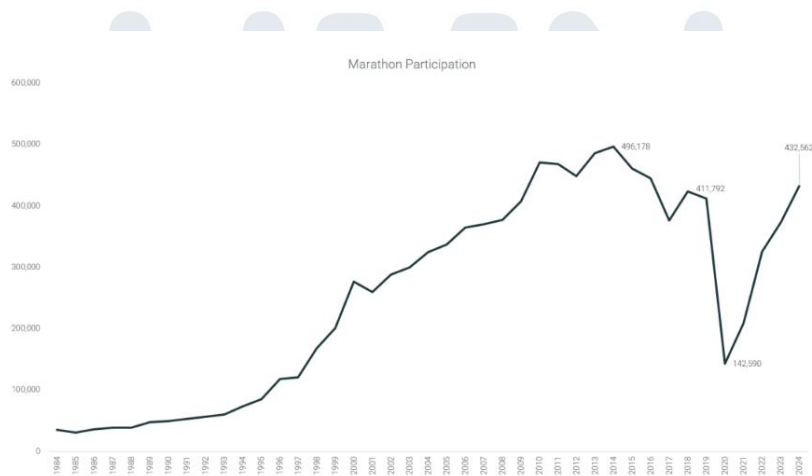


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam satu dekade terakhir, olahraga lari jarak jauh telah mengalami perkembangan pesat di berbagai belahan dunia. Hadirnya event marathon dan half marathon tidak hanya sekadar ajang bagi para pelari dalam berkompetisi di olahraga, melainkan telah beralih menjadi fenomena sosial, ekonomi, serta sarana promosi pariwisata olahraga (*sport tourism*). Berdasarkan laporan *Road Race Management (RRW): By The Numbers (2025)*, pertumbuhan jumlah pelari yang menyelesaikan lomba (*finishers*) menunjukkan tren yang sangat positif di hampir seluruh wilayah dunia. Secara global, partisipasi pelari juga meningkat pesat seiring meningkatnya jumlah penyelenggaraan event lari baik berskala internasional maupun regional. Hal ini dapat dilihat dari 135 lomba yang disurvei mencatatkan total sebanyak 1.144.630 *finishers* dengan peningkatan tahunan sebesar 14,6%.



Gambar 1.1 Tren Pertumbuhan Marathon Global

Sumber: Run Repeat (2025)

Secara global, minat masyarakat terhadap olahraga lari menunjukkan tren yang terus meningkat, khususnya setelah pandemi *COVID-19*. Pada **Gambar 1.1**,

data partisipasi marathon di Amerika Serikat sebagai salah satu pasar pelari terbesar di dunia menggambarkan dinamika tersebut dengan sangat jelas. Setelah mengalami penurunan sejak tahun 2014, partisipasi pelari sempat anjlok tajam pada masa pandemi hingga mencapai titik terendah sekitar 142.590 peserta pada tahun 2020. Namun, pascapandemi, jumlah peserta marathon meningkat kembali secara signifikan dan bahkan melalui kondisi pra pandemi. Pada tahun 2024, partisipasi marathon di AS tercatat sekitar 432.562 peserta, atau 5% lebih tinggi dibandingkan level sebelum pandemi. Tren pemulihan dan pertumbuhan ini mencerminkan bahwa minat terhadap event marathon telah pulih dan kembali berkembang.

Fenomena ini ditimbulkan dari penyelenggaraan marathon berskala besar yang menjadi ikon kota-kota dunia, seperti *New York Marathon*, *Paris Marathon*, *Berlin Marathon*, *London Marathon*, dan *Chicago Marathon*. Lima marathon terbesar tersebut mencatat peningkatan sebanyak 27.531 peserta atau sekitar 11,4% yang mencapai total keseluruhan sebanyak 269.817 pelari. Bahkan, di antara 11 marathon yang mencatatkan lebih dari 20.000 *finishers*, *Sydney Marathon* menunjukkan pertumbuhan paling tinggi sebesar 52,9% atau setara dengan 7.012 pelari dibandingkan tahun sebelumnya (*Road Race Management*, 2025). Data tersebut menegaskan bahwa minat masyarakat global terhadap olahraga lari jarak jauh terus tumbuh secara konsisten dan menjadi bagian dari gaya hidup aktif di perkotaan modern.

