

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan pariwisata memberi peranan berarti terhadap keseluruhan kinerja perekonomian Indonesia, dalam hal pariwisata ini, Negara Indonesia memiliki potensi alam yang sangat indah dengan budaya dan adat istiadat yang melimpah dan melekat erat sebagai jati diri bangsa dan dipegang teguh oleh masyarakat Indonesia yang belum tentu dimiliki oleh negara lain. Daya tarik yang dimiliki Negara Indonesia yaitu pemandangan alam yang indah dan beraneka ragam ditunjang dengan sikap masyarakat yang memegang teguh adat Indonesia yang terkenal dengan ramah tamah menjadikan Indonesia sebagai salah satu tempat wisata yang mampu menarik wisatawan baik domestik maupun asing untuk berkunjung ke Indonesia. Pariwisata di Indonesia pada saat ini mulai berkembang menjadi satu industri di bidang jasa yang berusaha untuk menarik dan memberikan pelayanan untuk memuaskan wisatawan.

Menurut Sedarmayanti (2014:3) Indonesia sangat menaruh harapan pada pariwisata sebagai komoditas ekspor yang diharapkan mampu mengganti peran migas. Harapan ini cukup beralasan karena Indonesia memiliki potensi. Meskipun pariwisata telah lama menjadi perhatian, baik dari segi ekonomi, politik, administrasi kenegaraan, maupun sosiologi, sampai saat ini belum ada kesepakatan secara akademis mengenai apa itu wisatawan dan pariwisata. Menurut Murphy dalam Sedarmayanti (2014:3) kata wisata (tour) secara harfiah adalah perjalanan dimana si pelaku kembali ke tempat awalnya, perjalanan sirkuler yang dilakukan untuk tujuan bisnis, bersenang-senang atau pendidikan, pada berbagai tempat dikunjungi dan biasanya menggunakan jadwal perjalanan terencana.

Berdasarkan undang – undang No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki

keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Sektor pariwisata di Negara Indonesia dapat dijadikan sebagai salah satu sumber penerimaan devisa negara melalui kunjungan wisatawan terutama wisatawan asing. Berikut data wisatawan ke Indonesia pada tahun 2010-2013 yang terdapat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Statistik Kunjungan Wisatawan ke Indonesia
Tahun 2010- 2013

Tahun	Wisman	Winus	Jumlah Wisatawan
2010	7.002.944	46.585.657	53.588.601
2011	7.649.731	60.342.947	67.992.678
2012	8.044.462	63.677.383	71.721.845
2013	8.802.129	79.342.459	88.144.588

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia 2015

Wisatawan Nusantara memiliki peran yang penting bagi perkembangan pariwisata Indonesia khususnya dalam kondisi rendahnya kunjungan wisatawan mancanegara. Tren wisata Indonesia pada tahun 2013 banyak mengalami perubahan dan pertumbuhan ekonomi menjadi target utama pemerintah.

Pariwisata menjadi perangkat penting dalam pembangunan karena disamping dapat menciptakan lapangan kerja dan pendapatan masyarakat, daerah dan negara juga dapat turut memperkenalkan seni budaya, serta keindahan alam Indonesia kepada wisatawan yang mengunjunginya. Meskipun pariwisata juga menyentuh berbagai aspek kehidupan masyarakat seperti : politik, keamanan, dan sebagainya, dampak pariwisata terhadap masyarakat dan daerah tujuan wisata yang banyak mendapat ulasan adalah dampak terhadap : sosial ekonomi, sosial budaya dan lingkungan. Pariwisata sering dipersepsikan sebagai wahana untuk meningkatkan pendapatan, terutama meningkatkan pendapatan pemerintah, khususnya perolehan devisa, sehingga pembangunan lebih bersifat ekonomi

