

## POTENSI WISATA MUSIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KOTA BATAM

Rezki Alhamdi

Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam  
Rezki.alhamdi@gmail.com

Eryd Saputra

Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam  
erydsaputra@btp.ac.id

### ABSTRACT

Penelitian ini mengeksplorasi peran konser musik sebagai salah satu komponen utama dalam pengembangan pariwisata di Kota Batam. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis data yang diperoleh melalui wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konser musik telah menjadi daya tarik wisata yang populer di Batam, menarik minat wisatawan yang beragam. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi potensi konser musik dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, promosi budaya, dan pengembangan pariwisata berkelanjutan.

**Keywords:** pariwisata, wisata musik, keputusan berkunjung

### PENDAHULUAN

Pada saat ini jumlah kasus covid sudah mulai mereda meskipun tidak sepenuhnya hilang. Presiden Joko Widodo menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia harus hidup berdampingan dengan virus ini. Aktifitas ekonomi pun mulai kembali normal. Banyak pekerja sudah melakukan aktifitas seperti biasa. Keadaan pariwisata pada tahun 2022 saat ini cukup dikatakan baik aktifitas wisata objek wisata dan telah diizinkan untuk menerima kunjungan dan juga membuka.

Mice merupakan salah satu daya tarik wisata yang mendatangkan wisatawan untuk berkunjung pada pelaksanaan di kota tersebut. Ada beberapa jenis mice yaitu *meeting, incentive, conference, exhibition*. Mice mempunyai pengaruh cukup besar jika di adakan dalam skala.

Kota Batam mempunyai daya tarik dalam hal wisata dikarenakan adanya pantai, tempat belanja serta kuliner. Salah satu MICE yang disukai adalah penyelenggaraan *event* musik. Event musik sejak protokol kesehatan untuk penanganan covid sudah longgar banyak penyelenggaraan *event* musik diadakan. Hal ini tentu akan mendatangkan banyak wisatawan yang pengunjung yang ingin menikmati

*Event* merupakan salah satu atraksi yang mengundang wisatawan untuk hadir di sebuah

acara. Wisatawan akan menikmati atraksi yang disajikan oleh penyelenggara acara (Simanjuntak and Irawan, 2018). Pada pertengahan dan akhir tahun 2022 banyak acara musik seperti konser musik yang di adakan di kota batam.

Tabel 1 daftar kegiatan konser di Batam

Nama musisi	Lokasi	jadwal
Dewa 19	Temanggung abdul jamal	2 november 2022
Keisya levronka		
Tulus, Vierratale,B2, fall in autumn, iffa, aru, tipe x, deni caknan	Temanggung abdul jamal	27 agustus 2022
Club dangdut racun, ardhito pramoni, cubsonic eye, jason ranti, reality club	Nuvasa bay	10 september 2022
Rizky febian, danilla	Harris waterfornt	5 november 2022
Fiersa bersari, four twenty	Harris waterfornt	12 maret 2022

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa banyak konser musik yang di adakan oleh promotor yang melakukan penyelenggaraan wisata musik dengan menjual tiket konser tersebut promotor mendapatkan pemasukan serta menjual stand melakukan

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menggambarkan dan menganalisis perkembangan konser musik dalam konteks pariwisata saat ini. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai persepsi, pengalaman, dan dinamika yang terlibat dalam penyelenggaraan konser musik sebagai daya tarik wisata. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dan studi pustaka. Wawancara dilakukan dengan para penyelenggara konser, wisatawan, serta pihak-pihak yang terlibat dalam promosi dan manajemen pariwisata untuk menggali pandangan mereka mengenai kontribusi konser musik terhadap pariwisata. Sementara itu, studi pustaka digunakan untuk menelaah literatur yang relevan, guna memahami konteks historis dan teoretis dari fenomena yang diteliti.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data, serta memahami pola dan hubungan antar tema. Proses ini dilakukan secara iteratif dengan verifikasi melalui teknik triangulasi data dan member checking untuk memastikan keabsahan dan keandalan data yang diperoleh. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif tentang peran konser musik dalam mendukung pertumbuhan pariwisata berbasis budaya lokal.

secara detail yang cukup untuk memungkinkan penelitian tersebut reproduisibel. Metode yang telah dipublikasikan harus ditunjukkan dengan referensi, hanya modifikasi yang relevan yang harus dijelaskan.

