

**PENGARUH KESAKRALAN DAN PLACENESS TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG DENGAN PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGUNJUNG UPACARA SEKATEN YOGYAKARTA**

**Aurelia Angelica Santoso<sup>1)</sup>, Adrie Oktavio<sup>2\*)</sup>**

<sup>1</sup> School of Tourism, Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia

<sup>2</sup> School of Tourism, Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia

\* E-mail: [adrie.oktavio@ciputra.ac.id](mailto:adrie.oktavio@ciputra.ac.id)

***Abstract***

*The purpose of this study is to examine the influence of experiential festivals on visitor satisfaction at Sekaten Yogyakarta ceremony with perceived value as a mediating variable. The population of this study is tourists who have visited Sekaten Yogyakarta ceremony for the last two years and a sample of 150 domestic tourists was obtained. Data collection was carried out by distributing questionnaires using the Likert scale through Google Forms. Moreover, the method used in this study is quantitative analysis with a Structural Equation Model (SEM) which was processed by the Smart-PLS software. The variables of this study are festival experience consisting of sacredness and placeness as the independent variables, visiting satisfaction as the dependent variable, and perceived value as the mediating variable. Furthermore, the examination was executed on seven hypotheses which was found that sacredness and placeness affect perceived value positively and significantly. In addition, perceived value has a positive and significant effect on visiting satisfaction. In addition, sacredness and placeness have positive and significant effects on visiting satisfaction hence perceived value partially mediates between festival experience, which are sacredness and placeness, and visiting satisfaction.*

***Keywords:*** Visiting Satisfaction, Sacredness, Festival Experience, Perceived Value, Placeness

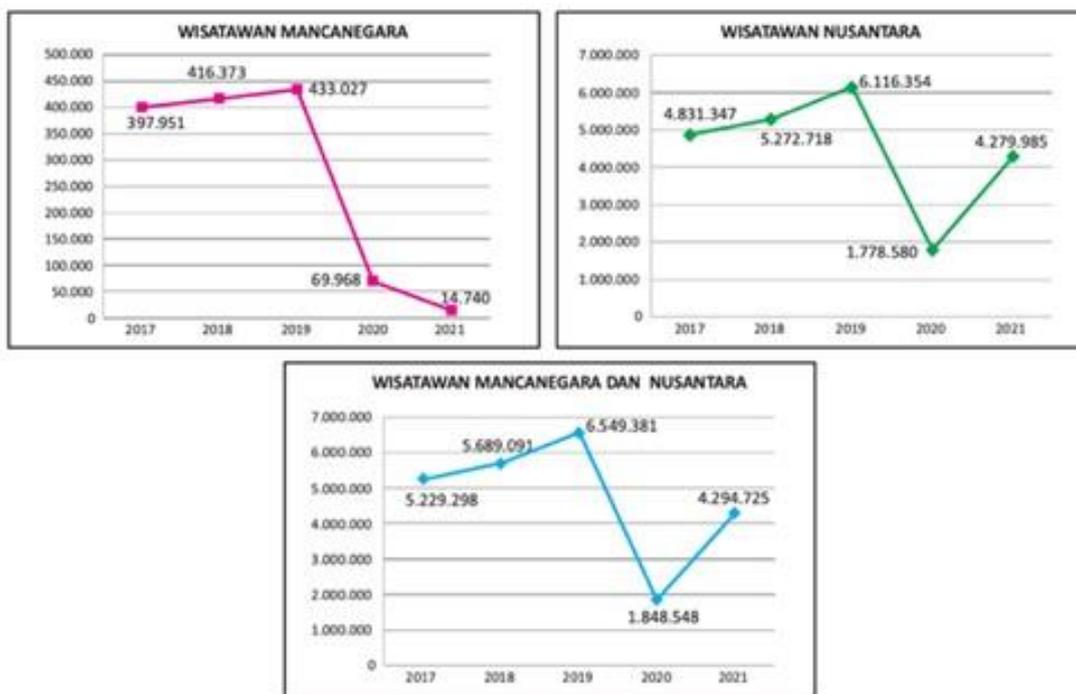
**1. PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki sejarah budaya cukup panjang. Melalui sejarah budaya yang panjang, Indonesia bertemu dengan banyak negara asing yang menjadikan Indonesia memiliki beragam kebudayaan (Asfina & Ovilia, 2017). Kebudayaan Indonesia memiliki beraneka ragam bentuk mulai dari bahasa daerah, rumah adat, baju tradisional, hingga hukum adat (Manik et al., 2024). Peninggalan sejarah dapat menjadi ciri khas suatu daerah yang menarik di mata wisatawan. Wisatawan cenderung tertarik untuk mempelajari budaya yang berbeda dari daerahnya (Wijayanti & Damanik, 2019). Hal ini menyebabkan wisata budaya menjadi salah satu peluang menarik di bidang pariwisata yang menguntungkan bagi warga setempat serta pemerintah daerah (Sundari, 2019).

Budaya modern mulai menggeser budaya tradisional mulai dari gaya hidup, penggunaan bahasa, dan penggunaan baju tradisional (Sundari, 2019). Wisata budaya menjadi salah satu strategi dalam melestarikan kebudayaan yang semakin pudar, salah satunya melalui festival kebudayaan (H. Lee et al., 2019). Pengalaman unik yang ditawarkan untuk wisatawan juga menjadi hal penting dalam wisata budaya (Wijayanti & Damanik, 2019). Tempat wisata dipenuhi oleh wisatawan yang berasal dari berbagai daerah. Wisatawan dapat mempelajari kebudayaan suatu daerah ketika mengunjungi festival budaya (Indrianto et al., 2022).

Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Dari hasil statistik yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta (2021), terdapat peningkatan wisatawan baik mancanegara maupun nusantara dari tahun 2017 hingga

2019. Kunjungan wisatawan mengalami penurunan ketika terjadi pandemi Covid-19 pada tahun 2020 dan 2021. Namun demikian, angka wisatawan yang datang berkunjung cukup besar. Pada tahun 2021, terdapat lebih dari 4.000.000 wisatawan dalam negeri dan lebih dari 14.000 wisatawan mancanegara mengunjungi provinsi ini (Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, 2021).



Sumber: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta (2021)

Salah satu daya tarik yang ada di Yogyakarta adalah upacara Sekaten. Tradisi Sekaten merupakan tradisi turun temurun dimana terdapat akulturasi dari agama Islam, Hindu, Buddha, hingga kebudayaan Jawa (Mulyana, 2017). Bukan hanya sebagai upacara budaya, Sekaten menjadi sebuah festival budaya tahunan yang dinanti-nanti. Wisata budaya dimanfaatkan sebagai sarana penunjang ekonomi sekaligus melestarikan kebudayaan tradisional (Indrianto et al., 2022). Sekaten merupakan bentuk adanya multikulturalisme yang ada di Indonesia. Upacara ini menjadi bukti bahwa kehidupan multikultural dengan masyarakat yang latar belakang etnis, agama, dan ras yang berbeda dapat hidup berdampingan di Yogyakarta (Khaura & Zulkarnain, 2023). Pada acara Sekaten sendiri terdapat ratusan hingga ribuan orang berkunjung khususnya pada acara puncaknya yaitu *grebeg maulud* (Pratisara, 2020). Sekaten tidak hanya menjadi ritual kebudayaan tahunan yang dilakukan oleh warga setempat, melainkan menjadi wisata budaya di Yogyakarta.

Pengunjung festival dianggap sebagai konsumen yang menilai festival tersebut berdasarkan pengalaman yang didapat, *perceived value*, dan kepuasan yang didapat (Manthiou et al., 2014). Menurut H. Lee et al. (2019) terdapat lima pengalaman festival yang ditemui oleh wisatawan saat berkunjung ke sebuah festival, dua diantaranya yaitu kesakralan dan *placeness*. Upacara adat merupakan warisan dari nenek moyang. Di dalamnya terdapat banyak nilai luhur yang bersifat sakral. Keterikatan batin antara pengunjung dengan upacara adat disebut dengan kesakralan (K. Y. Lee & Lee, 2019). Secara historis, festival dikaitkan dengan acara sakral yang diselenggarakan masyarakat setempat dan berkaitan dengan tradisi keagamaan, perayaan panen, dan ritual masyarakat (H. Lee et al., 2019). Pengunjung yang merasakan adanya kesakralan,

mendapatkan pengalaman berharga dalam festival budaya tersebut (K. Y. Lee & Lee, 2019). Hasil dari penelitian terdahulu ditemukan bahwa pengunjung yang merasakan kesakralan, menilai festival tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan festival lain (H. Lee et al., 2019). Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara kesakralan dan *perceived value*.

*Placeness* merupakan keterikatan dengan suatu tempat dan juga identitas suatu tempat (K. Y. Lee & Lee, 2019). Menurut N. C. Chen et al. (2021), sebuah tempat yang awalnya asing berubah menjadi tempat yang intim jika manusia mendapat pengalaman secara langsung maupun tidak langsung, sehingga keterikatan dengan suatu tempat dapat muncul. *Placeness* juga dapat diartikan sebagai identitas budaya lokal yang dapat dilihat, dirasa, dan didengar (H. Lee et al., 2019). Hal ini dapat berupa musik, tata gerak, dan sejarah agama di daerah setempat. Festival budaya diadakan di daerah yang memiliki sejarah budaya di baliknya. Hal ini yang membedakan festival budaya dengan festival lainnya. Pengunjung mendapatkan pengalaman menarik melalui festival budaya yang tidak dapat ditemukan di daerah lain (Z. Chen et al., 2019). Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara *placeness* dan *perceived value*.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian upacara Sekaten berada di Yogyakarta. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Adapun sumber data primer dari penelitian ini adalah pengunjung upacara Sekaten Yogyakarta yang selanjutnya disebut sebagai responden. Namun pengumpulan data tidak menutup kemungkinan berasal dari responden di luar Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Nopember 2023 sampai dengan Februari 2024 atau empat bulan. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Forms* yang disebar secara daring untuk memudahkan pengumpulan data, mengingat responden yang tersebar di berbagai wilayah (Raju & Harinarayana, 2016). Kuesioner disebar melalui media sosial *Instagram*, grup *Line*, dan grup *WhatsApp*. Adapun kuesioner yang disebar menggunakan skala *Likert* dengan lima opsi jawaban yaitu, 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = cukup setuju, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan model *SEM (Structural Equation Model)*. Data penelitian dianalisis menggunakan alat statistik melalui program *Smart-PLS 3*.

Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi upacara Sekaten Yogyakarta dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Perhitungan jumlah sampel berdasarkan jumlah total indikator dikalikan 10 sehingga didapatkan 150 sampel. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Jenis sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana sampel yang dipilih memiliki kriteria khusus yang dapat mewakili populasi secara keseluruhan (Etikan, 2016). Kriteria dari responden penelitian ini adalah wisatawan domestik yang pernah mengikuti upacara Sekaten Yogyakarta minimal sebanyak 1 (satu) kali dalam kurun waktu dua tahun terakhir dengan usia minimal 17 tahun.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Hasil penelitian

#### Uji Validitas Konvergen

Pada uji validitas konvergen, indikator dikatakan valid atau sah jika nilai *loading factor* > 0,7 (Cheung et al., 2023). Berdasarkan Tabel 1 di bawah ini, nilai *loading factor* dari setiap item pernyataan > 0,7 sehingga semua indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 1. Nilai *Loading Factor*

