

**FAKTOR – FAKTOR MOTIVASI PENGUNJUNG DALAM MENGHADIRI
PAMERAN KERAJINAN INACRAFT DI JAKARTA CONVENTION CENTER**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Oleh :

Ade Mutia Rahma

1503973

**MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2019**

**FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI PENGUNJUNG DALAM MENGHADIRI
PAMERAN KERAJINAN INACRAFT DI JAKARTA CONVENTION CENTER**

Oleh : Ade Mutia Rahma

**Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

© Ade Mutia Rahma 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2019

**Hak Cipta dilindungi undang-undang. Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya
atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari
penulis.**

LEMBAR PENGESAHAN

Ade Mutia Rahma

NIM 1503973

**FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI PENGUNJUNG DALAM MENGHADIRI
PAMERAN KERAJINAN INACRAFT DI JAKARTA CONVENTION CENTER**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Ahmad Hudaiby Galih Kusumah, S.ST., M.M.

NIP. 19810522 2010121 006

Pembimbing II



Sri Marhanah, SS., M.M.

NIP. 19811014 200604 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. Ahmad Hudaiby Galih Kusumah, S.ST., M.M.

NIP. 19810522 2010121 006

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Faktor-Faktor Motivasi Pengunjung dalam Menghadiri Pameran Kerajinan INACRAFT di Jakarta Convention Center” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan tersebut, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etikda keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2019,
Penulis

Ade Mutia Rahma
NIM 1503973

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas karunia-Nya, tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat gelar sarjana pariwisata (S.Par) Program Studi Manajemen Resort & Leisure di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari tidaklah mudah menyelesaikan skripsi tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik selama perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi. Maka dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayat serta nikmat sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orangtua penulis, Bapak Saleh Humaedi dan Ibu Munnawaroh yang selalu mendukung dan memberikan doa kepada penulis, tidak lupa kakak Andhika Kamesywaro yang mendoakan dan mendukung secara *moril*.
3. Bapak Dr. Agus Mulyana M. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Dr. AH Galihkusumah, S.ST.,MM selaku ketua Prodi Manajemen Resort & Leisure, juga sebagai dosen Pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Ibu Sri Marhanah, SS.,MM selaku dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan saran, kritik serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dan menyusun skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf Program Studi Manajemen Resort & Leisure, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih untuk ilmu dan pengalamannya selama ini, terimakasih juga untuk dukungan dan bantuannya, semoga apa yang telah diberikan kepada kami selaku mahasiswa Program Studi Manajemen Resort & Leisure.

7. Evi Herdiani, Bella Eriska, Pipin Supriatin, Evi Triani, Zulfa Karimah, Shelfira, Hana Nurhasanah, Destriani dan Rina yang selalu menemani dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman MRL 2015 yang sudah menemani penulis selama kurang lebih empat tahun dan memberikan kesan yang melekat sehingga penulis merasa bahagia menjadi keluarga besar dari MRL 2015.
9. Tofik Permana, Kang Ari Susanto, Kang kurong, dan Kang Bagus yang sudah memberikan arahan serta bimbingan dan selalu meluangkan waktunya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kebaikan dan keihklasannya di balas oleh Allah SWT, Amin yarabbalalamin.
10. Teman-teman KKN Sindanggalih yang sudah memberikan semangat kepada penulis, dan menemani penulis pada saat KKN berlangsung.
11. Teman-teman SMA yang sudah menemani penulis pada jamannya hingga sekarang.

Akhir kata, penulis panjatkan do"aa semoga Allah SWT memberikan imbalan yang setimpal dan berlipat ganda atas segala bentuk dukungan dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim, Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Faktor-Faktor Motivasi Pengunjung Dalam Menghadiri Pameran Kerajinan INACRAFT di Jakarta Convention Center” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pariwisata yang penulis tempuh selama mengikuti studi program Manajemen Resort & Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada dosen-dosen yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada orang tua, keluarga besar serta rekan-rekan yang sudah memberikan dukungan dan semangat baik secara mentar maupun spiritual.

Penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dimasa mendatang. Karena penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penyusunan skripsi ini baik bentuk penyajian maupun sistematikanya, masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Akhirnya semoga penyusunan yang telah dijalani ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi yang membacanya.

Bandung, Juli 2019,
Penulis

Ade Mutia Rahma
NIM 1503973

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI PENGUNJUNG DALAM MENGHADIRI PAMERAN KERAJINAN INACRAFT DI JAKARTA CONVENTION CENTER

Oleh

Ade Mutia Rahma

NIM 1503973

Pada penelitian ini penulis ingin menganalisis faktor-faktor motivasi yang mendorong pengunjung dalam menghadiri salah satu pameran kerajinan di Jakarta, Indonesia. Motivasi pengunjung sangat penting untuk mengetahui kebutuhan pengunjung menghadiri suatu pameran, oleh karena itu perlu adanya pemisahan pengunjung menjadi kelas yang berbeda-beda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor motivasi pengunjung yang terbentuk dan mengidentifikasi pengelompokkan pengunjung berdasarkan karakteristik pengunjung dan faktor motivasi dalam menghadiri pameran kerajinan INACRAFT di Jakarta Convention Center. Metodologi yang digunakan adalah kuantitatif dengan responden sebanyak 200 pengunjung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience purposive sampling* dengan populasi yaitu pengunjung yang menghadiri pameran INACRAFT. Setelah data terkumpul, lalu dilakukan analisis dengan menggunakan analisis faktor dan analisis *two step cluster*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua faktor motivasi yang bertanggung jawab dalam menghadiri pameran kerajinan yaitu dinamai *learning* dan *attraction*. Penelitian ini juga membuat pengelompokkan pengunjung menjadi empat klaster yang berbeda, yaitu *casual visitor*, *shopper*, *leisure seeker*, dan *knowledge seeker* tergantung pada karakteristik yang dimiliki individu di masing-masing klaster. Studi ini akan bermanfaat bagi pengrajin dan peserta pameran dalam meningkatkan bisnis mereka dengan mengembangkan pemahaman mereka mengenai perilaku pengunjung.

Kata Kunci : Motivasi kehadiran pengunjung, pameran, pameran kerajinan INACRAFT

ABSTRACT

FACTORS MOTIVATING VISITORS FOR ATTENDING INACRAFT HANDICRAFT EXHIBITION IN JAKARTA CONVENTION CENTER

By

Ade Mutia Rahma

NIM 1503973

This study conducted to analyze the motivation factors that encourage visitor to attend one of the handicraft exhibition in Jakarta, Indonesia. Visitor motivation is very important to know especially what the visitors need at an exhibition, therefore the visitors need to be separate into different class. The Purpose of this study is to identify factors of visitor motivation that formed, and to identify visitor group based on visitor characteristic and motivation factors for attending INACRAFT in Jakarta Convention Center. The methodology of this research is quantitative with respondents as many as 200 visitors. Technique of sampling used convenience purposive sampling with a population of visitors whom attended the INACRAFT exhibition. After the data is collected, the analysis are carried out using factor analysis and two step cluster analysis. The results showed that there were two emerged namely factors for attending a handicraft exhibition, learning and attraction. This research also shaped the group of visitors into four different clusters, namely casual visitors, shopper, leisure seekers, and knowledge seekers depends on the individual characteristics in each cluster. This study shall be useful for artisans and exhibitors to improve their business by developing their understanding about visitor's behavior.

Keywords: Visitor attendance motivations, handicraft exhibition, INACRAFT handicraft exhibition

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Pameran	9
2.2 Motivasi Kehadiran dalam Pameran Dagang	10
2.3 Penelitian Terdahulu	13
2.4 Kerangka Pemikiran	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Lokasi Penelitian	18
3.2 Populasi dan Sampel	19
3.3 Operasional Variabel	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Instrumen penelitian	23
3.6 Jenis dan Sumber Data	24
3.7 Uji Validitas	25
3.8 Uji Reliabilitas	27
3.9 Metode Analisis Data	29
3.9.1 Analisis Deskriptif	29