sentris dan berorientasi pada pertumbuhan, karena jumlah perolehan devisa ditentukan oleh jumlah kunjungan, pengeluaran, dan lama kunjungan wisatawan mancanegara, lamanya wisatawan mancanegara tinggal.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari 33 provinsi salah satunya adalah Provinsi Jawa Barat. Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki wisata alam yang melimpah. Selain itu Jawa Barat merupakan provinsi yang paling dekat dengan ibu kota negara, yang sedikitnya bisa berdampak positif dalam pengembangan pariwisatanya, karena kemudahan transportasi dan jarak tempuh dari ibu kota negara. Provinsi Jawa Barat memiliki berbagai macam objek wisata dengan berbagai daya tarik tersendiri seperti pegunungan, pantai, marga satwa dan lain sebagainya. Kota Bandung yang merupakan ibu kota dari provinsi Jawa Barat memiliki kekayaan alam yang bisa menarik wisatawan dengan menyajikan berbagai jenis tempat pariwisata diantaranya: Kebun Binatang, Gunung Tangkuban Perahu, Kawah Putih, taman bunga dan pemandian Air Panas Ciater. Berikut ini disajikan pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek yang ada di Jawa Barat sejak Tahun 2010 sampai dengan 2013 dalam Tabel 1.2

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat Tahun 2010-2013

Tahun	Wisman	Winus	Jumlah Wisatawan
2010	168.532	8.308.485	8.477.017
2011	232.824	9.411.233	9.644.057
2012	287.158	10.512.315	10.799.473
2013	353.131	12.211.082	12.564.213

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia 2015

Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat terus mengalami peningkatan dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014. Peningkatan tersebut terjadi selama tiga tahun berturut-turut yaitu sebanyak 1.167.040 orang atau sekitar 13,8% pada tahun 2011, sedangkan peningkatan di tahun 2012 hanya 1.155.416 orang atau sekitar 12% dan pada tahun 2013 terjadi peningkatan sebanyak 1.764.740 atau sekitar 16,3% dari tahun 2012.

Sejak pemerintah mengeluarkan kebijakan otonomi daerah pada tahun 2000 yang mana setiap daerah otonom diwajibkan untuk mengatur dan mengelola sendiri potensi- potensi yang ada didaerahnya masing- masing tanpa campur tangan pemerintah pusat. Meskipun dalam pelaksanaannya kebijakan otonomi daerah ini tidak secara serentak dapat menghasilkan perubahan yang menguntungkan karena banyak hal yang harus dipersiapkan dan dibenahi oleh masing- masing daerah dalam rangka menggali potensi- potensi yang dimiliki untuk dimanfaatkan guna pengembangan kegiatan pembangunan. Dalam kondisi seperti ini, daerah- daerah otonom melakukan kajian- kajian dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerahnya (PAD). Peningkatan PAD pun diterapkan di Provinsi Jawa Barat. Tambahan pendapatan daerah ini salah satunya bersumber dari sektor pariwisata yang berperan sebagai asset daerah.

Kabupaten Garut sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang memiliki beragam objek wisata dan daya tarik wisata alam yang sangat melimpah dan indah memiliki daya tarik wisata antara lain: wisata wisata seni dan budaya, wisata sejarah, wisata alam, wisata olahraga, wisata belanja, dan wisata rohani serta kerajinan. Berikut ini disajikan pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek yang ada di Kabupaten Garut sejak Tahun 2010 sampai dengan 2014, pada tabel 1.3.