Variabel	Item	<i>Loading Factor</i>
Kesakralan ( $X_1$ )	Saya merasa pengalaman mengunjungi upacara Sekaten terasa sakral ( $X_{1.1}$ )	0,808
	Saya merasa pengalaman mengunjungi upacara Sekaten terasa khidmat ( $X_{1.2}$ )	0,863
	Saya merasa pengalaman mengunjungi upacara Sekaten terasa misterius ( $X_{1.3}$ )	0,885
	Saya merasa upacara Sekaten menakjubkan ( $X_{1.4}$ )	0,765
<i>Placeness</i> ( $X_2$ )	Saya mendapat pengalaman mengenai kebudayaan Jawa di upacara Sekaten ( $X_{2.1}$ )	0,742
	Saya merasa bersatu dengan kebudayaan Jawa dengan mengikuti upacara Sekaten ( $X_{2.2}$ )	0,825
	Saya dapat merasakan keaslian dari kebudayaan Jawa dengan mengikuti upacara Sekaten ( $X_{2.3}$ )	0,856
	Saya merasakan kebudayaan Jawa khas Yogyakarta di upacara Sekaten (Contoh: Iringan gamelan Yogyakarta, abdi dalem yang menggunakan beskap Yogyakarta) ( $X_{2.4}$ )	0,810
<i>Perceived Value</i> (Z)	Upacara Sekaten membuat saya bahagia ( $Z_{1.1}$ )	0,871
	Saya merasa kualitas upacara Sekaten bagus ( $Z_{1.2}$ )	0,822
	Saya merasa kunjungan ke upacara Sekaten berharga ( $Z_{1.3}$ )	0,882
	Kunjungan ke upacara Sekaten melebihi ekspektasi saya ( $Z_{1.4}$ )	0,809
Kepuasan Berkunjung (Y)	Secara keseluruhan, saya puas mengikuti upacara Sekaten ( $Y_{1.1}$ )	0,850
	Keputusan saya mengunjungi upacara Sekaten adalah keputusan yang baik ( $Y_{1.2}$ )	0,881
	Upacara Sekaten lebih baik dari perkiraan saya ( $Y_{1.3}$ )	0,885

Sumber : Data diolah (2024)

Selain mengacu pada nilai *loading factor*, nilai *AVE* juga harus dipenuhi kriterianya yaitu  $> 0,5$  (Cheung et al., 2023). Berdasarkan Tabel 2 di bawah ini, dapat dilihat bahwa nilai *AVE* dari tiap variabel memiliki nilai  $> 0,5$  sehingga dapat dikatakan valid.

Tabel 2. Nilai *AVE*

Variabel	<i>AVE (Average Variance Extracted)</i>
Kesakralan	0,692
<i>Placeness</i>	0,655
<i>Perceived Value</i>	0,717
Kepuasan Berkunjung	0,761

Sumber : Data diolah (2024)

### Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dilakukan untuk membuktikan bahwa setiap variabel laten memiliki konsep yang unik dan berbeda dari variabel laten lainnya. Pengujian pada penelitian ini menggunakan dasar nilai *cross loading*, dimana nilai *loading* indikator konstruk tersebut harus

lebih tinggi dibandingkan nilai *loading* dengan konstruk lainnya (Cheung et al., 2023). Seperti tertera pada Tabel 3 di bawah ini, nilai *loading* indikator pada konstruksinya lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa setiap indikator mampu bekerja dalam konstruksinya dan setiap variabel laten tidak terikat dengan variabel laten lainnya.

Tabel 3. Nilai *Cross Loading*

<i>Outer Loading</i>	<b>Kesakralan</b>	<i>Placeness</i>	<i>Perceived Value</i>	<b>Kepuasan Berkunjung</b>
X <sub>1,1</sub>	<b>0,808</b>	0,628	0,619	0,630
X <sub>1,2</sub>	<b>0,863</b>	0,661	0,614	0,631
X <sub>1,3</sub>	<b>0,885</b>	0,697	0,670	0,713
X <sub>1,4</sub>	<b>0,765</b>	0,523	0,658	0,544
X <sub>2,1</sub>	0,670	<b>0,742</b>	0,535	0,557
X <sub>2,2</sub>	0,619	<b>0,825</b>	0,515	0,524
X <sub>2,3</sub>	0,609	<b>0,856</b>	0,659	0,622
X <sub>2,4</sub>	0,565	<b>0,810</b>	0,688	0,671
Z <sub>1,1</sub>	0,707	0,693	<b>0,871</b>	0,757
Z <sub>1,2</sub>	0,637	0,681	<b>0,822</b>	0,650
Z <sub>1,3</sub>	0,625	0,599	<b>0,882</b>	0,727
Z <sub>1,4</sub>	0,632	0,561	<b>0,809</b>	0,673
Y <sub>1,1</sub>	0,615	0,627	0,723	<b>0,850</b>
Y <sub>1,2</sub>	0,690	0,609	0,743	<b>0,881</b>
Y <sub>1,3</sub>	0,683	0,701	0,708	<b>0,885</b>

Sumber : Data diolah (2024)

### Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas terdapat dua tahap yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Kriteria nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* adalah > 0,7 untuk sebuah konstruk dinyatakan reliabel atau konsisten (Cheung et al., 2023). Mengacu pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari setiap variabel > 0,7. Hal ini dapat dikatakan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini reliabel atau dapat diandalkan.