## Mice

Mice merupakan Meeting, excebtion, intensive dan event merupakan istilah yang sering di dengar di banyak kegiatan. Kegiatan ini menjadikan ekonomi di suatu daerah tersebut bergerak untuk lebih maju. Pariwisata MICE, yang merupakan singkatan dari Meetings,

Incentives, Conferences, and Exhibitions, merupakan komponen penting dari industri pariwisata, yang menarik kelompok besar untuk tujuan tertentu Abdelkafy & Hizah (2016) . Sektor ini telah mengalami pertumbuhan global yang pesat, berkontribusi secara signifikan terhadap diversifikasi ekonomi dan pembangunan yang seimbang dalam industri pariwisata (Aburumman, 2020). Pariwisata MICE tidak hanya membantu memperpanjang musim pariwisata melampaui puncak tradisional tetapi juga mempercepat pembangunan perkotaan dan regional (Tabrizi et al., 2012; Zazueta-Hernández, 2023) . Dampak positif dari pengembangan pariwisata MICE meliputi peningkatan keuntungan bagi bisnis lokal, kontribusi terhadap anggaran pemerintah, penciptaan lapangan kerja, dan investasi dalam infrastruktur pariwisata (It & Chinh, 2020). Selain itu, pariwisata MICE berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, sebagaimana dibuktikan oleh provinsi-provinsi Delta Mekong di Vietnam (It & Chinh, 2020) . Penelitian tentang pariwisata MICE menggarisbawahi pentingnya pembangunan berkelanjutan di sektor ini karena ketahanannya terhadap fluktuasi pasar dibandingkan dengan pariwisata rekreasi (Mahadewi et al., 2014) . Wisatawan MICE sering dianggap sebagai "wisatawan berkualitas" yang tinggal lebih lama dan menghabiskan lebih banyak, sehingga secara signifikan menguntungkan ekonomi pariwisata (Mahadewi et al., 2014) . Selain itu, keuntungan ekonomi dari kegiatan MICE melampaui tempat acara, menguntungkan bisnis dan masyarakat lokal melalui pengeluaran untuk akomodasi, makan, dan hiburan (Jones & Li, 2015) . Sebagai kesimpulan, pariwisata MICE adalah sektor yang dinamis dan berkembang pesat dalam industri pariwisata, menawarkan manfaat ekonomi yang substansial, kesempatan kerja, dan prospek pembangunan perkotaan. Memahami dampak dan potensi pariwisata MICE sangat penting bagi manajer destinasi dan pembuat kebijakan untuk secara efektif memanfaatkan sektor ini untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan.

## Pariwisata

Pariwisata berkelanjutan merupakan aspek mendasar dari industri pariwisata, yang bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi sambil memaksimalkan manfaat bagi masyarakat lokal dan melestarikan warisan budaya. Sejumlah penelitian menekankan pentingnya pariwisata

berkelanjutan dalam mencapai kemakmuran dan kesejahteraan jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat ((Guo, Jiang and Li, 2019; Sangkhaduang, Visuthismajarn and Kongchouy, 2021; Molina, Soares and Lois-González, 2022; Kurniawan, 2024; Stanikzai, 2024). Konsep pariwisata berkelanjutan mencakup berbagai bentuk seperti ekowisata, pariwisata berbasis alam, pariwisata budaya, pariwisata pedesaan, pariwisata komunitas, dan pariwisata yang bertanggung jawab (Guo et al., 2019; Stanikzai, 2024; Santos et al., 2021) . Bentuk-bentuk pariwisata ini berupaya untuk mempromosikan konsumsi dan produksi yang etis, meningkatkan kualitas hidup masyarakat tuan rumah, dan memastikan bahwa penduduk lokal mendapat manfaat secara ekonomi, sosial, dan budaya dari kegiatan pariwisata (Santos et al., 2021; Sangkhaduang et al., 2021) . Lebih jauh lagi, pembangunan pariwisata berkelanjutan terkait erat dengan pelestarian warisan budaya dan promosi perspektif antarbudaya dalam masyarakat (Cardinali, Varani and María, 2020) et al., 2020; Molina et al., 2022) . Dengan secara aktif melibatkan masyarakat lokal dalam praktik pariwisata, mengelola warisan alam dan budaya secara bertanggung jawab, dan memastikan distribusi manfaat yang adil, pariwisata berkelanjutan berkontribusi pada perlindungan dan promosi warisan budaya (Cardinali et al., 2020; Molina et al., 2022) . Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, inovasi memainkan peran penting dalam mendorong kemajuan menuju keberlanjutan (Nigg and Eichelberger, 2021). Para peneliti telah mengidentifikasi melalui tinjauan pustaka sistematis pentingnya inovasi dalam memajukan praktik berkelanjutan dalam industri pariwisata, dengan demikian mendorong perbaikan dan adaptasi berkelanjutan terhadap perubahan dinamika lingkungan dan sosial (Nigg & Eichelberger, 2021). Secara keseluruhan, pariwisata berkelanjutan tidak hanya tentang meminimalkan dampak negatif tetapi juga tentang memaksimalkan kontribusi positif bagi lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Dengan merangkul praktik berkelanjutan, industri pariwisata dapat membangun keseimbangan yang memastikan kelangsungan hidup jangka panjang sambil memberi manfaat bagi generasi sekarang dan mendatang (Guo et al., 2019; Kurniawan, 2024; Stanikzai, 2024; Sangkhaduang et al., 2021; Molina et al., 2022; Nigg & Eichelberger, 2021) .