Tabel 1.3
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata
di Kabupaten Garut
Tahun 2010- 2014

Tahun	Wisatawan Manca negara (Orang)	Wisatawan Domestik (Orang)	Jumlah Wisatawan (Orang)
2010	4.267	1.352.881	1.357.148
2011	4.308	1.421.388	1.425.696
2012	4.729	1.574.797	1.579.526
2013	6.487	1.789.879	1.796.366
2014	5.559	1.645.354	1.650.913

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut 2015

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa pertumbuhan kunjungan wisatwan ke objek wisata di kabupaten Garut setiap tahunnya selama periode

tahun 2010- 2014 berfluktuasi. Pada tahun 2010 jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke kabupaten Garut sebanyak 1.357.148 orang, yaitu 4.267 orang dari wisatawan mancanegara dan 1.352.881 orang dari wisatawan domestik. Pada tahun 2011 meningkat jumlahnya menjadi 1.425.696 orang. Frekuensi kunjungan terus meningkat pada tahun 2012 frekuensi kunjungan sebesar 1.796.366 orang dan pada tahun 2013 menurun sehingga frekuensi kunjungan wisatawan domestik 1.645.354 orang dan wisatawan mancanegara 5.559 orang dimana tahun sebelumnya jumlah wisatawan domestik 1.789.879 orang dan wisatawan mancanegara 6.487 orang.

Wisata-wisata alam yang terdapat dikabupaten Garut antara lain Cipanas, situ cangkuang, situ bagendit, pantai sayang heulang, pantai santolo, pantai rancabuaya, Pantai Manalusu, Pantai Gunung Geder, Pantai Karang Paranje, Kampung Dukuh, Kawah Papandayan, Curug Orok, Curug Citiis, dan Curug Sanghyang Taraje, serta memiliki kesenian kesenian seperti Pencak Ular, Debus, Surak Ibra, Lais dan Raja Dogar. Selain wisata dan kesenian Kabupaten Garut juga memiliki beberapa kerajinan seperti Kerajinan Kulit, Akar Wangi, Batik Garutan dan Miniatur Domba Garut

Berikut ini disajikan pertumbuhan beberapa objek wisata yang memiliki tingkat kunjungan wisatawan tertinggi di Kabupaten Garut :

Tabel 1.4
Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Beberapa Objek Wisata
Se Kabupaten Garut tahun 2013-2014

Objek Wisata	Jumlah Pengunjung (orang)		Laju Pertumbuhan (%)
	2013	2014	
Kawasan Wisata Cipanas	495.467	443.599	-11,69%
Kawah Papandayan	50.753	55.327	8,26%
Pantai Santolo	190.886	203.499	6,20%
Situ Bagendit	238.451	257.432	7,37%
Situ Cangkuang	154.875	168.791	8,24%

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dilihat pertumbuhan kunjungan wisatawan ke beberapa objek wisata di kabupaten Garut selama periode tahun 2013- 2014. Dalam tabel tersebut dapat terlihat bahwa objek wisata Cipanas menjadi objek

wisata unggulan namun pada tahun 2013-2014 cenderung mengalami penurunan. Jumlah kunjungan ke cipanas pada tahun 2012 sebesar 495.467 namun pada tahun 2014 menurun menjadi sebesar 443.599 atau menurun sebesar 11,29%. Berbeda dengan beberapa objek wisata lainnya seperti Pantai Santolo yang mengalami peningkatan, jumlah pengunjung ke Pantai Santolo pada tahun 2012 adalah sebesar 190.886 pada tahun 2014 sebesar 203.499 atau meningkat sebesar 6,20%.

Tempat wisata di Kabupaten Garut banyak namun jarak dari satu wisata ke wisata lainnya cukup jauh dan terdapat kekurangan yaitu dalam segi akomodasi selain jarangnyanya angkutan umum jalannya pun tidak sebgus jalan provinsi. Oleh sebab itu melihat waktu dan biaya penulis memilih meneliti sebagian kecil dari pariwisata di kabupaten Garut yaitu menyoroiti bagian objek wisata air panas, tidak semua wisata air panas dikelola oleh PEMDA Kabupaten Garut, dengan kata lain banyak pihak swasta yang ikut andil dalam pengelolaan objek wisata ini.

