

ABSTRAK

Perkembangan industri ekonomi kreatif di Indonesia semakin pesat. Musik adalah hal yang sama sekali tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari dan industri musik di negara Indonesia dapat menjadi industri yang menjanjikan di jaman milenial. Salah satu cara untuk memajukan perekonomian di industri musik adalah dengan mengadakan konser musik. Di Indonesia, banyak masyarakat yang mengetahui bahwa konser musik dapat memberikan dampak yang positif bagi pariwisata dan ekonomi juga tentunya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Social Cost*, *Social Benefit*, *Access Quality*, *Venue Quality*, *Event Quality* terhadap *Revisit Intention* melalui *Satisfaction*. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen khususnya seberapa besar pengaruh keenam variabel sehingga meningkatkan *Revisit Intention* yang pada akhirnya akan mengakibatkan kunjungan berulang pada *event* Djakarta Warehouse Project.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan AMOS. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 140 responden dengan karakteristik responden pria, wanita, dan gender ketiga berumur 18-60 tahun, yang pernah mengunjungi Djakarta Warehouse Project.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Benefit* dengan koefisien regresi sebesar 0.164 secara positif namun tidak signifikan mempengaruhi *Satisfaction*, *Social Cost* dengan koefisien regresi sebesar 0.155 secara positif dan signifikan mempengaruhi *Satisfaction*, *Access Quality* dengan koefisien regresi sebesar 0.011 secara positif namun tidak signifikan mempengaruhi *Satisfaction*, *Venue Quality* dengan koefisien regresi sebesar 0.038 secara positif namun tidak signifikan mempengaruhi *Satisfaction*, *Event Quality* dengan koefisien regresi sebesar 0.890 secara positif dan signifikan mempengaruhi *Satisfaction*, dan *Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.936 secara positif dan signifikan mempengaruhi *Revisit Intention*.

Kata kunci: *Social Benefit*, *Social Cost*, *Access Quality*, *Venue Quality*, *Event Quality*, *Satisfaction*, dan *Revisit Intention*

ABSTRACT

The development of the creative economy industry in Indonesia is increasing rapidly. Music is something that cannot be separated from human's life and the music industry in Indonesia can become a promising industry in the millennial era. There are many ways to advance the music industry, but one of them is to held a music concerts. In Indonesia, many people who understand that music concerts can provide positive tourism and economics.

This research aims to find out how the influence of *Social Benefit*, *Social Cost*, *Access Quality*, *Venue Quality*, *Event* towards *Revisit Intention* through *Satisfaction*. The expected benefits from this research is adding to the treasury of knowledge in the field of management especially how great the influence of six variables which increase repurchase intention that will eventually lead to revisit on Djakarta Warehouse Project event.

This research is a causal research. The research method used is the quantitative method with data processing using AMOS. Data collection was done by giving questionnaires to 140 respondents with the characteristics of male, female and third gender respondents aged 18-60 years, who has ever been to Djakarta Warehouse Project event.

The results showed that *Social Benefit* with regression coefficient of 0.164 positive but not significantly affect *Satisfaction*, *Social Cost* with regression coefficient of 0.155 positive and significantly affect *Satisfaction*, *Access Quality* with regression coefficient of 0.011 positive but not significantly affect *Satisfaction*, *Venue Quality* with regression coefficient of 0.038 positive but not significantly affect *Satisfaction*, *Event Quality* with regression coefficient of 0.890 positive and significantly affect *Satisfaction*, *Satisfaction* with regression coefficient of 0.936 positive and significantly affect *Revisit Intention*.

Key Words: *Social Benefit*, *Social Cost*, *Access Quality*, *Venue Quality*, *Event Quality*, *Satisfaction*, and *Revisit Intention*