### **Konser musik**

konser musik merupakan salah satu acara yang menyajikan acara musik dengan mendatangkan penyanyi atau pemusik dengan menampung penonton dalam kapasitas besar. Konser musik, terutama dalam bentuk festival dan acara, merupakan pendorong penting bagi pengembangan pariwisata. Acara musik langsung, seperti festival dan konser, sangat penting dalam menjadikan pariwisata musik layak secara ekonomi dan meningkatkan daya tariknya (Bolderman & Reijnders, 2016; Bolderman, 2022) . Acara-acara ini tidak hanya menyediakan hiburan tetapi juga berkontribusi pada keseluruhan pengalaman pariwisata, menarik pengunjung dan berpotensi menjadi motivasi utama untuk bepergian ke suatu destinasi (Stipanović, 2023; Tanković & Vitezić, 2017) . Festival musik, khususnya, telah berperan penting dalam mempromosikan pariwisata dan memberikan peserta pengalaman sensorik yang unik (Tan et al., 2020). Penelitian menunjukkan bahwa acara musik merupakan komponen penting dari industri pariwisata dan dapat menawarkan manfaat besar jika dipelajari secara komprehensif (Peng, 2023) . Mereka tidak hanya menarik pengunjung tetapi juga memiliki implikasi ekonomi, menguntungkan baik wisatawan maupun pemangku kepentingan (Tkaczynski & Rundle-Thiele, 2013; Montoro-Pons & García, 2020) . Lebih jauh lagi, festival dan acara musik dapat memengaruhi strategi pencitraan merek dan pemasaran destinasi, membentuk kembali citra mereka dan menarik lebih banyak pengunjung (Van-Dúnem et al., 2023). Acara-acara ini berpotensi membawa kemakmuran ke lokasi tuan rumah dan merupakan bagian integral dari pengalaman budaya dan perjalanan (Montoro-Pons & García, 2020) . Lebih dari itu, festival musik tidak hanya tentang hiburan tetapi juga tentang menciptakan pengalaman yang berkesan bagi para peserta, yang dapat mengarah pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pengunjung (Amorim et al., 2019) . Acara-acara ini semakin banyak digunakan untuk mempromosikan pariwisata dan meningkatkan ekonomi regional (Felsenstein & Fleischer, 2003) . Memahami motivasi pengunjung untuk menghadiri festival musik sangat penting bagi penyelenggara acara dan pengelola destinasi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan secara keseluruhan (Gelder & Robinson, 2009) . Sebagai kesimpulan, konser musik, terutama dalam bentuk festival dan acara, merupakan pendorong penting pengembangan pariwisata.

Konser musik tidak hanya menarik pengunjung tetapi juga berkontribusi pada aspek ekonomi, budaya, dan sosial destinasi wisata. Memahami dampak pariwisata musik dan mengelola acara musik secara efektif dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan meningkatkan daya tarik destinasi.

## PEMBAHASAN

Pertumbuhan konser musik yang ada di Batam cukup pesat hal ini terbukti dengan adanya konser musik yang diadakan di Batam dalam skala besar. Promotor yang mengadakan konser musik di Batam juga mendatangkan penyanyi, grub band yang terkenal yang mempunyai penggemar di Batam.