Tabel 4. Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

<b>Variabel</b>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kesakralan	0,900	0,850
<i>Placeness</i>	0,883	0,825
<i>Perceived Value</i>	0,910	0,868
Kepuasan Berkunjung	0,905	0,843

Sumber : Data diolah (2024)

Nilai *R-Square* > 0,67 dikatakan kuat, > 0,33 dikatakan moderat, dan > 0,19 dikatakan lemah (Ozili, 2022). Berdasarkan Tabel 5 di bawah ini, dapat dilihat bahwa kesakralan dan *placeness* berpengaruh sebesar 65,8% (moderat) terhadap *perceived value*. Selanjutnya, variabel kesakralan, *placeness*, dan *perceived value* berpengaruh sebesar 73,7% (kuat) terhadap variabel kepuasan berkunjung. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 26,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 5. Nilai *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
<i>Perceived Value</i>	0,658
Kepuasan Berkunjung	0,737

Sumber : Data diolah (2024)

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dievaluasi melalui nilai *p-value* dan *t-statistics*. Jika nilai *p-value* < 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sebaliknya bila nilai *p-value* > 0,05 maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima (Cheung et al., 2023). Mengingat penelitian ini melibatkan 150 responden, maka hipotesis dinyatakan signifikan bila nilai *t-statistics* > 1,98, sebaliknya apabila nilai *t-statistics* < 1,98 maka hipotesis dinyatakan tidak signifikan (Kwak, 2023). Maka dari itu, berdasarkan Tabel 6 di atas semua hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Tabel 6. Nilai *T-Statistics* dan *P-Value*

	<i>Original Sample</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Value</i>
Kesakralan → <i>Perceived Value</i>	0,473	4,659	0,000
<i>Placeness</i> → <i>Perceived Value</i>	0,392	4,223	0,000
Kesakralan → Kepuasan Berkunjung	0,217	2,208	0,028
<i>Placeness</i> → Kepuasan Berkunjung	0,179	2,188	0,029
<i>Perceived Value</i> → Kepuasan Berkunjung	0,530	5,461	0,000

Sumber : Data diolah (2024)

### Uji Mediasi

Pada Tabel 7, dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel mediasi pada penelitian ini. *Perceived value* memediasi secara parsial antara kesakralan dan kepuasan berkunjung dengan arah hubungan yang positif. Selain itu, *perceived value* juga memediasi secara parsial antara *placeness* dan kepuasan berkunjung dengan arah hubungan yang positif.

Tabel 7. Nilai *T-Statistics* dan *P-Value* Mediasi

	<i>Original Sample</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Value</i>
Kesakralan → <i>Perceived Value</i> → Kepuasan Berkunjung	0,250	3,589	0,000
<i>Placeness</i> → <i>Perceived Value</i> → Kepuasan Berkunjung	0,208	3,141	0,002

Sumber : Data diolah (2024)

## 3.2. Pembahasan

### Kesakralan Berpengaruh terhadap *Perceived Value* di Upacara Sekaten Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesakralan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh H. Lee et al. (2019) dimana dalam penelitiannya ditemukan bahwa kesakralan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*. Upacara Sekaten merupakan tradisi akulturasi antara agama Hindu, Buddha, Islam, dan budaya Jawa sehingga terdapat nilai sakral di dalamnya. Pada masa sekarang ini, Sekaten digunakan untuk memperingati hari kelahiran Nabi Muhammad SAW dan menjadi festival budaya yang dapat dikunjungi masyarakat umum.

Temuan dalam penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh K. Y. Lee & Lee (2019). Penelitian tersebut menyebutkan bahwa kesakralan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*. Pengalaman festival merupakan suatu hal yang ditemui oleh pengunjung festival baik *tangible* yang berupa lingkungan fisik dan *intangible* yang berupa suasana dalam festival itu sendiri (Selmi et al., 2021). Salah satu suasana yang dapat ditemukan oleh pengunjung upacara Sekaten adalah kesakralan. Upacara Sekaten merupakan tradisi warisan nenek moyang dimana tersimpan banyak nilai spiritual di dalamnya. Hal ini menyebabkan Sekaten dipenuhi dengan suasana khidmat dan sakral. Suasana sakral ini dapat muncul melalui alunan musik gamelan, narasi yang dikumandangkan, serta abdi dalem yang bertugas dalam prosesi Sekaten. Pengunjung yang datang ke upacara Sekaten melakukan penilaian akan pengalaman yang didapatkannya. Kesakralan dalam upacara Sekaten menjadi pengalaman berharga yang didapatkan pengunjung dan menjadi nilai lebih dalam upacara ini. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh kesakralan terhadap *perceived value*, dimana pengunjung merasa waktu yang dikorbankan untuk mengunjungi Sekaten tidak sia-sia karena mereka mendapatkan pengalaman sakral tersebut.

Pengunjung mendapat pengalaman yang berkesan melalui pengalaman misterius yang ada pada upacara Sekaten Yogyakarta. Penamaan gamelan yang digunakan pada upacara Sekaten menggunakan kata "*kyai*" yang berarti tokoh terhormat yang mendalami agama Islam pada tradisi Jawa. Seperti halnya para kyai yang dihormati pada jaman dahulu, penamaan gamelan menggunakan sebutan "*kyai*" dikarenakan gamelan merupakan benda pusaka yang juga dijaga dan dihormati. Hal ini dapat terlihat pada pemindahan gamelan pada prosesi *Miyos Gangsa*. Perangkat gamelan ini dikawal oleh prajurit keraton dan dinaungi dengan payung. Selain itu, benda pusaka Keraton Yogyakarta dipercaya memiliki kekuatan magis atau supranatural (Ramadhan, 2019). Hal ini memunculkan kesan misterius yang dapat disaksikan oleh pengunjung Sekaten. Pengunjung menilai bahwa pengalaman ini sepadan dengan waktu dan tenaga yang dikorbankan. Maka dari itu, semakin tinggi pengalaman sakral yang bernilai di benak pengunjung semakin tinggi pula *perceived value* yang didapatkan pengunjung upacara Sekaten.

