

Pengaruh *Perceived Value* dan *Event Quality* terhadap *Revisit Intention* dengan *Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi: Studi pada *Event Car Free Day*

Puput Lestari, Yulyanti Fahrana, Ahmadi, Harry Setiawan, Wenny Pebrianti

Faculty of Economics and Business, Universitas Tanjungpura, Indonesia

b1021221158@student.ac.id

ABSTRACT

Car Free Day (CFD) has transformed into a strategic public space that not only encourages a healthy lifestyle but also becomes a massive socio-economic recreation arena. However, high visitor numbers do not guarantee the sustainability of the event, indicating challenges in managing the quality of the experience to build long-term loyalty. This study aims to analyze the influence of Event Quality and Perceived Value on the Revisit Intention of CFD visitors in Indonesia, with Satisfaction as a mediating variable. The research method uses a causal quantitative approach. Data were collected from 220 CFD visitors in various cities in Indonesia and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The theoretical contribution of this study strengthens the Stimulus-Organism-Response (SOR) paradigm by proving that the variables Perceived Value and Event Quality act as stimuli that significantly influence visitors' internal conditions (Satisfaction) to produce a behavioral response in the form of Revisit Intention. The practical contribution of this study provides input for CFD managers to prioritize improving the quality of event attributes and functional value to create sustainable visitor satisfaction. The results of this study indicate that satisfaction plays a central role in mediating the relationship between quality and value attributes and revisit intention.

Keywords: *Revisit intention, Satisfaction, Event quality, Perceived value, Car Free Day*

ABSTRAK

Car Free Day (CFD) telah bertransformasi menjadi ruang publik strategis yang tidak hanya mendorong gaya hidup sehat, tetapi juga menjadi arena rekreasi sosial-ekonomi masif. Meskipun demikian, tingginya angka kunjungan tidak menjamin keberlanjutan event, yang mengindikasikan adanya tantangan dalam mengelola kualitas pengalaman untuk membangun loyalitas jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Event Quality dan Perceived Value terhadap Revisit Intention pengunjung CFD di Indonesia, dengan Satisfaction sebagai variabel mediasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif kausal. Data dikumpulkan dari 220 pengunjung CFD di berbagai kota di Indonesia dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Kontribusi teoritis penelitian ini memperkuat paradigma Stimulus-Organism-Response (SOR) dengan membuktikan bahwa variable Perceived Value dan Event Quality bertindak sebagai stimuli yang secara signifikan memengaruhi kondisi internal pengunjung (Satisfaction) untuk menghasilkan respon perilaku berupa Revisit Intention. Kontribusi praktis penelitian ini memberikan masukan bagi pengelola CFD untuk memprioritaskan peningkatan kualitas atribut acara dan nilai fungsional guna menciptakan kepuasan pengunjung yang

berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan memiliki peran sentral dalam memediasi hubungan antara atribut kualitas dan nilai terhadap niat berkunjung kembali

Kata Kunci: Niat berkunjung kembali, Kepuasan, Kualitas event, Nilai yang dirasakan, Car Free Day

PENDAHULUAN

Di era ekonomi pengalaman (*experience economy*), perilaku konsumen tidak lagi berorientasi semata pada produk atau jasa, melainkan pada pengalaman otentik yang berkesan (Joseph & Gilmore, n.d.). Kawasan perkotaan masa kini merespons dinamika tersebut dengan menghadirkan fasilitas umum yang multifungsi. Ruang tersebut tidak lagi sekadar infrastruktur fisik, melainkan telah menjadi wadah bagi warga untuk menjalin hubungan sosial dan menunjukkan identitas kelompok mereka (Qi et al., 2024). Ruang publik ini kemudian dimanfaatkan sebagai platform *event marketing* yang membangun koneksi emosional, di mana *event* komunitas telah menjadi instrumen strategis (Díez-Pisonero, 2025). Tujuannya adalah untuk meningkatkan citra destinasi (Kuci, 2021), memperkuat kohesi sosial, serta mendorong kualitas hidup masyarakat (Qi et al., 2024).

Fenomena ini dapat dilihat dari keberadaan penyelenggaraan *Car Free Day* di Indonesia. Program ini pertama kali dilembagakan secara resmi melalui Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 119 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Hari Bebas Kendaraan Bermotor (HBKB), yang kemudian diperbarui dengan Peraturan Gubernur Nomor 12 Tahun 2016 (Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 2016). Data dari Dinas Perhubungan DKI Jakarta mencatat bahwa sebanyak 89.587 warga menghadiri 32 lokasi CFD di Jakarta hanya dalam satu hari (Tempo, 2020), menandakan bahwa CFD bukan lagi sekadar kebijakan lingkungan, melainkan telah bertransformasi menjadi *urban recreation movement* berskala nasional yang mampu menarik puluhan ribu peserta secara serentak (Tirto.id, 2024).

Fenomena nasional tersebut juga tereplikasi kuat di tingkat lokal, termasuk di Kota Pontianak. CFD Pontianak telah menjadi agenda mingguan yang sangat diminati masyarakat dan berfungsi sebagai pusat rekreasi, aktivitas olahraga, serta ajang promosi usaha mikro. Data menunjukkan bahwa kawasan CFD Pontianak mampu menarik lebih dari 30.000 pengunjung setiap akhir pekan. Besarnya angka kunjungan ini menegaskan bahwa CFD Pontianak memiliki peran penting sebagai ruang publik sekaligus sarana hiburan alternatif bagi warga kota. Menurut Pontianak Post (Post, 2025).

Selain berperan sebagai ruang rekreasi dan interaksi sosial, CFD juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan. Di berbagai daerah, kegiatan mingguan ini menjadi penggerak ekonomi mikro yang melibatkan ratusan pelaku UMKM. Sebagai contoh, di Banyuwangi, Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan (Diskop UMP) melaporkan bahwa dari sekitar 222 pelapak yang berpartisipasi, perputaran uang mencapai Rp75 juta hanya dalam empat jam penyelenggaraan

CFD setiap hari Minggu (Kompas.com, 2025). Di Cilacap, kegiatan CFD menghasilkan perputaran uang sekitar Rp600 juta per pekan, menjadi salah satu penggerak utama geliat ekonomi lokal (Banyumasekspres.id, 2025). Sementara itu, laporan dari Tasikmalaya menunjukkan nilai transaksi mencapai Rp400 juta per pekan (Kilangbara.com, 2021) dan di Tulungagung perputaran ekonomi mingguan mencapai Rp325–400 juta (Harian-news.com, 2025). Fenomena serupa juga terjadi di Pontianak, di mana kegiatan CFD menjadi wadah produktif bagi masyarakat untuk berolahraga sekaligus beraktivitas ekonomi. Sebagaimana diberitakan oleh *Mirror Pontianak*, CFD menjadi ruang publik yang produktif. Selain untuk aktivitas fisik seperti olahraga, juga mendorong perputaran ekonomi lewat lapak-lapak UMKM (Mirrorpontianak.com, 2025).