Wisata konser adalah wisata minat khusus yang disukai oleh usia wisatawan yang masih muda. yang menyukai musik baik itu musik dari berbagai jenis aliran di Batam sendiri sudah banyak konser musik yang diadakan konser tersebut diadakan oleh promotor yang sudah ternama di Batam sendiri seperti band penyanyi terkenal ataupun beberapa artis dari luar negeri pada umumnya konser dilaksanakan baik itu di stadion sepak bola Cafe ataupun di hotel pengunjung yang ingin menikmati konser musik harus membayar untuk tiket masuk dan menikmati konsep tersebut tiket masuk yang dikenakan untuk biaya masuknya tergantung dari jenis tiket yang dibeli Seperti apakah itu VIP biasa ataupun yang normal biaya tiket konser tersebut sesuai dengan fasilitas yang akan dinikmati wisatawan yang akan menikmati konser musik tersebut.

Untuk mengeksplorasi pengembangan wisata musik di Indonesia, penting untuk mempertimbangkan kekayaan warisan budaya dan beragam tradisi musik yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Perpaduan unik musik tradisional Indonesia, seperti gamelan dan kecak, bersama dengan genre-genre modern, menghadirkan peluang yang menarik untuk memanfaatkan wisata musik bagi pertumbuhan ekonomi dan budaya ("Potensi Wisata Musik di Indonesia: Festival Musik dan Perannya dalam City Branding", 2022). Festival musik memainkan peran penting dalam mempromosikan pariwisata dan menampilkan keragaman musik Indonesia. Dengan menyelenggarakan festival musik yang merayakan musik tradisional dan kontemporer

Indonesia, negara ini dapat menarik wisatawan domestik dan internasional yang tertarik untuk merasakan dunia musik lokal ("Potensi Wisata Musik di Indonesia: Festival Musik dan Perannya dalam City Branding", 2022) . Festival-festival ini tidak hanya berkontribusi pada semangat budaya Indonesia tetapi juga berfungsi sebagai platform untuk city branding, meningkatkan citra berbagai destinasi di dalam negeri ("Potensi Wisata Musik di Indonesia: Festival Musik dan Perannya dalam City Branding", 2022) . Konsep wisata musik bersifat dinamis dan terus berkembang, mencakup berbagai macam kegiatan, lokasi, dan acara yang memanfaatkan sumber daya musik untuk menarik wisatawan (Long, 2013) . Dalam kasus Indonesia, lanskap musik yang beragam di negara ini menawarkan peluang unik untuk mengembangkan wisata musik lebih jauh. Dengan mengintegrasikan musik secara strategis ke dalam inisiatif pariwisata, Indonesia dapat menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung dan memposisikan dirinya sebagai tujuan wisata musik (Peng, 2023) . Persinggungan antara musik dan pariwisata berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi dan dampak sosial di Indonesia. Musik tidak hanya memainkan peran penting dalam membentuk identitas dan kepemilikan budaya, tetapi juga berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk menarik wisatawan dan menghasilkan pendapatan (Peng, 2023) . Dengan berinvestasi dalam infrastruktur dan pemrograman wisata musik, Indonesia dapat memanfaatkan warisan musiknya untuk menciptakan peluang pariwisata yang berkelanjutan (Peng, 2023) . Signifikansi budaya musik di Indonesia, khususnya genre seperti jazz dan bentuk musik tradisional, menghadirkan aset berharga bagi pengembangan pariwisata (Djauhari & Kristiyono, 2020) . Musik jazz, dengan daya tariknya yang mendunia, berpotensi menarik minat beragam penonton ke Indonesia dan berkontribusi pada sektor pariwisata musik di negara ini. Dengan mempromosikan acara budaya seperti festival jazz, Indonesia dapat memamerkan bakat dan warisan musiknya di panggung internasional (Djauhari & Kristiyono, 2020) Dalam konteks pengembangan pariwisata di Indonesia, sangat penting untuk mempertimbangkan dampak faktor eksternal seperti pandemi COVID-19 terhadap industri pariwisata musik (Hidayatullah, 2021) . Memahami tantangan dan peluang yang dihadirkan oleh krisis seperti pandemi dapat membantu para pembuat kebijakan dan

pemangku kepentingan industri menyusun strategi untuk mendukung pemulihan dan pertumbuhan pariwisata musik di Indonesia (Hidayatullah, 2021). Lebih jauh lagi, pemasaran strategis dari penawaran pariwisata musik Indonesia sangat penting untuk menarik pengunjung dan meningkatkan sektor pariwisata negara ini (Bakti, 2024). Memanfaatkan platform seperti pemasaran video pendek dan media sosial dapat membantu memamerkan keragaman musik Indonesia dan atraksi budaya kepada khalayak global, sehingga meningkatkan minat dan keterlibatan wisatawan (Bakti, 2024). Kesimpulannya, sektor pariwisata musik Indonesia memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, mempromosikan pertukaran budaya, dan meningkatkan reputasi global negara ini sebagai tujuan musik. Dengan memanfaatkan warisan musiknya yang kaya, berinvestasi dalam festival dan acara musik, serta menerapkan inisiatif pemasaran strategis, Indonesia dapat memosisikan dirinya sebagai tujuan wisata musik terkemuka di kawasan ini