Kawasan wisata cipanas merupakan objek wisata unggulan di Kabupaten Garut Berikut ini disajikan pertumbuhan tingkat kunjungan wisatawan pada kawasan wisata Cipanas Kabupaten Garut :

Tabel 1.5
Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Kawasan Wisata Cipanas
Kabupaten Garut

Objek Wisata	Jumlah Pengunjung (orang)		Laju Pertumbuhan (%)
	2013	2014	
Antralina	6732	5312	-21,09
Aquarius	5032	3972	-25,03
Cipanas Indah	7704	6076	-21,13
Danau Dariza	9620	12344	28,31
Lembur Kuring	2260	4940	118,58
Sabda Alam	10036	7816	-22,12
Sumber Alam	14920	11624	-22,09
Surya Alam	5432	3980	-26,73
Tirtagangga	11308	8800	-22,17
JUMLAH	79220	64236	-18,91

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Rekapitulasi Tahunan per Objek Wisata

Berdasarkan pada tabel 1.5 dapat diketahui bahwa terjadi penurunan permintaan pada beberapa objek wisata pemandian air panas se Kabupaten Garut

pada rentang tahun 2013-2014 hal tersebut terlihat pada jumlah kunjungan wisatawan pada beberapa objek wisata air panas se Kabupaten Garut yang mengalami penurunan jumlah kunjungan meskipun pada beberapa objek wisata air panas ada yang mengalami peningkatan jumlah kunjungan pada rentang tahun yang sama seperti objek wisata air panas Danau Dariza yang pada tahun 2014 jumlah pengunjungnya sebesar 9.620 orang meningkat sebanyak 28,31% pada tahun 2013, selain itu keadaan yang sama pada objek wisata air panas Lembur Kuring mengalami peningkatan sebanyak 118,58% pada tahun 2014. Dari beberapa objek wisata air panas se Kabupaten Garut yang mengalami peningkatan, ada beberapa objek wisata air panas yang mengalami penurunan diantaranya wisata air panas Antralina yang terus mengalami penurunan pengunjung selama tahun 2013-2014 yakni mengalami penurunan sebanyak 21,09% keadaan serupa ditunjukkan pada objek wisata air panas Aquarius yang pada tahun 2013 dengan jumlah pengunjung sebanyak 5.032 orang menurun pada tahun 2014 sebanyak 3.972 orang selain itu objek wisata air panas Cipanas Indah pun mengalami penurunan sebanyak 21,13 %. Hal serupa masih terjadi pada beberapa objek wisata seperti objek wisata air panas Sabda Alam, Sumber Alam, Surya Alam dan Tirta Gangga yang terus menurun sampai pada tahun 2014. Sehingga dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa selama rentang tahun 2013 sampai pada tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan pada kawasan wisata Cipanas Kabupaten Garut mengalami penurunan sebanyak 18,91 % yaitu dari 79.220 pada tahun 2013 menjadi 64.236 orang pada tahun 2014.

Taman Air Sabda Alam merupakan salah satu objek wisata alam yang terdapat di kawasan wisata cipanas Garut yang menampilkan *Attractiveness Destination* keindahan alam dan beragam permainan air yang diperuntukan untuk anak-anak dan dewasa yang memiliki khas satu-satunya taman air yang menggunakan air panas alami di Indonesia yang berlokasi di Kabupaten Garut. Objek wisata yang terletak di Jalan Raya Cipanas no 3 Garut ini didirikan pada tahun 2007 dengan tujuan sebagai tempat sarana rekreasi keluarga dalam bentuk taman air yang benuansa alam. Taman Air Sabda Alam dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki pemandangan alam yang indah, mudah di jangkau dan

merupakan satu-satunya *Water Park* untuk anak-anak dan dewasa dengan penggunaan air panas alami dari Gunung Guntur Kabupaten Garut yang merupakan suatu keunggulan yang tidak dimiliki objek wisata lain yang ada di Kabupaten Garut maupun di Kota-kota lain di Indonesia.