Selain aspek ekonomi, berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa CFD memiliki fungsi sosial dan kesehatan yang penting bagi masyarakat. Studi di Klaten menunjukkan bahwa CFD bukan hanya soal ‘bebas kendaraan’, namun juga sebagai sarana publik yang memiliki fungsi dalam kehidupan social, ekonomi, dan fisik bagi warga kota. Dari perspektif pembangunan berkelanjutan, CFD dipandang sebagai bagian dari penguatan kota yang sehat dan interaktif (Proklamlatu & Nurul Hidayati, 2021). Di Pesisir Selatan (Sumatera Barat), kegiatan CFD bahkan dimanfaatkan sebagai sarana promosi kesehatan masyarakat. Pihak pemerintah daerah mencatat antusiasme ratusan masyarakat yang mengikuti pemeriksaan kesehatan gratis yang diselenggarakan saat kegiatan CFD, membuktikan bahwa CFD berperan dalam mempromosikan pola hidup sehat dan interaksi antarwarga. (Pesisirselatankab.go.id, 2025).

Namun, di sisi lain, berbagai studi juga menemukan bahwa implementasi CFD di beberapa daerah masih menghadapi tantangan dari sisi efektivitas dan kualitas pengalaman pengunjung. Penelitian di Pekanbaru menunjukkan bahwa 64% pengunjung menganggap CFD hanya sebagai aktivitas urban baru, dan hampir 90% masih menggunakan kendaraan pribadi untuk datang ke lokasi, sementara pengelolaan parkir dan sampah menjadi permasalahan utama (Wahyudi et al., 2024). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun jumlah pengunjung tinggi, kualitas pengalaman dan keberlanjutan event masih perlu ditingkatkan.

Konteks serupa juga terlihat di Gianyar (Bali), di mana CFD digunakan sebagai media untuk mendukung konsep “kota sehat” dan optimalisasi ruang publik perkotaan. Penelitian menunjukkan bahwa *event* hal ini tidak hanya berpengaruh pada aktivitas fisik masyarakat, namun juga pada citra kota dan tingkat partisipasi publik dalam kegiatan sosial (Wahyuningtiyas et al., 2024).

Meskipun demikian, keberhasilan menarik ribuan pengunjung justru menghadirkan tantangan keberlanjutan tersendiri. Dalam manajemen *event*, jumlah pengunjung yang tinggi bukanlah jaminan keberhasilan jangka panjang. Tantangan terbesar justru terletak pada kemampuan penyelenggara menjaga loyalitas pengunjung agar terus datang kembali. Jika ribuan pengunjung tersebut tidak merasa puas, mereka dapat dengan mudah beralih ke alternatif rekreasi lain,

dan *event* ini berisiko kehilangan relevansinya.

Beberapa fenomena empiris memperkuat potensi masalah tersebut. Berdasarkan laporan *RRI Jayapura* (2025) (Rri.co.id, 2025), pengunjung CFD mengeluhkan minimnya fasilitas kebersihan dan tempat pembuangan sampah, yang menurunkan kenyamanan selama beraktivitas. Di Pontianak sendiri, (Mimbaruntan.com, 2024) melaporkan bahwa kegiatan CFD mengalami perubahan lokasi dari kawasan Jalan Letkol Sugiono ke GOR Pangsuma hingga Jalan Ahmad Yani, yang menimbulkan tantangan baru bagi pedagang dan pengunjung lama. Beberapa pelaku UMKM menyebut pendapatan menurun karena pelanggan lama kesulitan menemukan lokasi baru, sementara sebagian pengunjung menilai lokasi baru lebih nyaman, bersih, dan tertata. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi nilai (*perceived value*) dan kepuasan pengunjung (*satisfaction*) dapat dipengaruhi oleh dinamika tata kelola dan kondisi penyelenggaraan event. Selain itu, faktor eksternal seperti kabut asap yang beberapa kali menyelimuti Pontianak juga berdampak pada kenyamanan dan partisipasi masyarakat (Pontianakinfo.disway.id, 2024). Temuan-temuan ini memperlihatkan bahwa kualitas pengalaman (*event quality*) dan kepuasan pengunjung (*satisfaction*) dalam kegiatan CFD masih menghadapi tantangan nyata yang perlu mendapat perhatian.

Berdasarkan konteks tersebut riset ini berfokus pada dua variabel utama, yakni *Perceived Value* (X1) dan *Event Quality* (X2), yang diasumsikan membentuk *Satisfaction* (M) pengunjung, serta dampaknya terhadap *Revisit Intention* (Y) atau niat untuk kembali berkunjung. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dalam bidang manajemen *event* dan praktis bagi pengelola CFD seluruh Indonesia untuk meningkatkan kualitas pengalaman dan keberlanjutan event di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-eksplanatori yang bertujuan menganalisis dampak *Perceived Value* (X1) dan *Event Quality* (X2) terhadap *Revisit Intention* (Y), dengan *Satisfaction* (M) sebagai mediasi. Penelitian dilaksanakan pada kegiatan *Car Free Day* (CFD) selama periode September hingga November 2025. Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung CFD. Mengingat tidak adanya daftar pengunjung yang pasti (*sampling frame*) dan jumlah pengunjung yang fluktuatif serta sangat besar, populasi ini dikategorikan sebagai populasi tak terhingga (*infinite population*) (Schindler, 2022). Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu pengunjung CFD.

Karena populasi bersifat tak terhingga, penentuan jumlah sampel tidak dapat menggunakan rumus Slovin. Dalam menetapkan ukuran sampel untuk analisis SEM-PLS, penelitian ini mengikuti pedoman (Hair et al., 2021b) yang menekankan pada rasio sepuluh kali lipat dari jumlah hubungan atau indikator yang paling kompleks dalam model penelitian. Dengan mempertimbangkan kompleksitas model (5 hipotesis) dan untuk memastikan *power* statistik yang

memadai, ditetapkan jumlah sampel target sebanyak 220 responden. Jumlah ini dipandang sangat memadai untuk analisis *path modelling* yang stabil. Teknik sampling menggunakan purposive sampling (Schindler, 2022) dengan kriteria: (1) responden pernah mengunjungi CFD dan (2) responden berusia minimal 16 tahun.

Penelitian ini mengumpulkan data melalui sumber primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan menyebarkan kuesioner terstruktur melalui strategi ganda: pendekatan luring (*offline*) dengan menemui responden secara langsung di lokasi CFD, serta pendekatan daring (*online*) via *Google Form* yang disebarluaskan melalui media sosial. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan literatur relevan. Instrumen penelitian diadaptasi dari literatur terdahulu, di antaranya indikator *Perceived Value* dan *Revisit Intention* dari (Yen, 2020), serta *Event Quality* dan *Satisfaction* dari (Liu et al., 2024) dan (Armbrecht, 2021). Pengukuran setiap item pernyataan menggunakan skala Likert berskala lima, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Instrumen akan diuji coba terlebih dahulu (studi pendahuluan) untuk memastikan validitas dan reliabilitas (Schindler, 2022).