Fenomena tersebut juga menunjukkan bahwa event lari massal kini berperan sebagai salah satu instrumen strategi dalam pembangunan ekonomi kreatif dan promosi destinasi pariwisata. Banyak kota besar di dunia menjadikan penyelenggaraan marathon sebagai momentum dalam *city branding* dan promosi wisata olahraga (*sports tourism*). Sebagai contoh, menurut laporan Brand Finance dalam *Marathons 50* (2025), 50 marathon terbesar di dunia secara kolektif menghasilkan dampak ekonomi sebesar US\$ 5,2 miliar bagi komunitas kota penyelenggara, dengan lebih dari separuh nilai tersebut yang sebesar US\$ 2,7 miliar berasal dari *Abbott World Marathon Majors* yang turut memperkuat profil kota-kota seperti London dan New York di mata internasional (Brand Finance, 2025).

Kawasan Asia juga mulai menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam partisipasi event lari, tidak hanya dari sisi jumlah peserta tetapi juga merangkul keragaman peserta internasional. Sebagai contoh, *Standard Chartered Singapore Marathon* 2024 mencatat lebih dari 55.000 pelari yang ikut dalam perlombaan, termasuk sekitar 13.000 peserta internasional dari 84 negara yang menyatakan jumlah ini naik hampir 33% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini tentunya memperlihatkan bahwa event lari di Asia tidak hanya diikuti oleh pelari lokal, melainkan juga berbagai pelari dari luar negeri.

Transisi ke konteks Indonesia, tren positif serupa juga terlihat jelas di berbagai event marathon besar, seperti Jakarta International Marathon, Maybank Marathon Bali, dan Mandiri Bintan Marathon. Hal ini menunjukkan adanya minat masyarakat yang terus meningkat setiap tahun, baik dari sisi jumlah peserta maupun kualitas penyelenggaraan. Sebagai contoh, Maybank Marathon 2024 berhasil menarik 12.700 pelari dari 57 negara, dengan sekitar 12,7% peserta merupakan pelari asing (The Jakarta Post, 2024). Kategori Full Marathon (42,195 km) diikuti oleh sekitar 3.500 peserta yang menunjukkan peningkatan sekitar 17% dibandingkan tahun sebelumnya (Pressrelease.id, 2024). Sementara itu, adanya kategori lain seperti Half Marathon dan 10K yang masing-masing mencatat jumlah partisipasi sekitar 6.050 dan 3.000 pelari (Antara News, 2024). Fakta ini tentunya memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu tuan rumah event lari bertaraf internasional yang mampu menarik minat pelari domestik maupun mancanegara.

Tren positif terhadap peningkatan partisipasi pada berbagai ajang lari di Indonesia tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah event marathon tidak hanya ditentukan oleh besarnya jumlah peserta, tetapi juga oleh kualitas penyelenggaraan dan efektivitas sistem logistik yang mendukung. Pada konteks operasional, penyelenggaraan event lari berskala besar tentunya melibatkan koordinasi berbagai elemen dalam pelayanan, mulai dari distribusi *race pack*, penyediaan *water station*, pengaturan transportasi peserta, serta layanan medis dan keamanan di sepanjang rute. Seluruh elemen tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan peserta terhadap kualitas layanan event.

Menurut Getz dan Page (2020), keberhasilan *sport event* bergantung pada kemampuan penyelenggara dalam mengelola aspek logistik secara efisien dan responsif terhadap kebutuhan peserta. Jika terjadi kegagalan dalam salah satu aspek tersebut, seperti keterlambatan distribusi *race pack* atau kekurangan suplai air pada *water station* akan berdampak besar pada penilaian negatif terhadap kualitas layanan dan memicu tingkat penurunan dari kepuasan peserta (Tzetzis et al., 2021). Maka dari itu, pemahaman terhadap kualitas layanan dalam konteks event lari menjadi unsur penting dalam memastikan bahwa pengalaman peserta tetap optimal dan berkelanjutan, terutama pada event berskala internasional seperti Mandiri Bintang Marathon 2025 yang menjadi objek penelitian ini.