### ***Placeness* Berpengaruh terhadap *Perceived Value* di Upacara Sekaten Yogyakarta**

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *placeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* di upacara Sekaten Yogyakarta. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh H. Lee et al. (2019). Penelitian tersebut menemukan bahwa *placeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* dimana pengunjung yang merasakan adanya *placeness* di sebuah festival, menilai festival tersebut memiliki nilai yang berharga. Hal serupa juga terjadi di upacara Sekaten Yogyakarta. Pengunjung mendapat pengalaman kebudayaan Jawa ketika berkunjung ke Sekaten. Pengunjung menilai bahwa pengalaman ini memiliki nilai yang berharga dan sepadan dengan waktu yang mereka korbankan sehingga terjadi peningkatan *perceived value*.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh K. Y. Lee & Lee (2019), dimana dalam penelitiannya ditemukan bahwa *placeness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*. *Placeness* dapat diartikan sebagai bentuk keterikatan atau kedekatan antara pengunjung dengan destinasi wisata. Pada upacara Sekaten, pengunjung dapat menyaksikan kebudayaan Jawa secara langsung sehingga dapat muncul keterikatan. Pengunjung juga dapat berkontribusi secara langsung pada upacara Sekaten contohnya pada prosesi perebutan *gunungan*.

Keaslian budaya Jawa ini menjadi identitas dari upacara Sekaten sendiri. Hal ini dapat dilihat oleh pengunjung melalui *gunungan* yang ada pada prosesi *Garebeg Maulid*. *Gunungan*

merupakan sesaji selamatan yang biasa digunakan pada upacara-upacara di pulau Jawa. Pada upacara Sekaten dipercayai bahwa pengunjung yang berhasil mendapatkan isi dari *gunungan* tersebut mendapat kesejahteraan dan kemakmuran pada jalannya masing-masing. Selain itu, terdapat pula penyebaran *udhik-udhik* yang dilakukan oleh Sri Sultan pada prosesi *Miyos Gangsa* dan *Kondur Gangsa*. Pembagian *udhik-udhik* juga termasuk dalam tradisi Jawa yang biasa dilakukan pada upacara-upacara khusus. Pada upacara Sekaten sendiri, penyebaran *udhik-udhik* dilakukan sebagai simbol pemberian sedekah dari Sri Sultan kepada masyarakat. Budaya-budaya pada upacara Sekaten berbeda dengan budaya di daerah lain yang menyebabkan Sekaten memiliki nilai lebih dan unik. Melalui keaslian budaya Jawa ini, pengunjung Sekaten menilai bahwa hal yang mereka korbankan sepadan dengan nilai-nilai budaya asli Jawa yang didapatkan.

### **Kesakralan Berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung di Upacara Sekaten Yogyakarta**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa variabel kesakralan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh K. Y. Lee & Lee (2019). Penelitian tersebut menemukan bahwa variabel kesakralan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung. Pada festival budaya, ketika wisatawan mendapat pengalaman pengalaman spiritual yang sakral maka akan muncul kepuasan berkunjung. Hasil tersebut sesuai dengan hal yang terjadi di upacara Sekaten Yogyakarta. Ketika wisatawan mendapat pengalaman sakral melalui prosesi-prosesi di upacara Sekaten maka akan muncul kepuasan berkunjung. Kepuasan ini muncul karena prosesi sakral yang ada di upacara Sekaten sesuai ekspektasi atau bahkan melebihi ekspektasi pengunjung.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh H. Lee et al. (2019), dimana penelitian tersebut menemukan bahwa kesakralan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung. Upacara Sekaten merupakan tradisi budaya dan agama yang sudah ada sejak dahulu kala sehingga menyimpan nilai sakral di dalamnya. Ketika wisatawan melakukan kunjungan ke upacara Sekaten, kesakralan adalah salah satu hal yang dicari. Wisatawan sudah memiliki ekspektasi terlebih dahulu sebelum mengunjungi upacara Sekaten. Maka dari itu, ketika pengalaman sakral yang didapatkan ketika mengunjungi upacara Sekaten melebihi ekspektasi wisatawan sebelum berkunjung akan meningkatkan kepuasan berkunjung. Selain itu, Magyar-Russell et al. (2022) menyebutkan bahwa seseorang yang merasakan pengalaman sakral, merasakan peningkatan emosi positif yang ada dalam dirinya. Pengunjung Sekaten yang mendapat pengalaman sakral juga mengalami peningkatan kesadaran spiritual dalam dirinya. Peningkatan kesadaran spiritual ini yang akan membangkitkan emosi-emosi positif yang ada dalam diri para pengunjung. Hal ini yang membuat mereka merasa puas setelah mengunjungi upacara Sekaten Yogyakarta.

Sisi misterius pada upacara Sekaten dapat terlihat dari gamelan Kanjeng Kyai Gunturmadu dan gamelan Kanjeng Kyai Nagawilaga yang dimainkan selama enam hari berturut-turut dan hanya berhenti pada waktu sholat dan malam Jumat. Kedua gamelan ini merupakan benda pusaka hasil Perjanjian Giyanti milik Keraton Yogyakarta yang hanya ditampilkan di muka publik pada saat perayaan Sekaten. Orang yang menabuh gamelan ini pun hanya orang terlatih yaitu abdi dalem yang memiliki pikiran yang bersih dan raga yang suci. Melalui pertunjukan gamelan tersebut, pengunjung mendapat pengalaman sakral dan misterius yang hanya didapatkan setahun sekali yaitu di upacara Sekaten. Pengalaman ini dapat memenuhi ekspektasi pengunjung atau bahkan melebihi sehingga kepuasan berkunjung di upacara Sekaten juga mengalami peningkatan.