Teknik analisis data utama yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS), dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuannya yang prediktif dan kemampuannya menangani model yang kompleks (menguji efek mediasi) tanpa harus memenuhi asumsi normalitas data yang ketat (Hair et al., 2021b). Analisis akan dilakukan melalui tiga tahap utama: (1) analisis deskriptif profil responden, (2) evaluasi *outer model* untuk menguji validitas (konvergen dan diskriminan) dan reliabilitas (Cronbach's Alpha dan *composite reliability*), serta (3) evaluasi *inner model*, sekaligus pengujian hipotesis (H1-H5) melalui prosedur *bootstrapping* untuk menguji signifikansi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung (mediasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden

Analisis profil responden untuk survei ini didasarkan pada demografi berikut:

Table 4.1. Karakteristik Responden

Demografi	Item	F	%
Jenis kelamin	Laki-laki	80	36,4%
	Perempuan	140	63,6%
	Jumlah	220	100%
Umur	16 - 20 Tahun	50	22,7%
	21 - 29 Tahun	158	71,8%
	> 29 Tahun	12	5,5%

Pekerjaan	Jumlah	220	100%
	Pelajar/Mahasiswa	151	68,6%
	Aparatur Sipil Negara (ASN/PNS)	26	11,8%
	Karyawan Swasta	16	7,3%
	Wiraswasta	10	4,5%
	Ibu Rumah Tangga	8	3,6%
	Lainnya	9	4,1%
	Jumlah	220	100%

Sumber: Diolah peneliti.

Berdasarkan data pada Tabel 4.1, jumlah keseluruhan responden yang terlibat dalam penelitian ini melalui pengisian *Google Form* berjumlah 220 orang. Partisipan dalam survei ini didominasi oleh kaum perempuan yang mencakup hampir 63,6% dari total 140 responden, sementara sisanya merupakan laki-laki. Ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pengunjung perempuan dalam kegiatan CFD jauh lebih mendominasi dibandingkan laki-laki.

Dari segi usia, distribusi responden terkonsentrasi pada kelompok usia produktif. Sebagian besar responden berada pada rentang usia 21–29 tahun dengan jumlah 158 orang (71,8%), disusul oleh kelompok usia 16–20 tahun sebanyak 50 orang (22,7%), dan kelompok usia di atas 29 tahun sebanyak 12 orang (5,5%). Berdasarkan profil pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa secara umum pengunjung CFD didominasi oleh kalangan pelajar atau mahasiswa.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan bahwa penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, pengujian dilakukan menggunakan SEM-PLS melalui dua tahapan, yakni uji model pengukuran dan uji model struktural.

Table 4.2. Convergent Validity

Nama variabel	Item	Convergent Validity	
		Loading factor	AVE Value
Perceived Value	Saya merasa senang dan gembira selama berada di CFD.	0.804	0.618
	Berada di CFD memberi saya pengalaman yang menyenangkan.	0.772	
	Suasana di CFD membuat <i>mood</i> saya menjadi lebih baik.	0.782	
	Manfaat olahraga yang saya dapat sangat sepadan dengan waktu yang saya luangkan.	0.703	

	Manfaat rekreasi yang saya dapat sangat sepadan dengan waktu yang saya luangkan.	0.850	
	Manfaat yang saya dapat sepadan dengan tenaga yang saya keluarkan untuk datang ke CFD.	0.842	
	CFD adalah pilihan rekreasi yang sangat bernilai (<i>worth it</i>) bagi saya.	0.738	
Event Quality	Area CFD secara umum bersih dari sampah.	0.714	0.568
	Tata letak (layout) pedagang dan area pejalan kaki tertata rapi.	0.742	
	Fasilitas pendukung (seperti tempat sampah) tersedia dan memadai.	0.715	
	Interaksi saya dengan pengunjung lain di CFD terasa positif dan ramah.	0.738	
	Saya merasa aman dan nyaman beraktivitas di tengah keramaian CFD.	0.805	
	Petugas (misal: Dishub/Satpol PP) di lokasi bersikap membantu dan profesional.	0.787	
	Kegiatan/acara (misal: senam, musik) yang ada di CFD menarik dan menghibur.	0.763	
	Pengalaman utama (olahraga/jalan santai) di CFD sangat berkualitas.	0.759	
Satisfaction	Secara keseluruhan, saya sangat puas dengan kunjungan saya ke CFD.	0.867	0.670
	Saya merasa senang dengan pengalaman saya di CFD hari ini.	0.825	
	Saya puas dengan penyelenggaraan CFD saat ini.	0.797	
	Pengalaman saya di CFD sesuai dengan apa yang saya harapkan.	0.828	
	Kunjungan saya ke CFD memenuhi kebutuhan saya akan rekreasi/olahraga.	0.807	
	Kualitas CFD ini setidaknya sebagus yang saya bayangkan.	0.798	
	Saya merasa telah membuat keputusan yang tepat dengan datang ke CFD.	0.843	
	Dibandingkan alternatif lain, datang ke CFD adalah pilihan yang lebih baik.	0.786	
	Saya tidak menyesal meluangkan waktu saya untuk mengunjungi CFD.	0.815	
Revisit Intention	Saya berniat untuk mengunjungi CFD lagi di akhir-akhir pekan berikutnya.	0.904	0.777
	Saya akan menjadikan CFD sebagai kegiatan rutin saya.	0.870	

	Kemungkinan besar saya akan kembali lagi ke CFD di masa mendatang.	0.870	
--	--	-------	--

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 4 oleh pemilik penelitian.

Berdasarkan dari hasil analisis pada Tabel 4.2, seluruh indikator penelitian memiliki nilai *loading factor* antara 0,703 hingga 0,904. Sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh (Hair et al., 2021a), angka di atas 0,708 dianggap sebagai standar optimal karena mencerminkan kemampuan indikator dalam merepresentasikan mayoritas varians konstraknya. Dalam riset ini, peneliti tetap menyertakan indikator dengan nilai 0,703 karena nilai tersebut masih berada di ambang batas yang dapat diterima dan perolehan *Average Variance Extracted* (AVE) masih berada di atas batas minimal 0,50, sehingga validitas konvergen tetap terjaga. Dengan rentang AVE sebesar 0,568 hingga 0,777, dapat disimpulkan bahwasanya setiap variabel dalam penelitian ini sudah valid secara konvergen.”

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis diuji agar dapat menilai hubungan antar variabel laten dalam model struktural menggunakan metode *bootstrapping* pada SmartPLS 4. Menurut (Hair et al., 2021a), prosedur ini digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari koefisien jalur melalui nilai *t-value* dan *p-value*.