Keberhasilan event marathon tentunya sangat bergantung pada efektivitas kualitas layanan yang dirancang oleh penyelenggara. Menurut Kasemsap (2021), manajemen pada event olahraga mencakup perencanaan, koordinasi, dan pengendalian sumber daya yang ada di dalamnya seperti perlengkapan, transportasi, tenaga kerja, dan layanan pendukung lainnya agar kegiatan dapat berlangsung dengan lancar. Pada konteks event lari massal, kualitas layanan memiliki peran penting dalam memastikan pengalaman peserta sejak sebelum hingga sesudah perlombaan berjalan optimal. Kualitas layanan event yang baik tentunya dapat meningkatkan kepuasan peserta, memperkuat citra event, dan mendorong partisipasi ulang pada edisi berikutnya.

Ketika berbicara tentang kualitas layanan pada pelaksanaan event lari, hal yang paling sering menjadi perhatian peserta meliputi distribusi *race pack* (pengambilan BIB dan perlengkapan lari), penyediaan *water station* di sepanjang rute, layanan medis dan keamanan, serta pengaturan transportasi dan fasilitas penunjang di area *start* hingga *finish*. Setiap aspek tentunya memiliki tantangan operasional tersendiri. Misalnya, ketidaktepatan waktu distribusi *race pack* dapat menimbulkan antrian panjang dan ketidaknyamanan peserta. Lalu jika terjadi kekurangan pasokan air di *water station* dapat mempengaruhi performa pelari, sedangkan keterlambatan layanan medis dapat berisiko pada keselamatan.

Sejumlah penelitian menegaskan bahwa *service quality* dalam konteks event olahraga merupakan variabel utama kepuasan peserta. Studi Xiao et al. (2020) yang meneliti *Shanghai International Marathon* menemukan bahwa dimensi *tangibility*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* secara signifikan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan niat partisipasi ulang pelari. Terdapat juga temuan serupa yang diungkapkan oleh Phantumabamrung & Trongjitpituk (2022) pada *Thailand Marathon Series*, yang menyatakan bahwa pelayanan logistik yang cepat, terkoordinasi, dan berorientasi peserta menjadi kunci keberhasilan penyelenggaraan event berskala besar.

Namun demikian, Sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek internal manajemen event seperti perencanaan, koordinasi, dan strategi pemasaran, bukan pada pengalaman peserta secara langsung terhadap kualitas layanan event. Penelitian oleh Yoshida dan James (2010) juga menjelaskan bahwa sebagian besar studi *sport event management* mengabaikan dimensi operasional yang berhubungan langsung dengan pengalaman peserta di lapangan. Keterbatasan ini tentunya menimbulkan kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam menilai bagaimana persepsi peserta terhadap aspek kualitas layanan event dapat mempengaruhi kepuasan mereka secara keseluruhan.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan event marathon di Kawasan Asia, khususnya di negara-negara dengan agenda *sport tourism* yang agresif, muncul permasalahan mendasar dalam praktik penyelenggaraannya. Berbagai event marathon berskala besar cenderung lebih berorientasi pada keberhasilan memenangkan hak penyelenggaraan dan pencapaian target kuantitatif, seperti jumlah peserta dan eksposur media, dibandingkan dengan peningkatan kualitas layanan event secara berkelanjutan. Fokus yang berlebihan pada aspek kompetitif antar kota atau destinasi ini berpotensi mengesampingkan pengalaman aktual peserta selama event berlangsung, mulai dari aspek informasi, interaksi, hingga fasilitas. Akibatnya, meskipun event marathon berhasil diselenggarakan, kualitas layanan yang kurang optimal dapat menghambat terbentuknya loyalitas pelari

terhadap event maupun kota tuan rumah, sehingga tujuan jangka panjang pengembangan *sport tourism* menjadi tidak tercapai secara maksimal.