Objek Wisata Taman Air Sabda Alam Garut ini ramai dikunjungi para wisatawan baik dalam maupun luar negeri terlebih ketika musim liburan tiba baik itu liburan sekolah maupun libur hari besar namun untuk hari kerja jumlah pengunjung relatif berkurang. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan manager bagian pemasaran di Taman Air Sabda Alam maka diperoleh keterangan bahwa pengunjung objek wisata tersebut selama 5 tahun terakhir ini mengalami penurunan. Berikut ini disajikan data pengembangan jumlah pengunjung yang datang ke Taman Air Sabda Alam selama periode tahun 2010-2014 dalam tabel 1.6.

Tabel 1.6
Perkembangan Jumlah Taman Air Sabda Alam Garut
Tahun 2010- 2014

Tahun	Jumlah Pengunjung (Orang)	Pertumbuhan (Orang)	Laju Pertumbuhan (%)
2010	398.856	-	-
2011	388.748	(-10108)	-2,5%
2012	212.682	(-176066)	-45,2%
2013	200.888	(-11794)	-5,5%
2014	181.693	(-19195)	-10,6%

Sumber: Pemasaran Taman Air Sabda Alam Garut 2015

Berdasarkan tabel 1.6 dapat dilihat bahwa pada tahun 2011 frekuensi kunjungan mengalami penurunan sebanyak 10108 atau sebanyak 2,5% pengunjung, Pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2012 jumlah kunjungan pada Taman Air Sabda Alam Garut ini mengalami penurunan drastis yaitu menurun sebanyak 176.066 atau sebesar 45,2% . Pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2013 frekuensi pengunjung Taman Air Sabda Alam ini kembali mengalami penurunan sebanyak 11.794 atau sebesar 5,5% pengunjung. Pada tahun 2013 sampai dengan 2014 Taman Air Sabda Alam ini kembali mengalami penurunan sebanyak 19.195 atau sebesar 10,6 % pengunjung.

Daya tarik jasa merupakan suatu pernyataan mental dari pelanggan yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk terhadap merek tertentu serta daya tarik jasa adalah minat pembelian terhadap suatu merek adalah perintah seorang pembeli kepada dirinya sendiri untuk membeli sebuah merek produk pembelian. Taman Air Sabda Alam memiliki sebuah produk pariwisata yang bisa dikatakan unik di Kabupaten Garut. Dalam arti umum produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumennya baik itu secara nyata (*tangible*) maupun tidak nyata (*intangible*) untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya tetapi pada jasa yang dapat diberikannya, sehingga produk dalam industri pariwisata mengandung suatu konsep yang menyeluruh atas objek fisik dan proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Perlu di pertimbangkan dalam aspek produk adalah tentang produk yang menjadi prioritas, citra produk/jasa yang hendak dicapai atau dipertahankan, dalam penelitian ini penulis melibatkan beberapa citra atau *brand* yang dimiliki Taman Air Sabda Alam yaitu diantaranya *Brand Awareness*, *Brand Attractiveness*, dan *Brand Loyalty*.

Brand awareness dan *brand attractiveness* memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen ketika mempertimbangkan merek pentingnya kesadaran merek, penelitian ini berusaha untuk menjelajahi pengaruh dimensi yang berbeda dari *destination personality* pada *brand awareness*, sehingga menawarkan beberapa taktik yang mendasar tentang bagaimana untuk membangun *brand awareness* dan *brand attractiveness* serta dampaknya terhadap *brand loyalty* untuk budaya masyarakat tertentu yang dilakukan oleh Taman Air Sabda Alam. *Destination personality* Taman Air Sabda Alam dilihat dalam hal potensinya sebagai sebuah objek wisata untuk individu dari warga Garut itu sendiri maupun warga Negara Indonesia. Taman Air Sabda Alam dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki pemandangan alam yang indah, mudah di jangkau dan merupakan *Water Park* untuk anak-anak dan dewasa dengan penggunaan air panas alami dari Gunung Guntur Kabupaten Garut yang merupakan suatu keunggulan yang tidak dimiliki objek wisata lain yang ada di Kabupaten Garut maupun di Kota-kota lain di Indonesia.