3.9.2 Analisis Faktor	30
3.9.3 Analisis Cluster	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum	38
4.1.1 Lokasi Pameran INACRAFT	38
4.1.2 Sejarah INACRAFT	39
4.1.3 Kegiatan Acara INACRAFT 2019	40
4.1.4 Karakteristik Wisatawan	42
4.1.5 Statistik Deskriptif faktor-faktor Motivasi dalam Menghadiri Pameran	50
4.2 Analisis Faktor	51
4.2.1 Penyaringan Variabel	52
4.2.2 Pemfaktoran	55
4.2.3 Pemberian Nama Faktor	61
4.2.4 Komparasi Faktor Baru Terhadap Faktor Penelitian Terdahulu	66
4.3 Analisis Klaster	69
4.3.1 Menentukan Jumlah Cluster	72
4.3.2 Penempatan Pengamatan	72
4.3.3 Hasil <i>Clustering</i> Variabel Kategorik	74
4.3.4 Hasil <i>Clustering</i> Variabel Numerik	87
4.3.5 Pemberian Nama Klaster	91
4.3.6 Komparasi Klaster Baru Terhadap Faktor Penelitian Terdahulu	94
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Rekomendasi	98
5.3 Keterbatasan Penelitian	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar-daftar 5 Besar Pameran Terbesar di JCC	2
Tabel 2.1 Faktor-faktor Motivasi.....	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Jumlah Pengunjung Pameran INACRAFT	19
Tabel 3.2 Operasional Variabel	20
Tabel 3.3 Tolak Ukur Skala Likert	23
Tabel 3.4 Uji Validitas	25
Tabel 3.5 Hasil Pengukuran Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Pengunjung	28
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Motivasi dalam Menghadiri Pameran INACRAFT	50
Tabel 4.2 <i>KMO & Barlett's Test</i>	52
Tabel 4.3 Nilai <i>MSA Anti-Image-Correlation</i>	53
Tabel 4.4 <i>Communalities</i>	55
Tabel 4.5 <i>Total Variance Explained</i>	56
Tabel 4.6 <i>Componen Matrix</i>	58
Tabel 4.7 <i>Rotated Component Matrix</i>	59
Tabel 4.8 <i>Component Transformation Matrix</i>	60
Tabel 4.9 Faktor <i>Learning</i>	61
Tabel 4.10 Faktor <i>Attraction</i>	62
Tabel 4.11 Variabel Penelitian dan Tipe Data	69
Tabel 4.12 Hasil Clustering Responden	73
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Hasil Clustering Variabel Asal Daerah	75
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Hasil Clustering Variabel Jenis Kelamin	76
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Hasil Clustering Variabel Usia	77
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Hasil Clustering Variabel Pekerjaan	78
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Hasil Clustering Variabel Penghasilan Perbulan	80

Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Hasil Clustering Variabel Media yang digunakan untuk mengetahui pameran INACRAFT 2019	81
Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Hasil Clustering Variabel Secara Spesial atau Secara kebetulan datang ke Pameran INACRAFT 2019	82
Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Hasil Clustering Variabel Kisaran Harga Pembelian Produk saat Pameran Berlangsung	83
Tabel 4.21 Deskriptif Hasil Clustering Variabel Pembelajaran	87
Tabel 4.22 Deskriptif Hasil Clustering Variabel Attraction	88
Tabel 4.23 Rangkuman Hasil Clustering	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 3.1 Lokasi Penelitian	18
Gambar 4.1 Lokasi Pameran INACRAFT	38
Gambar 4.2 Opening INACRAFT 2019	40
Gambar 4.3 Kegiatan Pameram INACRAFT 2019	42
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia	42
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.6 Diagram Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan	44
Gambar 4.7 Diagram Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tingkat Pendapatan	45
Gambar 4.8 Diagram Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Daerah Asal	46
Gambar 4.9 Diagram mengenai <i>Mode Of Awareness</i>	47
Gambar 4.10 Diagram Tipe Partisipasi Responden	48
Gambar 4.11 Diagram Perilaku Pembelian	49
Gambar 4.12 <i>Scree Plot</i>	57
Gambar 4.13 Pagelaran	65
Gambar 4.14 Diagram Hasil Clustering Responden.....	74
Gambar 4.15 Diagram Hasil Clustering Variabel Asal Daerah	74
Gambar 4.16 Diagram Hasil Clustering Variabel Jenis Kelamin	76
Gambar 4.17 Diagram Hasil Clustering variabel Usia	77
Gambar 4.18 Diagram Hasil Clustering Variabel Pekerjaan	78
Gambar 4.19 Diagram Hasil Clustering Variabel penghasilan Perbulan	79
Gambar 4.20 Diagram Hasil Clustering Variabel media yang digunakan untuk mengetahui Pameran INACRAFT 2019	81
Gambar 4.21 Diagram Hasil Clustering Variabel Secara Spesial atau Secara Kebetulan datang ke Pameran INACRAFT 2019	82
Gambar 4.22 Diagram Hasil Clustering Variabel Kisaran Harga Pembelian Produk Saat Pameran Berlangsung	83
Gambar 4.23 Diagram Signifikansi Hasil Clustering Variabel Kategorik	85