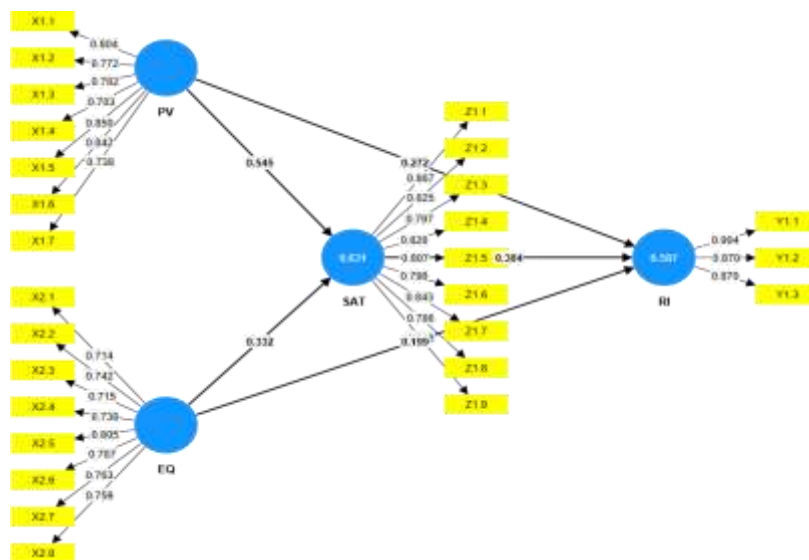


Figure 4.1. Pengujian Model Penelitian

“Gambar 4.1 menyajikan hasil pengujian model struktural yang mengilustrasikan hubungan antarvariabel laten dalam penelitian ini. Nilai dari koefisien jalur (*path coefficient*) menunjukkan arah maupun kekuatan pengaruh antar konstruk, di mana *Perceived Value* (PV) terhadap *Satisfaction* (SAT) memiliki koefisien

sebesar 0,545, dan *Event Quality* (EQ) terhadap *Satisfaction* (SAT) sebesar 0,332. Pengaruh pada jalur lainnya menunjukkan bahwa *Perceived Value* (PV) terhadap *Revisit Intention* (RI) memiliki nilai sebesar 0,272, sementara *Event Quality* (EQ) terhadap *Revisit Intention* (RI) sebesar 0,199.

Pengaruh yang signifikan juga ditemukan pada hubungan antara *Satisfaction* (SAT) terhadap *Revisit Intention* (RI) dengan nilai koefisien jalur mencapai 0,384. Hasil ini mempertegas bahwa kualitas pengalaman dan nilai yang dirasakan responden merupakan pendorong utama terciptanya kepuasan yang berujung pada niat kunjungan kembali di event *Car Free Day*. Penjelasan ini didukung oleh nilai *R-Square* yang tertera di dalam lingkaran variabel, yaitu 0,631 untuk *Satisfaction* dan 0,587 untuk *Revisit Intention*."

Tabel 4.3 Discriminant Validity – Cross Loadings

	PV	EQ	SAT	RI
X1.1	0.804	0.468	0.622	0.591
X1.2	0.772	0.425	0.569	0.539
X1.3	0.782	0.470	0.570	0.539
X1.4	0.703	0.423	0.476	0.435
X1.5	0.850	0.533	0.635	0.564
X1.6	0.842	0.524	0.634	0.564
X1.7	0.738	0.543	0.604	0.509
X2.1	0.368	0.714	0.420	0.359
X2.2	0.379	0.742	0.453	0.423
X2.3	0.366	0.715	0.411	0.338
X2.4	0.441	0.738	0.490	0.451
X2.5	0.574	0.805	0.562	0.504
X2.6	0.472	0.787	0.481	0.443
X2.7	0.450	0.763	0.498	0.517
X2.8	0.584	0.759	0.640	0.628
Z1.1	0.637	0.571	0.867	0.616
Z1.2	0.627	0.563	0.825	0.572
Z1.3	0.531	0.518	0.797	0.551
Z1.4	0.598	0.558	0.828	0.542
Z1.5	0.628	0.541	0.807	0.563
Z1.6	0.585	0.545	0.798	0.530
Z1.7	0.619	0.509	0.843	0.630
Z1.8	0.675	0.627	0.786	0.670
Z1.9	0.609	0.482	0.815	0.621
Y1.1	0.614	0.550	0.617	0.904
Y1.2	0.610	0.593	0.657	0.870
Y1.3	0.581	0.504	0.632	0.870

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 4 oleh pemilik penelitian

Berdasarkan hasil pengujian dari *cross loading* yang disajikan pada Tabel 4.3, seluruh indikatornya memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk yang diukurnya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lain, sehingga indikator-indikator tersebut memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan dalam evaluasi model pengukuran. Indikator *Perceived Value* (X1.1–X1.7) memiliki nilai *loading* antara 0,703 hingga 0,850, sedangkan *Experience Quality* (X2.1–X2.8) berada pada kisaran 0,714–0,805. Selanjutnya, indikator *Satisfaction* (Z1.1–Z1.9) menunjukkan nilai *loading* sebesar 0,759–0,867, sementara indikator *Revisit Intention* (Y1.1–Y1.3) berada pada rentang 0,815–0,904.

Tabel 4.4. Discriminant Validity - Fornell Lacker

	Perceived Value	Event Quality	Satisfaction	Revisit Intention
Perceived Value	0,786			
Event Quality	0,617	0,754		
Satisfaction	0,750	0,669	0,819	
Revisit Intention	0,683	0,624	0,722	0,881

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 4 oleh pemilik penelitian

Berdasarkan hasil pengujian nilai akar kuadrat AVE (*square root of AVE*) yang terletak pada posisi diagonal (*Perceived Value* = 0,786; *Experience Quality* = 0,754; *Satisfaction* = 0,819; *Revisit Intention* = 0,881) menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk di luar diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki korelasi yang lebih kuat dengan indikator-indikatornya sendiri daripada dengan konstruk lain dalam model, sehingga kriteria Fornell–Larcker terpenuhi dan validitas diskriminan dalam model penelitian dinyatakan memadai sesuai rekomendasi (Hair et al., 2021a).

Table 4.5. Hasil Discriminant validity (HTMT)

Nama Variabel	Nomor item	Discriminant validity (HTMT)			
		Perceived Value	Event Quality	Satisfaction	Revisit Intention
Perceived Value	7				
Event Quality	9	0,673			
Satisfaction	9	0,813	0,714		
Revisit Intention	3	0,777	0,693	0,801	

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 4 oleh pemilik penelitian.

Untuk memastikan bahwa setiap variabelnya benar-benar berbeda antara satu dengan lainnya, dilakukan uji validitas diskriminan menggunakan nilai *Heterotrait-monotrait ratio* (HTMT). Hasil pengujian membuktikan bahwa seluruh nilai HTMT

berada di bawah 0,90. Sebagai contoh, hubungan antara *Event Quality* dan *Perceived Value* hanya sebesar 0,673, hubungan antara *Perceived Value* dan *Satisfaction* sebesar 0,813, serta hubungan antara *Satisfaction* dan *Revisit Intention* sebesar 0,801. Karena seluruh nilai tersebut berada di bawah ambang batas 0,90 yang disarankan oleh (Hair et al., 2021a), maka dapat dipastikan tidak ada tumpang tindih antar variabel dan masing-masing memiliki konsep yang unik serta jelas secara empiris.

