McDowall, (2011) “ An Analysis Of The Characteristic of Attandee of the 39th Annual Renaissance Artsfaire Las Cruces New Maxico USA,” *Journal Hospitality and Tourism Edukaciton-From a Vision to an Icon -Asia Pacific CHRIE Conference Hongkong*

State of New South Wales through Tourism NSW, Department of Industry and Investment NSW, September 2010.

Sukardi dan Chandrawatism, Chodilis. (2008). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Corned Pronas Produksi PT elP. DENPASAR, BALI*.

- Shu Tian Cole and Jhon L Crompton, (2003), *“A Conceptualization of the relationships between service Quality and visitor satisfaction and their Link to destination selection “*, Routledge Taylor & Francis Ltd. Leisure Studies, 22:1, 65-80 ISSN 02 61- 4367.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Rineka Cipta..
- Seiders, K., G.B. Voss, D. Grewal, A.L. Godfrey, (2005), “Do satisfied customers buy more? Examining Moderating influences in a retailing context”, *Journal of Marketing*, Vol. 69, October, pp. 26-43
- Sekaran, U, (2006) *Research methods for business* (4th ed) John Wiley & Sons, New York.
- Shostack, G.L. (1987), "Service position through structural change", *Journal of Marketing*, Vol. 51 pp.34-43.
- Slater, Stanley F. and John C. Narver. (1994). "Does Competitive Environment Moderate the Market Orientation-Performance Relationship?" *Journal of Marketing* 58 (January): 46- 55.
- Teresa, Swartz, Dafid E. Bowen & Stephen W. Brown. (1996). *Advances in ServicesMarketing and Management Research and Practice*. London : Jai Press Inc..
- Tannahill, R. (1989) *“Food in History “*published by Haworth Press (ISSN 1052-214X), [http://hotelmule.com/hospitality_travel_wiki/index.php? doc-innerlink- food](http://hotelmule.com/hospitality_travel_wiki/index.php?doc-innerlink- food)
- The *Events* Industry Council, (2017) “Honors the Winner of the Innovation in Sustainability Award” Washington, D.C, www.eventscouncil.org.
- Tahir, Albayrak. (2010). Relationships of the Tangible and Intangible Elements of Tourism Products with Overall Customer Satisfaction”. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 1, No. 2.
- Taylor. (1997). *Value and satisfaction to various service encounter outcomes : linkto outcomes service quaality and Satisfaction with empirically tested YES*, Literature Lingking quality.
- Tay Kai Xin, Jennifer Kim Lian Chan, (2014), “ Tour Operator Perspectives on Responsible Tourism indicator of Kinabalu National Park , Sabah,” *ELSEVIER LTD, Procedia-Social and Behavioral Science* 144, 25-34
- Tanja Mihalic, (2016),” Sustainable-Responsible Tourism Discourse _ Toward ‘responsustable’ tourim,” *ELSEVIER Ltd, Journal of Cleaner Production* 111-461-470

- Turner, R. C., & Carlson, L. (2002). Statistics and Data Analysis, “*Index of Item-Objective Congruence for Multiple Objective Measures*”. University of Arkansas.
- Terresa, A. Swartz, david E. Bowen, Stephen, W. Brown. (1996). *Service Marketing and management*.
- Thuy, Pham Ngoc. (2011). Using *service* convenience to reduce perceived cost. *Marketing Intelligence & Planning*. Vol 29, pp 473-487
- Tsaur, S., Chang T. and Yen C. (2002), The evaluation of airline *service quality* by fuzzy MCDM. *Tourism Management* 23 107–115
- Valarie A. Zeithalm, Mary Jo Bitner & Dwayne D. Gremler (2009), *Servis Marketing*. Boston : McGraw Hill.
- Vanessa Choy , Howard Chong, Alexandra Bruns-Smith. (2015), “*Environmental Sustainability in the Hospitality Industry: Best Practices, Guest Participation, and Customer Satisfaction*,” Research Publications The Center for Hospitality Research (CHR) 3-1-2015 Environmental Sustainability
- Vogel, V., Evanschitzky, H. and Ramaseshan, B. (2008), “Customer equity drivers and future sales”, *Journal of Marketing*, Vol. 72 No. 6, pp. 98-108.
- Walker, John R. (2008). *Introduction to hospitality, fifth edition*. New Jersey: Pearson International Edition
- Wijayanti, Ari. (2010). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan* (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler PraBayar Mentari-Indosat Wilayah Semarang).
- Wei Shan Hsieh (2011) “*the influence of food and beverage service on social intreaction in a conference*” *Journal : Hospitality and tourism education from a vision to an icon-ASIA –PACIFIC CHRIE Hongkong*.
- Whitfield J. and Webber D.J. (2010), “*Sector Differences in Conference Facility Refurbishment*”. *Journal Tourism Planning and Development*, 7(2) pp. 163-178. ISSN 1479-053X
- Wilkie, W. L. (1994). *Consumer Behaviour*, New York: John Wiley and Sons.
- Womack, J., Byrne, A., Flume, O., Kaplan, G. and Toussaint, J. (2005), *Going Lean in Healthcare*, Innovation Series, Institute for Healthcare Improvement, Cambridge, MA.
- Woodruff. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage. *J. Acad. Market. Sci.*, 25(2): 139-153.

- Wolf, Erik J., Harringtonm Kelly M., Clark, Shaunna L., Miller, Mark. W (2013). Sampel Size Requirements Equation Models : An Evaluation of Power, Bias, and Solution Property, *Educ Pschol Meas.* Vol 6. No. 76 pp 913-934
- Yong Han Ahn, Annie R. Pearce (2007) “GREEN LUXURY: A CASE STUDY OF TWO GREEN HOTELS” *Journal of Green Building*, Volume 8, Number 1.
- Yoon and Lee (2010), “*Measuring festival quality and value affecting visitors satisfaction and loyalty using a structural approach*” *International Journal of Hospitality Management* 29, 335-342, ELSEVIER.
- Yuruk (2017), Analyzing the effect of social impact of *event* on satisfaction and loyalty,” *Tourism Management* 60-367-378, ELSEVIER
- Yoon, M.H., Seo, J.H. and Yoon, T.S. (2004), “Effects of contact employee supports on critical employee responses and customer *service* evaluation”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 18 No. 5, pp. 395-412.
- Zeithaml, Valarie., Parasuraman, A., Berry, Leonard L. (1990) *Delivering Quality Service*, balancing customer perceptions and expectations. New York: The Free Press.
- Zeithaml, V.A. (1988), “Consumer perceptions of price, *quality*, and value: a means-end model and synthesis of evidence”, *Journal of Marketing*, Vol. 52 No. 3, p. 2.