Fenomena tersebut tentunya menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan penyelenggaraan Mandiri Bintan Marathon 2025 yang direncanakan akan diikuti oleh ribuan pelari dari berbagai daerah dan negara. Pada penyelenggaraan sebelumnya, pihak penyelenggara menyatakan akan melakukan pembenahan di berbagai lini demi memastikan pengalaman peserta yang lebih pada Mandiri Bintan Marathon 2025. Upaya peningkatan ini tentunya meliputi aspek pelayanan, fasilitas pendukung, hingga manajemen logistik yang menjadi benang merah pada kelancaran event (Kompas, 2025). Komitmen tersebut menunjukkan bahwa meskipun pelaksanaan sebelumnya telah berjalan dengan baik, masih terdapat ruang untuk optimalisasi terutama dalam hal efisiensi pengambilan race pack, ketersediaan fasilitas air di sepanjang rute, serta kenyamanan peserta di area start dan *finish*.



Gambar 1.2 Peta Rute Full Marathon Mandiri Bintan Marathon 2025

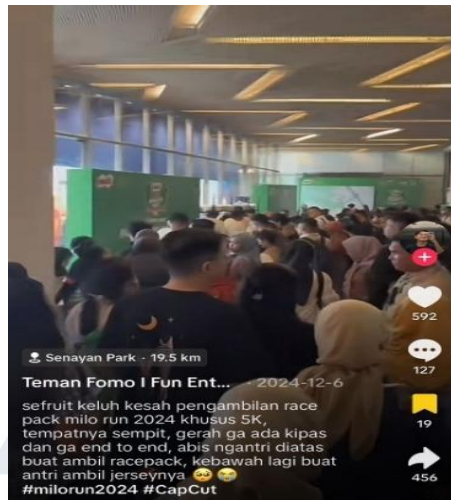
Sumber: Mandiri Bintan Marathon. (2025)



Selain itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai konteks penelitian, **Gambar 1.2** menampilkan salah satu rute terpanjang pada Mandiri Bintan Marathon, yaitu Full Marathon dengan total jarak 42,195 kilometer. Rute ini dimulai dan berakhir di Kawasan Lagoi Bay, Bintan yang dikenal sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kepulauan Riau. Berdasarkan peta resmi penyelenggara, lintasan ini mencakup sejumlah titik penting dengan berbagai fasilitas pendukung seperti *water stations*, *medical posts*, *water sprinkle*, *fruit station*, *sponge area*, *toilet*, serta kilometer sign yang tersebar di sepanjang rute. Visualisasi rute ini menjadi elemen penting dalam memahami bagaimana penyelenggara mendistribusikan sumber daya logistik dan pelayanan peserta dalam memastikan keamanan serta kenyamanan selama perlombaan berlangsung. Dengan demikian, peta rute bukan sekadar pelengkap visual, melainkan juga menjadi dasar analisis terhadap efektivitas manajemen operasional dalam menjangkau aspek kualitas layanan pada penyelenggaraan Mandiri Bintan Marathon 2025.

Dengan semakin berkembangnya industri olahraga lari di Indonesia, penyelenggaraan event seperti Mandiri Bintan Marathon 2025 memiliki potensi besar untuk memperkuat citra daerah sebagai destinasi wisata olahraga (*sport tourism*). Namun demikian, keberhasilan event tidak hanya diukur dari jumlah peserta atau cakupan internasionalnya, tetapi juga dari kualitas pengalaman peserta selama mengikuti lomba, terutama dalam aspek kualitas layanan event.

Meskipun pertumbuhan event lari menunjukkan tren positif, kenyataan di lapangan memperlihatkan bahwa peningkatan kuantitas tersebut tidak selalu diikuti oleh peningkatan dari aspek kualitas layanan, terutama dalam aspek logistik. Bagi peserta, kelancaran logistik mencerminkan profesionalitas penyelenggara dan menjadi unsur penting untuk pengalaman keseluruhan ketika mengikuti event. Akan tetapi, berbagai laporan, testimoni peserta, dan unggahan di media sosial menunjukkan masih adanya sejumlah persoalan yang mengindikasikan belum maksimalnya manajemen logistik di berbagai event marathon di Indonesia.