Menurut Sheng Ye (2012) dalam artikelnya bahwa untuk *destination personality* dari Negara Australia, hasilnya menunjukkan bahwa *excitement* pada *destination personality*, memiliki lebih banyak dampak positif terhadap dirasakan *Brand Awareness dan Attractiveness* dari sudut pandang wisatawan china, dalam artikelnya *destination personality* Australia diperiksa dalam hal potensinya sebagai sebuah perjalanan tujuan untuk individu dari daratan China. Australia dipilih sebagai ini memiliki berlimpah alam dan budaya pemandangan dan lebih *affordable* tukar dibandingkan dengan Amerika Serikat, Eropa, dan United Kindom (Inggris), membuatnya berpotensi menarik bagi wisatawan dari Daratan Cina.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan maka tema sentral dalam penelitian ini adalah :

Taman Air Sabda Alam dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan *Water Park* untuk anak-anak dan dewasa dengan penggunaan air panas alami dari Gunung Guntur Kabupaten Garut yang merupakan suatu keunggulan yang tidak dimiliki objek wisata lain yang ada di Kabupaten Garut maupun di Kota-kota lain di Indonesia. Penelitian ini berusaha untuk menjelajahi pengaruh dimensi yang berbeda dari *Destination Personality* pada *Brand Awareness*, sehingga menawarkan beberapa taktik yang mendasar tentang bagaimana untuk membangun *Brand Awareness dan Brand Attractiveness* serta dampaknya terhadap *Brand Loyalty* untuk budaya masyarakat tertentu yang dilakukan oleh Taman Air Sabda Alam.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk menganalisis lebih jauh mengenai *Destination Personality* yang dimiliki jasa pariwisata Taman Air Sabda Alam. Selengkapnya judul penelitian yang akan penulis angkat adalah:

Analisis Destination Personality terhadap Brand Attractiveness dan Brand Awareness serta Dampaknya pada Brand Loyalty (Survei pada pengunjung objek wisata Taman Air Sabda Alam Garut).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Destination Personality* terhadap *Brand Awareness* di Taman Air Sabda Alam ?
2. Bagaimana pengaruh *Destination Personality* terhadap *Brand Attractiveness* di Taman Air Sabda Alam ?
3. Bagaimana pengaruh *Brand Awareness* terhadap *Brand Loyalty* di Taman Air Sabda Alam ?
4. Bagaimana pengaruh *Brand Attractiveness* terhadap *Brand Loyalty* di Taman Air Sabda Alam ?
5. Bagaimana pengaruh *Destination Personality* terhadap *Brand Loyalty* di Taman Air Sabda Alam ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah diuraikan dalam perumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Destination Personality* terhadap *Brand Attractiveness* di Taman Air Sabda Alam.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Destination Personality* terhadap *Brand Awareness* di Taman Air Sabda Alam.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Attractiveness* terhadap *Brand Loyalty* di Taman Air Sabda Alam.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* terhadap *Brand Loyalty* di Taman Air Sabda Alam.

5. Untuk mengetahui pengaruh *Destination Personality* terhadap *Brand Loyalty* di Taman Air Sabda Alam.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran, dimana didalamnya terdapat kajian tentang *Destination Personality*, *Brand Attractiveness*, *Brand Awareness* dan *Brand Loyalty*.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan agar dapat dijadikan sebagai salah satu bahan masukan khususnya bagi objek wisata Taman Air Sabda Alam sehingga dapat memperbaiki kondisi objek wisata air panas tersebut terutama dalam hal meningkatkan frekuensi kunjungan wisatawan di masa yang akan datang. Umumnya bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Garut untuk mengembangkan potensi pariwisata Kabupaten Garut dan pengelola objek wisata air panas yang berada di kabupaten Garut.