Gambar 4.24 Diagram Hasil Clustering Variabel Pembelajaran	87
Gambar 4.25 Diagram Hasil Clustering Variabel Attraction	88
Gambar 4.26 Diagram Signifikansi Clustering Variabel Numerik	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Riwayat Hidup Penulis	106
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 3 Surat Izin Ke Lapangan	110
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	111
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	114
Lampiran 6 Analisi Faktor	115
Lampiran 7 Analisis Cluster	122
Lampiran 8 Buku Bimbingan	136
Lampiran 9 SK	140

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (1991). *Managing brand equity*. New York: Macmillan: Free Press.
- Aidilla, R. (2019, Apr 23). *Republika.co.id*. Diambil kembali dari Republika.co.id:m.republika.co.id
- Akbar, H. S. (2017). JAKARTA AND SURABAYA AS EXHIBITION DEVELOPMENT MODEL FOR MICE DESTINATION.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Arkunto. (2006). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- ASPERAPI. (2017, Februari 03). *ASPERAPI*. Diambil kembali dari IECA: http://www.ieca.or.id/asperapi/content_news_detail/100
- Awaliah, R. (2018). ANALISIS CLUSTERING UNTUK MENGELOMPOKKAN TINGKAT KESEJAHTERAAN KABUPATEN/KOTA BERDASARKAN SOSIAL EKONOMI RUMAH TANGGA DI WILAYAH PROVINSI SULAWESI SELATAN . *Skripsi*.
- Banfield, J. D.-R. (1998). Model based Gaussian and non Gaussian clustering. *Biometrics*. 49, 803-821.
- Bangwin. (2017, mei 13). *Prodesina*. Diambil kembali dari Prodesina: <https://prodesina.com/2017/05/13/potensi-industri-kerajinan-tangan-indonesia/>
- Barban, W. &. (1986). *Advertising (6th ed)*. Chicago: Ten Dryden Press.
- Baurer, T. L. (2008). Motivation and satisfaction of mega-business event attendees : The case of ITU Telecon World 2006 in Hongkong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 228-234.
- Belle, C. (1992). Reflections on the new relationship. *Proceedings from the 1992 Legal Affairs and Management Symposium*, 56-84.
- Bello & Lohtia, R. (1993). Improving trade show effectiveness by analyzing attendees. *Industrial Marketing Management*, 311-318.
- Berne & Garcia-Uceda, M. (2008). Criteria involved in evaluation of trade shows to visit. *Industrial Marketing Management*, 565-579.
- Berne & Uceda-Garcia, M. (2008). Criteria involved in evaluation of trade show to visit. *Industrial Marketing Management*, 565-579.
- Blythe. (1999). Visitor and exhibitor expectations and outcomes at trade exhibitions. *Marketing Intelligence & Planning*, 565-579.
- Blythe, J. (2002). Using Trade fairs in key account management. *Industrial Marketing Management*, 627-635.

