

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh aspek *guest star*, fasilitas, harga tiket dan *e-ticketing* terhadap preferensi konsumen pada event musik *hammersonic ravel entertainment*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengunjung *hammersonic* dengan total 96 sampel yang diambil dengan teknik *non-probability*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan perangkat SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) secara parsial, *guest star* berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen pada event musik *hammersonic ravel entertainment*, b) secara parsial, fasilitas tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen pada event musik *hammersonic ravel entertainment*, c) secara parsial, harga tiket tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen pada event musik *hammersonic ravel entertainment*, d) *e-ticketing* berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen pada event musik *hammersonic ravel entertainment* e) Secara simultan, *guest star*, fasilitas, harga tiket dan *e-ticketing* berpengaruh terhadap preferensi konsumen pada event musik *hammersonic ravel entertainment*.

Kata Kunci: *guest star*, fasilitas, harga tiket, *e-ticketing*, preferensi konsumen

ABSTRACT

This research aims to analyze and determine the influence aspects of guest star, facilities, ticket prices and e-ticketing on consumer preferences at the hammersonic ravel entertainment music event. This study uses a quantitative approach. The population used in this study were hammersonic visitors with a total of 96 samples taken using non-probability techniques. The data collection technique used a questionnaire and was analyzed using SPSS 26. The results of the study indicate that: a) partially, guest stars have a significant effect on consumer preferences at the hammersonic ravel entertainment music event, b) partially, facilities do not affect consumer preferences at the hammersonic ravel entertainment music event, c) partially, ticket prices do not affect consumer preferences at the hammersonic ravel entertainment music event, d) e-ticketing has a significant effect on consumer preferences at the hammersonic ravel entertainment music event e) Simultaneously, guest stars, facilities, ticket prices and e-ticketing affect consumer preferences at the hammersonic ravel entertainment music event. Keywords: guest star, facilities, ticket price, e-ticketing, consumer preferences

Keywords: *guest star, facilities, ticket prices, e-ticketing, consumer preferences*