Gambar 1.3 Keluhan Peserta saat Pengambilan Race Pack

Sumber: TikTok (2024)

Salah satu permasalahan yang paling sering muncul berkaitan dengan distribusi race pack. Proses pengambilan perlengkapan lomba sering kali menimbulkan antrean panjang. Misalnya, pada **Gambar 1.3** dalam Milo Run 2024, sejumlah peserta mengeluhkan antrean yang sangat panjang dengan kondisi tempat pembagian race pack yang sempit (TikTok @temanfomo, 2024). Permasalahan seperti ini menunjukkan kurangnya efisiensi pada tahap pra-event, di mana seharusnya pengalaman awal peserta mencerminkan kesiapan penyelenggara dalam mengelola alur logistik secara profesional.



Gambar 1.4 Keluhan Peserta pada Water Station

Sumber: TikTok (2024)



Selain itu, penyediaan *water station* di sepanjang rute lomba juga menjadi sorotan dalam berbagai event. Pada **Gambar 1.4**, dalam ajang Lari Merdeka 2024, beberapa peserta membagikan pengalaman di media sosial bahwa titik *water station* mengalami kekurangan pasokan air, bahkan saat sudah melewati *finish line* (TikTok @sarahmoeskin, 2024). Situasi ini menunjukkan lemahnya sistem *monitoring* dan distribusi *real time* terhadap kebutuhan di lapangan. Ketidaksiapan penyelenggara dalam mengantisipasi konsumsi air pelari pada kondisi cuaca panas dapat menimbulkan risiko dehidrasi serta menurunkan persepsi peserta terhadap keandalan penyelenggara.



Gambar 1.5 Keluhan Peserta pada Penitipan Barang  
Sumber: TikTok (2024)

Permasalahan lain yang turut mencerminkan tantangan dalam aspek logistik event lari adalah pengelolaan area penitipan barang. Terlihat pada **Gambar 1.5**, dalam penyelenggaraan Milo Run 2024, salah satu peserta menuturkan bahwa ia membutuhkan waktu sekitar dua jam hanya untuk mengambil barang miliknya,

akibat sistem pengambilan yang tidak dilakukan secara berurutan oleh panitia (TikTok @rumputilalang91, 2024). Kondisi ini menimbulkan antrean panjang dan kebingungan di antara peserta dan menunjukkan bahwa pengelolaan sederhana seperti penitipan barang memiliki dampak signifikan terhadap pengalaman peserta dalam kualitas layanan event.

Aspek lain yang sering kali memunculkan keluhan adalah ketersediaan medali dan finisher kit. Medali merupakan simbol pencapaian personal bagi pelari, namun tidak sedikit event yang menghadapi kekurangan stok akibat kesalahan prediksi jumlah peserta atau adanya miskomunikasi dengan vendor. Pada **Gambar 1.6**, dalam ulasan peserta The Malang Marathon 2023, beberapa peserta yang mengikuti kategori *10k* menyampaikan kekecewaan karena medali yang habis (TikTok @cowokopian, 2023). Hal tersebut dapat menimbulkan persepsi bahwa penyelenggara kurang andal dalam menjamin kualitas layanan event secara menyeluruh.



Gambar 1.6 Keluhan Peserta Tidak Mendapat Medali

Sumber: TikTok (2023)

Selain itu, permasalahan nyata yang sering muncul dalam penyelenggaraan event lari di Indonesia adalah penataan rute yang kurang optimal sehingga menimbulkan kondisi yang tidak aman bagi pelari maupun masyarakat

sekitar. **Gambar 1.7** menjadi contoh kasus yang terlihat pada situasi di Kota Malang menunjukkan bahwa rute lari tidak sepenuhnya steril, sehingga pelari harus berbagi ruang dengan arus lalu lintas yang padat. Kondisi ini tidak hanya mengganggu konsentrasi dan kenyamanan peserta, tetapi juga menimbulkan risiko keselamatan yang serius.