### ***Placeness* Berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung di Upacara Sekaten Yogyakarta**

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, menunjukkan bahwa *placeness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta. Temuan ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh K. Y. Lee & Lee (2019). Di dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa variabel *placeness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung. Dimana ketika wisatawan mendapat pengalaman mengenai kebudayaan setempat maka kepuasan berkunjung pun akan meningkat. Festival budaya erat kaitannya dengan budaya tradisional yang ada di lingkungan setempat. Para pengunjung upacara Sekaten Yogyakarta merasakan adanya kebudayaan tradisional Jawa sehingga muncul kepuasan berkunjung.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zhang et al. (2021) dimana penelitian tersebut menemukan bahwa *placeness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung. Provinsi D.I. Yogyakarta sangat kental dengan kebudayaan Jawa, bahkan merupakan satu-satunya daerah yang pemerintahannya berbentuk kerajaan hingga saat ini. Karakteristik budaya tersebut dapat dilihat di upacara Sekaten Yogyakarta. Kebudayaan yang ada dalam upacara Sekaten berbeda dengan kebudayaan dari tempat asal mereka sehingga melalui upacara ini pengunjung bisa mendapat banyak pengalaman baru. Sekaten merupakan festival budaya sehingga ketika wisatawan datang berkunjung, mereka memiliki ekspektasi untuk mendapatkan pengalaman kebudayaan yang unik. Ketika wisatawan datang mengunjungi Sekaten dan menyaksikan tradisi budaya Jawa secara langsung maka ekspektasi mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui. Oleh karena itu, peningkatan *placeness* yang dirasakan pengunjung upacara Sekaten berimbas pula pada peningkatan kepuasan berkunjung wisatawan.

Pada upacara Sekaten Yogyakarta terdapat tradisi budaya Jawa yang dapat disaksikan secara langsung. Pada prosesi *Miyos Gangsa*, terdapat prajurit keraton yang mengenakan kostum khusus dan memiliki sentuhan khas tradisional Jawa seperti kain lurik. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri yang dapat disaksikan oleh pengunjung. Selain itu, terdapat pula pertunjukan wayang kulit yang diadakan semalam suntuk pada prosesi *Bedhol Songsong*. Cerita yang diangkat dalam pertunjukan ini juga merupakan legenda yang ada di tanah Jawa. Keunikan ini belum tentu didapatkan di daerah lain sehingga suatu festival menjadi hal yang dinantikan oleh wisatawan (Wijayanti & Damanik, 2019). Terlebih di masa yang semakin berkembang ini dimana pertunjukan wayang kulit sudah semakin berkurang. Melalui upacara Sekaten, pengunjung bisa mendapatkan pengalaman kebudayaan Jawa yang dapat meningkatkan kepuasannya.

### ***Perceived Value* Berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung di Upacara Sekaten Yogyakarta**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aşan et al. (2020). Penelitian tersebut menemukan bahwa *perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung. Kepuasan pengunjung akan muncul ketika mendapatkan hal yang menguntungkan dirinya seperti pengalaman berharga yang sebanding dengan harga yang dibayar (El-Adly, 2019). Hal serupa juga terjadi pada upacara Sekaten. Pengunjung mendapat pengalaman yang berkesan di upacara Sekaten yang sebanding atau melampaui waktu dan tenaga yang dikorbankan. Oleh karena itu, ketika *perceived value* meningkat maka kepuasan berkunjung di upacara Sekaten juga meningkat.

Temuan dari penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh H. Lee et al. (2019), dimana *perceived value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan

berkunjung. Wisata budaya yang memiliki nilai kebudayaan dapat menarik perhatian wisatawan (Richards, 2018). Pada upacara Sekaten Yogyakarta terdapat banyak nilai kebudayaan dari leluhur yang dapat ditemukan oleh pengunjung. Setiap prosesi memiliki nilai dan maknanya masing-masing. Pada prosesi pembukaan yaitu *Miyos Gangsa*, pengunjung dapat melihat perarakan pemindahan gamelan pusaka yang hanya dikeluarkan setahun sekali yaitu pada saat Sekaten. Pengunjung memiliki kesempatan untuk menyaksikan pertunjukan gamelan yang dilakukan selama enam hari berturut-turut. Kemudian pada acara puncak atau *Garebeg Maulid* terdapat beberapa *gunungan* yang bisa diperebutkan oleh pengunjung. *Gunungan* atau sesaji selamatan ini berisi berbagai makanan dan hasil bumi. Hal ini bermakna perwujudan syukur dari Sultan dan permohonan keselamatan kepada Tuhan untuk para rakyat. Selain itu, terdapat prosesi *Bedhol Songsong* sebagai penutupan dimana terdapat pementasan wayang kulit semalam suntuk. Adanya pertunjukan ini dapat memberi nilai pembelajaran budaya mengenai legenda yang ada di pulau Jawa. Cerita yang dibawakan pun memiliki nasihat-nasihat tersirat yang disampaikan ke masyarakat umum. Melalui prosesi yang ada pada upacara Sekaten, pengunjung bisa mendapat banyak pengalaman budaya baru yang mungkin tidak ada di daerah asal mereka. Pengalaman berharga ini memunculkan emosi positif dalam diri pengunjung dan dianggap sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi mereka sehingga muncul kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta.

Kepuasan muncul jika pengalaman ketika berkunjung sesuai atau melampaui ekspektasi sebelum mengunjungi suatu destinasi (Gidey & Sharma, 2017). Hal tersebut berkaitan dengan *perceived value* di upacara Sekaten. Pengunjung merasa bahwa waktu dan tenaga yang dikorbankan, terbayarkan dengan pengalaman yang menyenangkan dan berharga di upacara Sekaten. Pengalaman menyenangkan ini bisa muncul karena kebersamaan yang dirasakan oleh pengunjung. Ketika mendatangi upacara Sekaten, pengunjung bisa datang bersama teman atau keluarganya dan menikmati waktu bersama. Oleh karena itu, akan muncul emosi positif dari pengalaman yang didapatkan tersebut dan muncul kepuasan berkunjung.