## SIMPULAN

Potensi pariwisata musik di Indonesia sangat menjanjikan. Dengan kekayaan budaya dan beragam genre musik, Indonesia memiliki daya tarik unik bagi wisatawan musik. Festival musik yang memadukan musik tradisional dan modern tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan promosi budaya. Kota-kota seperti Batam telah menunjukkan pertumbuhan pesat dalam penyelenggaraan konser musik berskala besar, menarik minat baik dari musisi lokal maupun internasional. Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan upaya berkelanjutan dalam pengembangan infrastruktur, pemasaran yang efektif, serta dukungan kebijakan yang kondusif.

## DAFTAR PUSTAKA

(2022). Music tourism potential in indonesia: music festivals and its role in city branding. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, 7(1).  
<https://doi.org/10.7454/jitps.v7i1.278>

Abdelkafy, J. and Hizah, D. (2016). Mice tourism in egypt: opportunities and challenges. *Journal of*

*Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 13(3), 61-73.  
<https://doi.org/10.21608/jaauth.2016.53949>

Aburumman, A. (2020). Covid-19 impact and survival strategy in business tourism market: the example of the uae mice industry. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1).  
<https://doi.org/10.1057/s41599-020-00630-8>

Amorim, D., Caballero, J., & Almeida, P. (2019). Motivation and tourists' loyalty in performing arts festivals: the mediator role of quality and satisfaction. *Enlightening Tourism a Pathmaking Journal*, 9(2), 100.  
<https://doi.org/10.33776/et.v9i2.3626>

Bakti, S. (2024). Short video marketing: strategies for increasing tourism in indonesia. *Reslaj Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 2506-2515.  
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.6266>

Bolderman, L. (2022). Music and tourism., 341-356. <https://doi.org/10.5040/9781501336317.ch-027>

Bolderman, L. and Reijnders, S. (2016). Have you found what you're looking for? analysing tourist experiences of wagner's bayreuth, abba's stockholm and u2's dublin. *Tourist Studies*, 17(2), 164-181.  
<https://doi.org/10.1177/1468797616665757>

Djauhari, M. and Kristiyono, J. (2020). Akulturasi budaya hibrid pada pagelaran musik jazz gunung sebagai identitas global dalam meningkatkan potensi wisata. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 6(1).  
<https://doi.org/10.52447/promedia.v6i1.4065>

Felsenstein, D. and Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: the role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385-392.  
<https://doi.org/10.1177/0047287503041004007>

Gelder, G. and Robinson, P. (2009). A critical comparative study of visitor motivations for attending music festivals: a case study of glastonbury and v festival. *Event Management*, 13(3), 181-196.  
<https://doi.org/10.3727/152599509790029792>