- Borghini, G. &. (2006). Ongoing industrial buyers. *Journal of business Research*, 1151-1159.
- Breiter, D. &. (2006). Attendees' needs and service priorities in a large convention center : application of the importance - performances theory. *Tourism Management*, 1364-1370.
- Browning, J. M. (1988). Trade Show : an effective promotional tool for the small industrial business. *Journal of small Business Management*, 31-36.
- Chansate, S. (2008). How to Organize a trade show ? *Lecture given at Siam University Review on August 1*.
- Chiu, T. -F.-C.-W.-J. (2001). A Robust and Scalable Clustering Algorithm for Mixed Type Attributes in Large Database Environment. *Proceedings of the seventh ACM SIGKDD international conference on knowledge discovery and data mining* 263-268, 263-268.
- Dahlan, A. (2015). Pengertian dan Jenis-Jenis Variabel dalam Penelitian dan Evaluasi. *Diambil kembali dari eureka pendidikan.com: <https://www.eureka pendidikan.com/2015/09/pengertian-dan-jenis-jenis-variabel-penelitian-evaluasi.html> .*
- Dekimpe, M. F. (1997). Generalizing about trade show effectiveness : a cross-national comparison. *The Journal of Marketing*, 55-64.
- Desmala Sari, A. K. (2018). ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN MUDA DALAM MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA MINAT KHUSUS . *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation --- Volume 1, Nomor 2, .*
- Getz, D. (2008). Event tourism : definition, evaluation and research. *Tourism Management*, 403-428.
- Getz, D. (2008). Event Tourism : Definition, Evaluation, and Research. *Tourism Management*, 403-428.
- Ghazali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godar & O'Connor, P. (2001). Why industrial buyers go to trade show motives. *Industrial Marketing management*, 77-86.
- Goldsmith, R. E. (2006). Electronic word-of-mouth. *Encyclopedia od e-commerce, e-government and mobile commerce*, 408-412.
- Hansen, K. (1999). Trade show performance : A conceptual framework and its implications for future research. *Academy of marketing science review*, 1.
- INACRAFT. (2018, Maret 27). *Sejarah INACRAFT*. Diambil kembali dari INACRAFT: <https://id.inacraft.co.id/sejarah-inacraft/>
- Jin, X. W. (2012). Impact of cluster on exhibition destination attractiveness : evidence from mainland China. *Tourism Management*, 1429-1439.

- Kalangie, N. (1994). *Kebudayaan dan Kesehatan (Pengembangan Pelayanan Kesehatan Primer Melalui Pendekatan Sosiobudaya)*. Jakarta: Ksaint Blanc Indah Corp.
- Kalangie, N. (1994). *Kebudayaan dan Kesehatan (Pengembangan Pelayanan Kesehatan Primer Melalui Pendekatan Sosiobudaya)*. Jakarta: Ksaint Blanc Indah Corp.
- Koentjaraningrat. (2002). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kontur, R. (2003). *Metode Penelitian untuk penulisan skripsi dan Tesisq*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Kozak & Kayar, C. (2009). Visitors' objectives for trade show attendance : A case study on the East Mediterranean International tourism and travel exhibition. *Event Management*, 1-17.
- Kozak, N. (2005 December). The expectation of exhibitors in tourism, hospitality, and the travel industry : a case study on East Mediterranean Tourism and Travel Exhibition. *Journal of convention & event tourism*, 99-116.
- Kozak, N. (2006). The expectations of exhibitors in tourism, hospitality and the travel industry,. *Journal of convention and Event Management*, 99-116.
- Kusnadi. (1983). "Peranan Seni Kerajinan (Tradisional dan Baru) Dalam Pembangunan " dalam Seni edisi XVII, STST " ASRI". Yogyakarta.
- Kusumah, A. G. (2018). TOURISM DEMAND MODELING: PRICE AND INCOME ELASTICITY. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation --- Volume 1, Nomor 1*.
- Lee, M. Y. (2010). An explanatory study examining the determinants of attendance motivations as perceived by attendees at Hongkong exhibitions. *Journal of Convention and Event tourism* , 195-208.
- Livny, T. Z.-R.-M. (1996). *BRICH: Method for very large databases*. Canada: Montreal.
- McAllan, F. &. (2008). Showcase : Consumer Exhibitions-advice. *Event*, 41.
- Meila, H. (1998). An experimental comparison of several clustering and initialization methods. *Microsoft Research Technical Report MSR-TR-98-06*.
- Moscardo, G. (2014). Tourism and community leadership in rural regions: linking mobility, entrepreneurship, tourism development and community well-being. *Tourism Planning and Development* , Vol.11No.3,pp.354-370.
- Munuera & Ruiz, S. (1999). Trade fairs as service : a look at attendees' objectives in Spain. *Journal of Business Research*, 17-24.
- Murphy, M. &. (1985). *Tourism : A Community Approach*. New York & London: Rotledge.
- Nasional Tempo*. (2009). Diambil kembali dari <https://nasional.tempo.co>