### ***Perceived Value* Memediasi Hubungan antara Kesakralan dan Kepuasan Berkunjung di Upacara Sekaten Yogyakarta**

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa *perceived value* memediasi secara parsial antara kesakralan dan kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh H. Lee et al. (2019). Penelitian tersebut menemukan bahwa kesakralan memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived value* dan *perceived value* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung sehingga terdapat hubungan mediasi parsial. Ketika pengunjung mendapat pengalaman sakral yang misterius dapat berpengaruh terhadap peningkatan *perceived value* yang kemudian berdampak pada kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta. Kepuasan pengunjung didasarkan pada penilaian secara keseluruhan dari hasil kunjungannya ke upacara Sekaten Yogyakarta. Pengunjung menemui banyak pengalaman sakral melalui prosesi di upacara Sekaten. Kesakralan berkaitan dengan hubungan batin seseorang dengan Sang Pencipta. Pengalaman sakral yang ditemui di upacara Sekaten membangkitkan kesadaran spiritual yang ada dalam diri pengunjung.

Destinasi wisata yang sakral memiliki nilai lebih yaitu spiritualitas yang dapat dirasakan oleh pengunjung (Tamitiadini et al., 2021). Berdasarkan pemaparan tersebut, pengalaman sakral yang didapat pengunjung dianggap sebagai nilai lebih dari sebuah kunjungan. Pertunjukan gamelan dengan alunan yang magis dan pembacaan riwayat maulid Nabi Muhammad SAW menunjang kesakralan pada upacara Sekaten. Setiap prosesi dilakukan sesuai adat dan tradisi yang sudah dilakukan secara turun menurun sehingga tersimpan banyak nilai penting di dalamnya. Kunjungan ini dianggap sepadan dengan apa yang dikorbankan oleh pengunjung sehingga

meningkatkan *perceived value*. Setiap prosesi memiliki makna di baliknya. Pengunjung mendapatkan pengalaman yang beragam melalui prosesi-prosesi tersebut. Hal ini menjadi nilai lebih dari kunjungan di upacara Sekaten yang berdampak pada kepuasan berkunjung. Secara keseluruhan, pengunjung menilai bahwa nilai sakral merupakan pengalaman berharga yang meningkatkan *perceived value* yang kemudian berdampak pada peningkatan kepuasan berkunjung di upacara Sekaten.

### ***Perceived Value* Memediasi Hubungan antara *Placeness* dan Kepuasan Berkunjung di Upacara Sekaten Yogyakarta**

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived value* memediasi secara parsial antara *placeness* dan kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh H. Lee et al. (2019). Penelitian tersebut menemukan bahwa *placeness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived value* dan *perceived value* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung sehingga ditemukan hubungan mediasi parsial. Pengunjung Sekaten menemukan kebudayaan Jawa pada upacara Sekaten yang menjadi nilai lebih dari upacara ini. Hal ini berimbas pada peningkatan *perceived value* yang kemudian berdampak pada peningkatan kepuasan berkunjung.

Kepuasan berkunjung dipengaruhi oleh *placeness* melalui *perceived value* sebagai variabel mediasi. Upacara Sekaten erat kaitannya dengan kebudayaan Jawa. Upacara ini merupakan warisan tradisi dari nenek moyang yang sudah dilakukan sejak dulu kala di pulau Jawa. Upacara Sekaten bukan sekadar upacara keagamaan namun sudah menjadi festival dengan identitas Jawa yang melekat. Pengunjung dapat menyaksikan narasi yang menggunakan bahasa Jawa, atribut Jawa seperti beskap yang digunakan oleh para abdi dalem, dan pertunjukkan wayang kulit yang juga membawakan legenda tanah Jawa. Tidak sedikit masyarakat dari luar Yogyakarta atau bahkan luar pulau Jawa datang berkunjung. Para pengunjung mendapatkan pembelajaran mengenai kebudayaan yang berbeda dari tempat asal mereka. Sebuah warisan budaya berasal dari suatu daerah yang memiliki nilai sejarah di dalamnya (Zhang et al., 2021). Nilai ini yang kemudian menjadi pengalaman berharga bagi pengunjung yang meningkatkan *perceived value*. Pengalaman di upacara Sekaten meninggalkan kesan di benak pengunjung sehingga mereka menilai bahwa kunjungannya sepadan dengan waktu dan tenaga yang dikorbankan. Prosesi upacara Sekaten yang dipenuhi dengan budaya Jawa menjadi nilai lebih yang meningkatkan *perceived value*. Pengalaman ini dinilai berharga dan melebihi ekspektasi pengunjung sehingga meningkatkan kepuasan berkunjung.

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa kesakralan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *perceived value*, *placeness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *perceived value*, kesakralan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta, dan *placeness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta. *Perceived value* juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta. Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa *perceived value* memediasi secara parsial antara kesakralan dan kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta. *Perceived value* juga memediasi secara parsial antara *placeness* dan kepuasan berkunjung di upacara Sekaten Yogyakarta.

Temuan penelitian ini memberikan dasar pemikiran mengenai hasil akulturasi agama dan budaya dalam bentuk festival, dapat diterapkan dalam industri pariwisata. Hal ini dapat memperkaya literatur di bidang kebudayaan dan pariwisata. Penelitian ini juga dapat digunakan

oleh pemerintah dalam pengembangan upacara Sekaten. Pengembangan ini bertujuan agar upacara Sekaten terlihat lebih menonjol dan menarik perhatian pengunjung. Dengan demikian, pendapatan pariwisata meningkat dan warisan budaya tetap terjaga.