Table 4.6. Hasil Reliabilitas

Variables	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Perceived Value	0.896	0.900
Event Quality	0.892	0.901
Satisfaction	0.938	0.939
Revisit Intention	0.856	0.857

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 4 oleh pemilik penelitian.

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.6, semua konstruk dalam penelitian ini menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Nilai Cronbach's Alpha tercatat berada pada rentang 0,856 hingga 0,938, sementara nilai Composite Reliability berada pada kisaran 0,857 hingga 0,939. Capaian angka tersebut secara konsisten telah melampaui ambang batas minimum sebesar 0,70 yang disyaratkan dalam analisis model pengukuran.

Merujuk pada kriteria (Hair et al., 2021a) nilai reliabilitas yang melampaui 0,70 mengindikasikan bahwa setiap konstruk memiliki reliabilitas yang memadai untuk menjelaskan variabel latennya. Dalam konteks penelitian perilaku konsumen, nilai yang berada pada rentang 0,80 hingga 0,90 dikategorikan sebagai hasil yang sangat memuaskan (*advanced stage*). Penggunaan *Composite Reliability* diutamakan dalam evaluasi ini karena kemampuannya memberikan estimasi yang lebih presisi dan tidak bias dibandingkan *Cronbach's Alpha*.

Dengan terpenuhinya seluruh kriteria reliabilitas pada variabel *Perceived Value* (0,900), *Event Quality* (0,901), *Satisfaction* (0,939), dan *Revisit Intention* (0,857), maka model pengukuran ini dinyatakan reliabel dan valid untuk dilanjutkan ke tahap pengujian model struktural (*inner model*).

Table 4.7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

	R Square	R Square Adjusted
Revisit Intention	0.587	0.582
Satisfaction	0.631	0.628

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 4 oleh pemilik penelitian.

“Berdasarkan hasil pada Tabel 4.7, evaluasi model struktural dalam penelitian ini diukur melalui nilai *Adjusted R Square* untuk memperoleh hasil estimasi yang lebih akurat dan terkoreksi. Variabel *Satisfaction* memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,628, yang mengindikasikan bahwa sebesar 62,8% varians dalam *Satisfaction* dapat dijelaskan oleh konstruk independen dalam model ini. Merujuk pada kriteria (Hair et al., 2021a), nilai tersebut dikategorikan sebagai moderat menuju kuat. Sementara itu, variabel *Revisit Intention* memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,582, yang menunjukkan bahwa sebesar 58,2% variansnya dijelaskan melalui variabel-variabel yang mempengaruhinya, dan nilai ini termasuk dalam kategori moderat. Penggunaan nilai *Adjusted R Square* ini membuktikan bahwa model memiliki akurasi prediksi yang baik dan tetap stabil meskipun jumlah prediktor telah diperhitungkan dalam analisis.”

Table 4.8. Hasil Uji Koefisien Jalur

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Result
EQ -> RI	0.199	0.198	0.079	2.536	0.011	Supported
EQ-> SAT	0.332	0.333	0.066	5.010	0.000	Supported
PV -> RI	0.272	0.268	0.081	3.341	0.001	Supported
PV ->SAT	0.545	0.545	0.062	8.842	0.000	Supported
SAT-> RI	0.384	0.390	0.082	4.690	0.000	Supported

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 4 oleh pemilik penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.8, seluruh jalur pengaruh langsung (*direct effects*) antar variabel dalam model penelitian ini terbukti signifikan dengan nilai *p-values* di bawah 0,05. *Event Quality* (EQ) secara positif dan signifikan memengaruhi *Revisit Intention* (RI) dengan nilai $b = 0,199$; $t = 2,536$; dan $p = 0,011$. Pengaruh *Event Quality* (EQ) terhadap *Satisfaction* (SAT) juga terbukti signifikan dengan nilai $b = 0,332$; $t = 5,010$; dan $p = 0,000$. Begitu pula dengan *Perceived Value* (PV) yang menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap *Revisit Intention* (RI) ($b = 0,272$; $t = 3,341$; $p = 0,001$) serta terhadap *Satisfaction* (SAT) ($b = 0,545$; $t = 8,842$;

$p = 0,000$). Di sisi lain, *Satisfaction* (SAT) terbukti memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap *Revisit Intention* (RI) dengan nilai $b = 0,384$; $t = 4,690$; dan $p = 0,000$.

Merujuk pada (Hair et al., 2021a) signifikansi statistik dalam analisis model struktural ditentukan melalui prosedur *bootstrapping*, di mana hubungan dianggap signifikan apabila nilai t-statistik melampaui 1,96 dan *p-value* berada di bawah 0,05 untuk tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan kriteria tersebut, seluruh hipotesis pengaruh langsung yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan terverifikasi dan didukung oleh data empiris (*supported*).

Table 4.9. Hasil Uji Efek Tidak Langsung Spesifik

	Original Sample Mean	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Value	Result
EQ -> SAT -> RI	0.128	0.130	0.038	3.390	0.001	Supported
PV -> SAT -> RI	0.209	0.213	0.052	4.048	0.000	Supported

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 4 oleh pemilik penelitian.

Pada Tabel 4.9, variabel *Satisfaction* (SAT) terbukti memediasi hubungan antara *Event Quality* (EQ) dan *Perceived Value* (PV) terhadap *Revisit Intention* (RI). Efek mediasi *Event Quality* terhadap *Revisit Intention* melalui *Satisfaction* menunjukkan nilai koefisien sejumlah 0,128 dengan t-statistik 3,390 dan *p-value* 0,001, yang mengindikasikan adanya pengaruh tidak langsung yang signifikan. Sementara itu, pengaruh *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* melalui *Satisfaction* menunjukkan efek mediasi dengan nilai koefisien sejumlah 0,209, t-statistik 4,048, dan *p-value* 0,000.

Merujuk pada (Hair et al., 2021a) efek mediasi dinyatakan signifikan apabila hasil *bootstrapping* menunjukkan nilai t-statistik melampaui 1,96 dan *p-value* berada di bawah ambang batas 0,05. Oleh karena itu, seluruh hubungan mediasi dalam model penelitian ini dinyatakan terdukung (*supported*). Hasil ini menegaskan bahwa *Satisfaction* memainkan peran sentral sebagai variabel antara yang menghubungkan pengalaman pengunjung (*Event Quality dan Perceived Value*) dengan keinginan mereka untuk berkunjung kembali pada *event Car Free Day*.