- Hidayatullah, R. (2021). Music performance policy during covid-19 crisis: expectations versus reality. *JASSP*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.23960/jassp.v1i1.17>
- It, M. and Chinh, H. (2020). The effect of leadership capacity, resource destination mice to mice development and its impact on regional economic growth in mekong delta provinces, vietnam. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 03(01), 268-275. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2020.3156>
- Jones, C. and Li, S. (2015). The economic importance of meetings and conferences: a satellite account approach. *Annals of Tourism Research*, 52, 117-133. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.03.004>
- Long, P. (2013). Popular music, psychogeography, place identity and tourism: the case of sheffield. *Tourist Studies*, 14(1), 48-65. <https://doi.org/10.1177/1468797613511685>
- Mahadewi, N., Bendesa, I., & Antara, M. (2014). Factors influencing tourists revisit to bali as mice destination. *E-Journal of Tourism*. <https://doi.org/10.24922/eot.v1i1.9845>
- Montoro-Pons, J. and García, M. (2020). Analyzing online search patterns of music festival tourists. *Tourism Economics*, 27(6), 1276-1300. <https://doi.org/10.1177/1354816620945440>
- Peng, Y. (2023). Conceptual and theoretical exploration of music tourism. *Academic Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 164-166. <https://doi.org/10.54097/ajmss.v2i3.8757>
- Peng, Y. (2023). Conceptual and theoretical exploration of music tourism. *Academic Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 164-166. <https://doi.org/10.54097/ajmss.v2i3.8757>
- Stipanović, C. (2023). Enhancing competitiveness for economic and tourism growth: case of croatia.. <https://doi.org/10.20867/tosee.07.26>
- Tabrizi, N., Taghvaei, M., & Varesi, H. (2012). A fuzzy application on mice hosting: an iranian case study for locating suitable areas based on p.l indexes. *Management Science Letters*, 2(2), 503-510. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2011.12.024>
- Tan, K., Sim, A., Chai, D., & Beck, L. (2020). Participant well-being and local festivals: the case of the miri country music festival, malaysia. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(4), 433-451. <https://doi.org/10.1108/ijefm-02-2020-0007>
- Tanković, A. and Vitezić, V. (2017). Challenging the classical concepts: new trends and insights of music events.. <https://doi.org/10.20867/tosee.04.45>
- Tkaczynski, A. and Rundle-Thiele, S. (2013). Understanding what really motivates attendance: a music festival segmentation study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(6), 610-623. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.810998>
- Van-Dúnem, T., Coelho, A., & Bairrada, C. (2023). Antecedents and outcomes of the consumer-based brand equity of events and its importance for destinations: the case of portuguese music festivals. *International Journal of Event and Festival Management*, 14(3), 277-293. <https://doi.org/10.1108/ijefm-10-2022-0084>
- Zazueta-Hernández, M. (2023). Analysis of the competitiveness factors for mice tourism: the case of mazatlan, sinaloa. *International Journal of Tourism Cities*, 10(2), 701-717. <https://doi.org/10.1108/ijtc-11-2022-0248>
- Amorim, D., Caballero, J., & Almeida, P. (2019). Motivation and tourists' loyalty in performing arts festivals: the mediator role of quality and satisfaction. *Enlightening Tourism a Pathmaking Journal*, 9(2), 100. <https://doi.org/10.33776/et.v9i2.3626>
- Bolderman, L. (2022). Music and tourism., 341-356. <https://doi.org/10.5040/9781501336317.ch-027>
- Bolderman, L. and Reijnders, S. (2016). Have you found what you're looking for? analysing tourist experiences of wagner's bayreuth, abba's stockholm and u2's dublin. *Tourist Studies*, 17(2), 164-181. <https://doi.org/10.1177/1468797616665757>
- Felsenstein, D. and Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: the role of public assistance and visitor expenditure. *Journal*

of Travel Research, 41(4), 385-392.  
<https://doi.org/10.1177/0047287503041004007>

Gelder, G. and Robinson, P. (2009). A critical comparative study of visitor motivations for attending music festivals: a case study of glastonbury and v festival. *Event Management*, 13(3), 181-196.  
<https://doi.org/10.3727/152599509790029792>

Montoro-Pons, J. and García, M. (2020). Analyzing online search patterns of music festival tourists. *Tourism Economics*, 27(6), 1276-1300.  
<https://doi.org/10.1177/1354816620945440>

Peng, Y. (2023). Conceptual and theoretical exploration of music tourism. *Academic Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 164-166. <https://doi.org/10.54097/ajmss.v2i3.8757>

Stipanović, C. (2023). Enhancing competitiveness for economic and tourism growth: case of croatia.. <https://doi.org/10.20867/tosee.07.26>

Tan, K., Sim, A., Chai, D., & Beck, L. (2020). Participant well-being and local festivals: the case of the miri country music festival, malaysia. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(4), 433-451.  
<https://doi.org/10.1108/ijefm-02-2020-0007>

Tanković, A. and Vitezić, V. (2017). Challenging the classical concepts: new trends and insights of music events.. <https://doi.org/10.20867/tosee.04.45>

Tkaczynski, A. and Rundle-Thiele, S. (2013). Understanding what really motivates attendance: a music festival segmentation study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(6), 610-623.  
<https://doi.org/10.1080/10548408.2013.810998>

Van-Dúnem, T., Coelho, A., & Bairrada, C. (2023). Antecedents and outcomes of the consumer-based brand equity of events and its importance for destinations: the case of portuguese music festivals. *International Journal of Event and Festival Management*, 14(3), 277-293. <https://doi.org/10.1108/ijefm-10-2022-0084>