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah diharapkan peneliti dapat memperluas cakupan penelitian dengan menggunakan variabel yang bervariasi. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen dari pengalaman berkunjung dalam festival yaitu, kesakralan dan *placeness*. Terdapat berbagai variabel lain dari pengalaman berkunjung dalam festival yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya seperti variabel kebersamaan, *escape*, *playfulness*, dan estetika. Dengan demikian hasil penelitian yang didapatkan lebih luas dan kompleks. Objek penelitian juga dapat diperluas pada festival budaya lainnya. Di Indonesia belum banyak penelitian yang menggunakan pengalaman berkunjung dalam festival sebagai variabel independen, sehingga penelitian ini bisa dilakukan terhadap festival budaya dari berbagai daerah lain. Hal ini dapat mengembangkan sektor pariwisata dan memperluas jangkauan hingga ke kancah dunia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aşan, K., Kaptangil, K., & Gargacı Kınay, A. (2020). Mediating role of perceived festival value in the relationship between experiences and satisfaction. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(2), 255–271. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-11-2019-0058>
- Asfina, R., & Ovilia, R. (2017). Be proud of Indonesian cultural heritage richness and be alert of its preservation efforts in the global world. *Humanus*, 15(2), 195. <https://doi.org/10.24036/jh.v15i2.6428>
- Chen, N. C., Hall, C. M., & Prayag, G. (2021). Place matters!: Introduction to sense of place and place attachment in tourism. In *Sense of Place and Place Attachment in Tourism* (pp. 1–16). <https://doi.org/10.4324/9780429279089-1>
- Chen, Z., King, B., & Suntikul, W. (2019). Festivalscapes and the visitor experience: An application of the Stimulus Organism Response approach. *International Journal of Tourism Research*, 21(6), 758–771. <https://doi.org/10.1002/jtr.2302>
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2023). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. (2021). Statistik Kepariwisataaan 2021. In *Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- El-Adly, M. I. (2019). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 322–332. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007>
- Etikan, I. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Gidey, Y., & Sharma, K. (2017). Tourists satisfaction in tourist destination (A study of Tigray-Ethiopia). In *International Journal of Research in Finance and Marketing (IJRFM)* (Vol. 7, Issue 4).

- Indrianto, A. T. L., Oktavio, A., & Nugroho, A. (2022). Pilgrimage tourism events in Indonesia: Examining the relationship of behavioral belief, motivation to comply, attitudes, subjective norms, and intention to partake. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(1), 54–65. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.01.06>
- Khaura, R. R. A., & Zulkarnain. (2023). Sekaten: A multicultural form for instilling tolerance and acculturation values in education in Yogyakarta City. *Proceedings of the Annual Conference on Research, Educational Implementation, Social Studies and History (AREISSH 2021)*, 151–158. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-17-6\\_17](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-17-6_17)
- Kwak, S. (2023). Are only p-Values less than 0.05 significant? A p-Value greater than 0.05 is also significant! *Journal of Lipid and Atherosclerosis*, 12(2), 89–95. <https://doi.org/10.12997/jla.2023.12.2.89>
- Lee, H., Hwang, H., & Shim, C. (2019). Experiential festival attributes, perceived value, satisfaction, and behavioral intention for Korean festivalgoers. *Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 199–212. <https://doi.org/10.1177/1467358417738308>
- Lee, K. Y., & Lee, H. (2019). Traditional costume experience at a cultural heritage festival. *Tourism Management Perspectives*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100555>
- Magyar-Russell, G., Pargament, K. I., Grubbs, J. B., Wilt, J. A., & Exline, J. J. (2022). The experience of sacred moments and mental health benefits over time. *Psychology of Religion and Spirituality*, 14(2), 161–169. <https://doi.org/10.1037/rel0000394>
- Manik, H. F. G. G., Christanti, R., & Setiawan, W. (2024). Knowledge management and community-based enterprise: An initiative to preserve the shadow puppet traditional knowledge in Yogyakarta, Indonesia. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 54(3), 638–656. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-11-2021-0265>
- Manthiou, A., Lee, S. (Ally), Tang, L. (Rebecca), & Chiang, L. (2014). The experience economy approach to festival marketing: Vivid memory and attendee loyalty. *Journal of Services Marketing*, 28(1), 22–35. <https://doi.org/10.1108/JSM-06-2012-0105>
- Mulyana, A. (2017). Sekaten tradition: The ritual ceremony in Yogyakarta as acculturation reality of Javanese culture in Indonesia. *International Journal of Humanities & Social Science Studies (IJHSSS)*, 4(2), 50. <https://doi.org/10.29032/ijhsss.v4.i2.2017.50-61>
- Ozili, P. K. (2022). The acceptable R-Square in empirical modelling for social science research. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4128165>
- Pratisara, D. (2020). Grebeg Maulud Yogyakarta sebagai simbol Islam perspektif nilai Pancasila. *Pancasila*, 1(2), 14–24.
- Raju, V., & Harinarayana, N. S. (2016). Online survey tools: A case study of Google Forms. *Scientific, Computational & Information Research Trends in Engineering, January 2016*, 1. <https://www.researchgate.net/publication/326831738>
- Ramadhan, R. F. I. (2019). Makna simbolik keris dalam struktur sosial Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat tahun 1855-1877 (berdasarkan penelusuran pustaka). *Avatara: E-Journal Pendidikan Sejarah*, 7(1), 1–8.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>

- Selmi, N., Bahri-Ammari, N., Soliman, M., & Hanafi, I. (2021). The impact of festivalscape components on festivalgoers' behavioral intentions: The case of the International Festival of Carthage. *Journal of Convention and Event Tourism*, 22(4), 324–345. <https://doi.org/10.1080/15470148.2021.1887784>
- Sundari, W. (2019). Preserving Javanese culture by junior highschool students in Northern Semarang District as Javanese language environment to promote local tourism industry. *E3S Web of Conferences*, 125, 1–6. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201912509019>
- Tamitiadini, D., Hapsari, R. D. V., & Hussein, A. S. (2021). Destination branding: Perceived sacredness and spiritual tourism in Indonesia amid the Covid-19 pandemic. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i8.9396>
- Wijayanti, A., & Damanik, J. (2019). Analysis of the tourist experience of management of a heritage tourism product: Case study of the Sultan Palace of Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Heritage Tourism*, 14(2), 166–177. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1494182>
- Zhang, X., Li, Y., Lin, J., & Ye, Y. (2021). The construction of placeness in traditional handicraft heritage sites: A case study of suzhou embroidery. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13169176>