Gambar 1.7 Event Lari dengan Rute yang Tidak Steril  
Sumber: TikTok (2025)

Permasalahan serupa juga terlihat pada **Gambar 1.8** dalam penyelenggaraan Standard Chartered Singapore Marathon 2025, di mana salah satu peserta membagikan pengalamannya melalui media sosial bahwa setelah melewati garis finish, tidak tersedia sistem antrian yang jelas untuk pengambilan medali maupun goodie bag (Instagram @radityami, 2025). Hal tersebut membuat peserta mengekspresikan kekecewaannya hingga menyatakan enggan mengikuti kembali marathon tersebut di masa mendatang. Situasi ini menegaskan bahwa permasalahan layanan pada event lari tidak hanya terjadi pada event skala lokal, tetapi juga pada event internasional, sehingga semakin menekankan urgensi penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan event terhadap loyalitas peserta marathon.



Gambar 1.8 Keluhan Peserta dengan Situasi Berantakan  
Sumber: Instagram (2025)

Adanya permasalahan nyata yang terjadi pada berbagai event lari di Indonesia menjadikan penelitian mengenai kualitas layanan event semakin relevan, terutama dalam konteks Mandiri Bintang Marathon 2025 yang merupakan salah satu event lari berskala besar dengan ribuan peserta. Dengan semakin tingginya minat masyarakat terhadap olahraga lari dan meningkatnya jumlah event marathon di Indonesia, penilaian terhadap bagaimana kualitas layanan event memengaruhi persepsi dan perilaku peserta menjadi semakin penting untuk dikaji secara ilmiah.

Dari sisi *research gap*, beberapa studi sebelumnya belum banyak mengintegrasikan hubungan langsung maupun tidak langsung antara kualitas layanan event (*Event Service Quality*), citra destinasi (*Destination Image*), kepuasan (*Satisfaction*), dan loyalitas (*Loyalty*) dalam satu model komprehensif, khususnya pada konteks event lari di Indonesia. Studi Chen et al. (2021) memberikan kontribusi penting dengan menunjukkan bahwa ESQ memiliki

pengaruh kuat terhadap pembentukan citra destinasi, kepuasan, dan loyalitas peserta. Persepkif ini memperluas pemahaman mengenai bagaimana pengalaman peserta selama event tidak hanya berdampak pada evaluasi event itu sendiri, tetapi juga pada persepsi mereka terhadap destinasi tempat event tersebut diselenggarakan. Namun, temuan tersebut belum banyak diuji pada konteks marathon di Indonesia yang memiliki karakteristik operasional, lingkungan, dan peserta yang berbeda dari studi internasional.

Oleh karena itu, penelitian yang berjudul “*One Marathon, One Destination*”: Peran *Event Service Quality* dalam Membangun *Destination Loyalty* dari Perspektif Peserta pada Mandiri Bintang Marathon 2025” menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini tidak hanya bertujuan menguji pengaruh langsung dan tidak langsung ESQ terhadap loyalitas peserta melalui peran mediasi Destination Image dan Satisfaction, tetapi juga memberikan pemahaman terkait bagaimana kualitas layanan event dapat menjadi faktor strategis dalam meningkatkan pengalaman peserta dan memperkuat daya tarik destinasi Bintang sebagai lokasi penyelenggaraan event olahraga berskala besar. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi penyelenggara event lari, terkhususnya untuk Mandiri Bintang Marathon dalam meningkatkan standar layanan event, sehingga mampu memberikan dampak positif bagi perkembangan event marathon di Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini berfokus pada bagaimana kualitas layanan event (*Event Service Quality*) memengaruhi citra destinasi (*Destination Image*), kepuasan peserta (*Satisfaction*), serta loyalitas peserta (*Loyalty*) pada Mandiri Bintang Marathon 2025. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Event Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Destination Image*?