- Nayak, D. J., & Bhalla, N. (2016). Factors motivating visitors for attending handicraft exhibition : Special reference to Uttarakhand, India. *Tourism Management Perspectives*.
- Pearce, D. (2007). Supplier selection in the New Zealand inbound tourism industry. *Journal of travel and tourism marketing*, 57-68.
- Perbedaan Seni Rupa Murni dan Terapan – Jenis, Fungsi, Bentuk dan Contohnya.* (2019, Maret 05). Diambil kembali dari ilmuseni.com: <https://ilmuseni.com/seni-rupa/perbedaan-seni-rupa-murni-dan-terapan>
- Pizam, A. (1990). Evaluating the effectiveness of travel trade shows and other tourism sales promotion techniques. *Journal of Travel Research*, 29 (1), 3-8.
- Ranjabar, J. (2006). *Sistem Sosial Budaya Indonesia (Suatu Pengantar)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rasyid, H. A. (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Rittichainuwat, J. M. (2012). Visitor Attendance Motivations at Consumer Travel Exhibition. *Tourism Management*, 1.
- Rosson & Serinhaus, F. (1995). Visitor and exhibitor interaction at industrial trade fairs. *Journal of Business Research*, 81-90.
- Rosson, P. &. (1995). Visitor and exhibitor interaction at industrial trade fairs. *Journal of Business Research*, 81-90.
- Rubalcaba-Bermejo, L. &-R. (1995). Urban hierarchies and territorial competition on Europe: Exploring the role of fairs and exhibitions. *Urban Studies*, 379-400.
- S. Marhanah, E. S. (2016). Development Pattern of Rural Tourism based Creative Economy .
- Santoso. (2010). *Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2002). *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat* . Jakarta: PT. Elex Komputindo.
- Santoso, S. (2006). *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Smith, T. H. (2003). The effect of successful trade show attendance on future show interest : Exploring Japanese attendee perspectives of domestic and offshore International events. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 403-418.
- Soekanto, S. (2007). *Sosiologi (Suatu Pengantar)*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sousa, B. C. (2017). “A experiência e o marketing turístico em contextos religiosos e de peregrinação: o caso ilustrativo dos caminhos de Santiago. *Revista Turismo and Desenvolvimento*.

- Srihadi, T. F., Hartoyo, Sukandar, D., & Soehadi, A. W. (2016). Segmentation of the tourism market for Jakarta: Classification of foreign visitors' lifestyle typologies. *Tourism Management Perspectives*, 32-29.
- Sudaryono. (2013). *Pengembangan Instrumen Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiaro, K. &. (2000). *Metodelogi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Supranto, J. (2004). *Analisis Multivariat Arti Dan Interpretasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Supranto, J. (2004). *Analisis Multivariat Arti Dan Interpretasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Syani, A. (1995). *Sosiologi dan Perubahan Masyarakat*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Syani, A. (1995). *Sosiologi dan Perubahan Masyarakat*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Tanner, J. C. (2001). A learning model of trade exhibition attendance. *Journal of Convention and Exhibition Management*, 3-26.
- vemale.com. (2018, April 25). *INACRAFT*. Diambil kembali dari INACRAFT: <https://inacraft.co.id/bni-inacraft-2018-event-penuh-inspirasi-bagi-cewek-masa-kini/>
- Whitfield & Webber, D. (2011). Which exhibition attributes create repeat visitation? *International Hourn; of Hospitality Management*, 439-447.
- Widiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta : CV Andi Offset.