Pembahasan

Melalui pengujian hipotesis pertama, ditemukan bukti bahwa *Perceived Value* memegang peranan krusial sebagai determinan positif bagi kepuasan partisipan di arena CFD. Temuan ini memperkuat studi terdahulu oleh (Yen, 2020) yang menyatakan bahwa individu cenderung memberikan penilaian lebih baik saat merasakan adanya keseimbangan antara manfaat emosional dan fungsional. Studi oleh (Ngian, 2025) juga menegaskan bahwa pengalaman menikmati manfaat dan kesenangan (*benefits and enjoyment*) merupakan komponen inti yang mendorong kepuasan. Dalam kasus CFD,

pengunjung merasakan nilai positif ketika manfaat yang mereka peroleh seperti kenyamanan berolahraga di ruang terbuka dan interaksi sosial melebihi pengorbanan waktu maupun tenaga. Oleh karena itu, *Perceived Value* terbukti sebagai sumber evaluasi kognitif yang mendahului munculnya kepuasan pengunjung.

Untuk hipotesis kedua, tingkat kepuasan pengunjung telah dipengaruhi secara positif oleh dampak *Event Quality*. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas *event* yang diukur melalui aspek lingkungan fisik dan kualitas interaksi mengarah pada tingkat kepuasan yang lebih tinggi (Armbrecht, 2021). Dalam konteks CFD, kebersihan area, tata letak UMKM yang terorganisir, serta keamanan lingkungan adalah sumber yang paling diperhatikan oleh pengunjung. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sari et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas lingkungan fisik dan pelayanan dalam sebuah acara merupakan stimulan utama yang menentukan tingkat kepuasan emosional pengunjung. Senada dengan hal tersebut,

Dalam hipotesis ketiga, *Satisfaction* menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan terhadap *Revisit Intention*, menjadikannya prediktor terkuat dalam model penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi dalam *event* publik bukan sekadar tindakan fungsional, tetapi juga memiliki aspek simbolik dan identitas sosial pengunjung (Yen, 2020). Fenomena ini mengonfirmasi argumen (Utomo, 2024) bahwa kepuasan bukan sekadar pemenuhan harapan, melainkan pembentuk memori positif yang menjadi pemicu utama niat berkunjung kembali di masa depan. Hal ini juga didukung oleh temuan (Eviana, 2025) yang menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan memiliki korelasi linear yang kuat terhadap loyalitas perilaku agar mengunjungi kembali destinasi yang sama.

Selanjutnya, hasil pengujian pada hipotesis keempat menunjukkan bahwa *Perceived Value* mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *Revisit Intention*. Temuan ini didukung oleh penelitian (Al., 2022) yang menyatakan bahwa nilai yang dirasakan merupakan prediktor kuat dalam menentukan niat perilaku jangka panjang. Senada dengan hal tersebut, (Utomo, 2024) menjelaskan bahwa nilai fungsional dan emosional yang tinggi memberikan alasan rasional bagi pengunjung untuk menjadikan sebuah destinasi sebagai pilihan kunjungan rutin.

Demikian pula pada hipotesis kelima, ditemukan bahwa *Event Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* pengunjung. Kualitas penyelenggaraan yang mencakup kebersihan, keamanan, dan pengaturan zonasi yang baik memberikan kesan profesionalisme penyelenggara yang meningkatkan kepercayaan pengunjung untuk hadir kembali. Hasil ini konsisten dengan studi (Liu et al., 2024) yang menekankan bahwa atribut kualitas acara yang superior bertindak sebagai stimulus yang secara langsung menggerakkan respon perilaku berupa loyalitas. Selain itu, (Utomo, 2024) juga membuktikan bahwa kualitas acara yang terjaga dengan baik menjadi daya tarik utama bagi masyarakat untuk berkomitmen melakukan kunjungan ulang secara berkelanjutan pada *event-event* publik serupa.

Untuk hipotesis keenam, hasil analisis mediasi mengungkapkan bahwa *Satisfaction* merupakan mediator yang signifikan pada hubungan antara *Perceived Value* dan *Revisit Intention*. Bukti ini sesuai dengan penelitian (Yen, 2020) yang

menemukan bahwa nilai yang dirasakan memengaruhi niat perilaku melalui pembentukan kepuasan. Merujuk pada (Hair et al., 2021b), mediasi ini menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan pengunjung tidak secara otomatis berubah menjadi niat kembali, melainkan harus diproses terlebih dahulu melalui perasaan puas. Oleh karena itu, *Perceived Value* bukanlah faktor langsung tunggal, tetapi proses pembentukan kepuasan memediasi hubungan tersebut.

Terakhir, pada hipotesis ketujuh, *Satisfaction* juga secara signifikan memediasi dampak *Event Quality* terhadap niat berkunjung kembali. Adopsi kualitas *event* sebagai stimulus utama mengarah pada pembentukan kepuasan, yang kemudian menghasilkan niat perilaku (Liu et al., 2024);(Armbrecht, 2021). Dalam kasus CFD di Indonesia, pengunjung kemungkinan besar akan mengembangkan niat untuk kembali setelah merasakan kualitas fasilitas dan layanan yang memuaskan selama acara berlangsung. Hal ini mengonfirmasi bahwa kepuasan adalah "jembatan" krusial yang memastikan kualitas penyelenggaraan *event* dapat diubah menjadi loyalitas pengunjung jangka panjang. Peran mediasi kepuasan dalam model ini konsisten dengan hasil penelitian (Al, 2022), yang membuktikan bahwa variabel *intervening* kepuasan berfungsi sebagai jembatan yang memperkuat pengaruh faktor-faktor stimulan seperti nilai dan kualitas terhadap respon jangka panjang pengunjung. Hal ini menegaskan bahwa tanpa adanya kepuasan yang dirasakan, kualitas acara saja tidak akan cukup kuat untuk menggerakkan niat kunjungan ulang secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil pengujian ketujuh hipotesis ini memberikan implikasi strategis bagi pemerintah daerah selaku regulator dan penyelenggara utama *Car Free Day*. Temuan bahwa *Perceived Value* dan *Event Quality* memiliki pengaruh signifikan, secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan, menegaskan bahwa kedua variabel tersebut adalah fondasi utama dalam membangun loyalitas pengunjung. Pemerintah daerah memegang peran krusial untuk mengelola CFD bukan sekadar sebagai penutupan jalan rutin, melainkan sebagai layanan publik yang prima. Upaya berkelanjutan dalam menjaga kualitas lingkungan fisik seperti aspek kebersihan, jaminan keamanan, serta pengaturan zonasi UMKM yang lebih teratur menjadi kunci utama untuk meminimalkan kendala yang dirasakan pengunjung. Dengan mengoptimalkan kualitas fasilitas dan menciptakan nilai manfaat yang nyata bagi masyarakat, pemerintah daerah dapat memastikan tingkat kepuasan dan niat kunjungan kembali masyarakat tetap tinggi. Pada akhirnya, keberhasilan dalam mengintegrasikan standar kualitas ini akan memperkuat loyalitas masyarakat terhadap program daerah, sekaligus menjadikan CFD sebagai ruang publik yang berkelanjutan bagi pertumbuhan ekonomi kreatif dan interaksi sosial warga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Perceived Value* dan *Event Quality* merupakan determinan fundamental yang secara signifikan membentuk *Satisfaction* pengunjung *Car Free Day* (CFD). Kepuasan tersebut kemudian terbukti menjadi faktor pendorong utama yang menentukan *Revisit Intention* atau niat masyarakat untuk berkunjung kembali ke CFD di berbagai wilayah di Indonesia. Hasil ini menegaskan bahwa

keberlanjutan sebuah *event* publik sangat bergantung pada bagaimana pengunjung mengevaluasi manfaat yang mereka terima serta kualitas penyelenggaraan yang mereka rasakan secara langsung.