2. Apakah *Event Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction*?
3. Apakah *Destination Image* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction*?
4. Apakah *Event Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Loyalty*?
5. Apakah *Destination Image* berpengaruh positif terhadap *Loyalty*?
6. Apakah *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Loyalty*?
7. Apakah *Destination Image* memediasi hubungan antara *Event Service Quality* dan *Loyalty*?
8. Apakah *Satisfaction* memediasi hubungan antara *Event Service Quality* dan *Loyalty*?
9. Apakah *Destination Image* dan *Satisfaction* secara simultan memediasi hubungan antara *Event Service Quality* terhadap *Loyalty*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh *Event Service Quality* terhadap *Destination Image*.
2. Menganalisis pengaruh *Event Service Quality* terhadap *Satisfaction*.
3. Menganalisis pengaruh *Destination Image* terhadap *Satisfaction*.
4. Menganalisis pengaruh *Event Service Quality* terhadap *Loyalty*.
5. Menganalisis pengaruh *Destination Image* terhadap *Loyalty*.
6. Menganalisis pengaruh *Satisfaction* terhadap *Loyalty*.
7. Menguji peran mediasi *Destination Image* pada hubungan antara *Event Service Quality* dan *Loyalty*.
8. Menguji peran mediasi *Satisfaction* pada hubungan antara *Event Service Quality* dan *Loyalty*.



9. Menguji peran mediasi berantai *Destination Image* dan *Satisfaction* pada hubungan antara *Event Service Quality* dan *Loyalty*.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori terkait kualitas layanan event, pariwisata olahraga, dan perilaku peserta event lari jarak jauh. Hasil penelitian memperkuat model penelitian sebelumnya (Huang et al., 2021) dengan memberikan bukti empiris baru pada konteks event marathon di Indonesia, khususnya Mandiri Bintang Marathon.

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi berbagai pihak:

a. Penyelenggara Mandiri Bintang Marathon

1. Memberikan masukan mengenai bagaimana peningkatan *Event Service Quality* dapat memperkuat *Destination Image* dan *Satisfaction*.
2. Menjadi dasar rekomendasi strategis untuk meningkatkan loyalitas peserta dan menarik lebih banyak pelari pada tahun-tahun berikutnya.

b. Industri Pariwisata dan Pemerintah Daerah

1. Menjadi rujukan dalam memahami peran event olahraga dalam membentuk citra destinasi dan mendorong kunjungan wisata.
2. Dapat mendukung strategi pengembangan *sport tourism* di wilayah Bintan.

c. Penelitian Akademik

1. Memberikan referensi penelitian pada bidang event management, logistik, dan *sport tourism*.
2. Menjadi acuan bagi mahasiswa yang ingin meneliti fenomena serupa.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar fokus dan terarah:

1. Objek penelitian terbatas pada peserta Mandiri Bintang Marathon 2025.
2. Variabel yang diteliti hanya meliputi empat variabel utama, yaitu *Event Service Quality (ESQ)*, *Destination Image (DI)*, *Satisfaction (SAT)*, dan *Loyalty (LOY)* sesuai model penelitian Huang et al. (2021).
3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner skala Likert 1-5 melalui *Google Form*.
4. Analisis data menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan SmartPLS 4.
5. Penelitian dilakukan pada satu periode event, sehingga temuan tidak menggambarkan perubahan persepsi peserta dari tahun ke tahun.
6. Responden adalah peserta yang telah menyelesaikan event, sehingga hasil penelitian tidak mencakup pengalaman peserta yang tidak hadir atau tidak menyelesaikan lomba.

## **1.6 Sistemika Penelitian**

Sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan penelitian, dan sistematika penulisan

### **Bab II Landasan Teori**

Bab ini menjelaskan teori-teori yang relevan, penelitian terhadulu, model penelitian, serta hipotesis penelitian.

### **Bab III Metodologi Penelitian**

Bab ini memaparkan desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, serta teknik analisis data menggunakan PLS-SEM.

### **Bab IV Hasil dan Pembahasan**

Bab ini berisi deskripsi responden, hasil analisis data (*outer* dan *inner model*), penugjian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

### **Bab V Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan penelitian berdasarkan temuan empiris, saran praktis bagi penyelenggara event, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