Secara umum, temuan ini memberikan pemahaman bahwa faktor emosional dan nilai pengalaman holistik memiliki pengaruh yang jauh lebih dominan dalam mempertahankan loyalitas pengunjung dibandingkan dengan sekadar pemenuhan aspek fungsional. Dengan demikian, kepuasan bertindak sebagai "jembatan" krusial yang memastikan bahwa stimulus positif dari penyelenggara dapat diubah menjadi komitmen perilaku jangka panjang masyarakat untuk terus berpartisipasi dalam kegiatan CFD.

DAFTAR PUSTAKA

- Al., R. et. (2022). *Pengaruh Perceived Value dan Promotion terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan sebagai Intervening*. 3(1), 167–186.
- Armbrecht, J. (2021). Event quality, perceived value, satisfaction and behavioural intentions in an event context. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(2), 169–191. <https://doi.org/10.1080/15022250.2021.1877191>
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). *Marketing An Introduction Fifteenth Edition*. In *Pearson Education*. https://doi.org/10.1300/J037v13n02_01
- Banyumasekspres.id. (2025). *Perputaran Uang Rp 600 Juta Tiap Pekan, Car Free Day di Cilacap Bantu Geliat UMKM*. Banyumasekspres.Id. https://banyumasekspres.id/perputaran-uang-rp-600-juta-tiap-pekan-car-free-day-di-cilacap-bantu-geliat-umkm/#google_vignette
- Ćulić, M., Vujičić, M. D., Kalinić, Č., Dunjić, M., Stankov, U., Kovačić, S., Vasiljević, Đ. A., & Anđelković, Ž. (2021). Rookie tourism destinations—the effects of attractiveness factors on destination image and revisit intention with the satisfaction mediation effect. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13115780>
- Díez-Pisonero, R. (2025). Events and Festivals as Strategic Tools for Understanding and Assessing the Symbolic Reconfiguration of the World Urban System. *Urban Science*, 9(6). <https://doi.org/10.3390/urbansci9060223>
- Eviana, N. (2025). *The effects of service quality and memorable tourism experience toward revisit intentions : Investigating the mediating role of tourist satisfaction*. 35(1).
- Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. (2016). *Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 12 Tahun 2016 Tentang Pelaksanaan Hari Bebas Kendaraan Bermotor*. 1–21.
- Hair et al., 2021. (2021a). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021b). *Mediation Analysis*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_7

- Harian-news.com. (2025). Syukur! CFD Tulungagung Jadi Ladang Cuan UMKM, Perputaran Uang Nyaris Setengah Miliar. *Harian-News.Com*. <https://harian-news.com/syukur-cfd-tulungagung-jadi-ladang-cuan-umkm-perputaran-uang-nyaris-setengah-miliar/>
- Joseph, A. B., & Gilmore, J. H. (n.d.). *The Experience Economy*.
- Kilangbara.com. (2021). *Menggiurkan, Perputaran Uang di CFD Kota Tasik, Capai Rp 400 Juta!* Kilangbara.Com. <http://kilangbara.com/2021/11/28/menggiurkan-perputaran-uang-di-cfd-kota-tasik-capai-rp-400-juta/#respond>
- Kompas.com. (2025). *Perputaran Uang di CFD Banyuwangi Capai Rp 75 Juta dalam 4 Jam*. Kompas.Com. <https://surabaya.kompas.com/read/2025/08/22/190208978/perputaran-uang-di-cfd-banyuwangi-capai-rp-75-juta-dalam-4-jam>
- Kotler, P., Kelller, L. K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. In Pearson.
- Kuci, A. (2021). Building Destination Image Through Events: The Impact of events on city image. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi Kuci*, 2021(03), 7.
- Liu, X., Zakaria, J., & Mohd Said, O. F. (2024). How event quality affects satisfaction and revisit intention from the theory of planned behaviour. *South African Journal of Business Management*, 55(1), 1–12. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v55i1.4727>
- Mimbaruntan.com. (2024). *CFD Pontianak Pindah Lokasi, Menguntungkan atau Tantangan Baru?* Mimbaruntan.Com. https://mimbaruntan.com/cfd-pontianak-pindah-lokasi-menguntungkan-atau-tantangan-baru/?utm_source=chatgpt.com
- Mirrorpontianak.com. (2025). *Car Free Day Pontianak Dongkrak Kesehatan dan Ekonomi, Puluhan Ribu Warga Manfaatkan Ruang Terbuka*. Mirrorpontianak.Com. <https://www.mirrorpontianak.com/khatulistiwa-waya/1266389308/car-free-day-pontianak-dongkrak-kesehatan-dan-ekonomi-puluhan-ribu-warga-manfaatkan-ruang-terbuka>
- Ngian, E. T. (2025). Are the Visitors Satisfied? Visitors' Loyalty and Revisit Intention toward a Public Health Event. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences (PJLSS)*, 23(1), 6933–6945. <https://doi.org/10.57239/pjlss-2025-23.1.00541>
- Pesisirselatankab.go.id. (2025). *Masyarakat Antusias Ikuti Cek Kesehatan di Car Free Day Pesisir Selatan*. Pesisirselatankab.Go.Id. <https://www.pesisirselatankab.go.id/rberita/detail/masyarakat-antusias-ikuti-cek-kesehatan-di-car-free-day-pesisir-selatan>
- Pontianakinfo.disway.id. (2024). *CFD Di Kota Pontianak Diselimuti Kabut Asap, Masyarakat Olahraga Tanpa Masker*. Pontianakinfo.Disway.Id. https://pontianakinfo.disway.id/read/4697/cfd-di-kota-pontianak-diselimuti-kabut-asap-masyarakat-olahraga-tanpa-masker?utm_source=chatgpt.com
- Post, P. (2025). *CFD Pontianak Tarik 30 Ribu Warga Tiap Pekan, Jadi Ruang Sehat dan Ekonomi*. Pontianakpost.Jawapos.Com. <https://pontianakpost.jawapos.com/metropolis/1466386870/cfd-pontianak-tarik-30-ribu-warga-tiap-pekan-jadi-ruang-sehat-dan->

ekonomi?utm_source=chatgpt.com

- Proklamlatu, M. A., & Nurul Hidayati. (2021). Public Perspective toward Car-free Day Program as a Public Open Space: A Case Study in Klaten, Central Java. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 5(3), 396–407. <https://doi.org/10.36574/jpp.v5i3.219>
- Qi, J., Mazumdar, S., & Vasconcelos, A. C. (2024). Understanding the Relationship between Urban Public Space and Social Cohesion: A Systematic Review. In *International Journal of Community Well-Being* (Vol. 7, Issue 2). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/s42413-024-00204-5>
- Rri.co.id. (2025). *Pengunjung Keluhkan Kurangnya Fasilitas Kebersihan Di Lokasi CFD*. Rri.Co.Id. https://rri.co.id/daerah/1726642/pengunjung-keluhkan-kurangnya-fasilitas-kebersihan-di-lokasi-cfd?utm_source=chatgpt.com
- Schindler, P. S. (2022). Business Research Methods. *Business Research Methods*, 17, 302.
- Solomon, M. R., & Russell, C. A. (2023). Consumer Behavior Buying, Having, and Being. In *Pearson Education India* (Vol. 27, Issue 23). <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Tempo. (2020). *Pengunjung CFD di 32 Titik Ibu Kota Tercatat 89 Ribu Orang*. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/arsip/pengunjung-cfd-di-32-titik-ibu-kota-tercatat-89-ribu-orang-606600>
- Utomo, A. L. (2024). *The Connection Between Perceived Value and Healthcare Service Quality on Revisit Intention at Siloam Hospitals with Patient Satisfaction as a Mediating Factor*. 2686–2696.
- Wahyudi, A., Asteriani, F., Muliana, R., & Nurhaliza, S. (2024). Kajian Efektivitas Pelaksanaan Kegiatan Car-Free Day di Jalan Jenderal Sudirman Kota Pekanbaru. *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota*, 20(2), 126–151. <https://doi.org/10.14710/pwk.v20i2.41991>
- Wahyuningtyas, L., Nyoman Samitri Putri, N., & Jhohan Putra Kumara Desa, J. (2024). Reinforcement Review in Civil Engineering Studies Pemanfaatan Car Free Day untuk Mendukung Kota Sehat dan Optimalisasi Ruang Publik (Studi Kasus: Taman Kota Gianyar). *And Management*, 3(2), 56–67. <https://doi.org/10.38043/reinforcement.v3i2.5725>
- Wicaksono, M. A., Setyaningtyas, T., & Kirana, A. N. (2021). Relationship Analysis of Destination Image, Sports Involvement, Event Quality and Travel Motives as an Antecedent Factors on Revisit Intention in Recurring Running Sports-Event. *The Winners*, 22(2), 137–146. <https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7434>
- Yen, T.-F. (2020). Assessing the Effects of Perceived Value on Event Satisfaction, Event Attachment, and Revisit Intentions in Wine Cultural Event at Yibin International Exhibition Center, Southwest China. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 7(3), 41–54. <https://doi.org/10.9734/ajess/2020/v7i330199>
- Yulianto et al. (2023). *How Visitor Satisfaction and Intention to Revisit Are Created by Event Quality and Perceived Value? A Lesson from the Local Food Festival in Brebes* (p. 13).

- Banyumasekspres.id. (2025). *Perputaran Uang Rp 600 Juta Tiap Pekan, Car Free Day di Cilacap Bantu Geliat UMKM*. Banyumasekspres.Id. https://banyumasekspres.id/perputaran-uang-rp-600-juta-tiap-pekan-car-free-day-di-cilacap-bantu-geliat-umkm/#google_vignette
- Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. (2016). *Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 12 Tahun 2016 Tentang Pelaksanaan Hari Bebas Kendaraan Bermotor*. 1–21.
- Harian-news.com. (2025). Syukur! CFD Tulungagung Jadi Ladang Cuan UMKM, Perputaran Uang Nyaris Setengah Miliar. *Harian-News.Com*. <https://harian-news.com/syukur-cfd-tulungagung-jadi-ladang-cuan-umkm-perputaran-uang-nyaris-setengah-miliar/>
- Kilangbara.com. (2021). *Menggiurkan, Perputaran Uang di CFD Kota Tasik, Capai Rp 400 Juta!* Kilangbara.Com. <http://kilangbara.com/2021/11/28/mengiurkan-perputaran-uang-di-cfd-kota-tasik-capai-rp-400-juta/#respond>
- Kompas.com. (2025). *Perputaran Uang di CFD Banyuwangi Capai Rp 75 Juta dalam 4 Jam*. Kompas.Com. <https://surabaya.kompas.com/read/2025/08/22/190208978/perputaran-uang-di-cfd-banyuwangi-capai-rp-75-juta-dalam-4-jam>
- Mimbaruntan.com. (2024). *CFD Pontianak Pindah Lokasi, Menguntungkan atau Tantangan Baru?* Mimbaruntan.Com. https://mimbaruntan.com/cfd-pontianak-pindah-lokasi-menguntungkan-atau-tantangan-baru/?utm_source=chatgpt.com
- Mirrorpontianak.com. (2025). *Car Free Day Pontianak Dongkrak Kesehatan dan Ekonomi, Puluhan Ribu Warga Manfaatkan Ruang Terbuka*. Mirrorpontianak.Com. <https://www.mirrorpontianak.com/khatulistiwa-waya/1266389308/car-free-day-pontianak-dongkrak-kesehatan-dan-ekonomi-puluhan-ribu-warga-manfaatkan-ruang-terbuka>
- Pesisirselatankab.go.id. (2025). *Masyarakat Antusias Ikuti Cek Kesehatan di Car Free Day Pesisir Selatan*. Pesisirselatankab.Go.Id. <https://www.pesisirselatankab.go.id/rberita/detail/masyarakat-antusias-ikuti-cek-kesehatan-di-car-free-day-pesisir-selatan>
- Pontianakinfo.disway.id. (2024). *CFD Di Kota Pontianak Diselimuti Kabut Asap, Masyarakat Olahraga Tanpa Masker*. Pontianakinfo.Disway.Id. https://pontianakinfo.disway.id/read/4697/cfd-di-kota-pontianak-diselimuti-kabut-asap-masyarakat-olahraga-tanpa-masker?utm_source=chatgpt.com
- Post, P. (2025). *CFD Pontianak Tarik 30 Ribu Warga Tiap Pekan, Jadi Ruang Sehat dan Ekonomi*. Pontianakpost.Jawapos.Com. https://pontianakpost.jawapos.com/metropolis/1466386870/cfd-pontianak-tarik-30-ribu-warga-tiap-pekan-jadi-ruang-sehat-dan-ekonomi?utm_source=chatgpt.com
- Rri.co.id. (2025). *Pengunjung Keluhkan Kurangnya Fasilitas Kebersihan Di Lokasi CFD*. Rri.Co.Id. <https://rri.co.id/daerah/1726642/pengunjung-keluhkan-kurangnya>

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 4 (2026) 2267 – 2286 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i4.11699

fasilitas-kebersihan-di-lokasi-cfd?utm_source=chatgpt.com

Tempo. (2020). *Pengunjung CFD di 32 Titik Ibu Kota Tercatat 89 Ribu Orang.*

Tempo.Co. <https://www.tempo.co/arsip/pengunjung-cfd-di-32-titik-ibu-kota-tercatat-89-ribu-orang-606600>