

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Kegunaan Penelitian .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	19
2.1.1 <i>Destination Branding</i> .....	19
2.1.1.1 <i>Destination Branding</i> bagian dari pemasaran .....	19
2.1.1.2 <i>Strategic Place Triangle</i> .....	20
2.1.1.3 Pengertian <i>Destination Branding</i> .....	22
2.1.1.4 Manfaat <i>Destination Branding</i> .....	24
2.1.1.5 Elemen <i>Destination Branding</i> .....	24
2.1.2 Loyalitas Pelanggan .....	28
2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	28
2.1.2.2 Perspektif Loyalitas .....	29
2.1.2.3 Karakteristik Pelanggan yang Loyal .....	33
2.1.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas .....	35
2.1.2.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	39
2.1.3 Pengaruh <i>Destination Branding</i> Terhadap <i>Loyalitas</i> .....	51

2.1.4	Resume Hasil Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian...	52
2.2	Kerangka Pemikiran.....	54
2.3	Hipotesis.....	61

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Metode Penelitian.....	64
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	65
3.3	Sumber dan Cara Penentuan Data.....	70
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	71
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	76
3.6.1	Pengujian Validitas .....	76
3.6.2	Pengujian Reliabilitas.....	80
3.7	Rancangan Analisis Data .....	82
3.7.1	Rancangan Analisis Deskriptif .....	82
3.7.1.1	Rancangan Deskriptif <i>Destination Branding</i> .....	82
3.7.1.2	Rancangan Deskriptif Loyalitas.....	82
3.7.2	Pengujian Verifikatif.....	83

### **BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Profil Objek dan Wisatawan Indonesia.....	95
4.1.1	Profil Objek.....	95
4.1.1.1	Identitas Objek .....	95
4.1.1.2	Sejarah Singkat Objek.....	95
4.1.2	Profil Wisatawan Indonesia Dilihat dari Karakteristik Demografi, Pengalaman dan Penilaian Terhadap Singapura .....	98
4.1.2.1	Profil Wisatawan Indonesia Dilihat dari Demografi .....	99
1.	Jenis Kelamin.....	99
2.	Usia .....	100
3.	Pekerjaan .....	101
4.	Pendapatan .....	102
4.1.2.2	Profil Wisatawan Berdasarkan Pengalaman Berkunjung.....	103
1.	Tujuan Berkunjung.....	104

2. Pengeluaran Selama Berkunjung .....	105
3. Jalur Perjalanan .....	106
4.2 Pelaksanaan <i>Destination Branding</i> di Singapura.....	107
4.2.1 <i>Brand Identity</i> Singapura .....	107
4.2.2 <i>Brand Essence</i> Singapura.....	109
4.2.3 <i>Brand Character</i> Singapura .....	110
4.2.4 <i>Brand Personality</i> Singapura .....	112
4.2.5 <i>Brand Culture</i> Singapura .....	113
4.2.6 <i>Brand Image</i> Singapura .....	115
4.2.7 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap <i>Destination Branding</i> Singapura .....	118
4.3 Loyalitas Wisatawan Indonesia untuk Berkunjung ke Singapura .....	117
4.3.1 <i>Behavior</i> Wisatawan .....	117
4.3.1 <i>Attitude</i> Wisatawan .....	118
4.3.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan Terhadap Loyalitas untuk Berkunjung ke Singapura.....	120
4.4 Pengaruh <i>Destination Branding</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan Indonesia Untuk Berkunjung ke Singapura .....	122
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Identity</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan.....	126
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Essence</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan.....	127
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Character</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan .....	128
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan .....	129
4.4.5 Pengaruh <i>Brand Culture</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan.....	130
4.4.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Wisatawan.....	131
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	133
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	133
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	135
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan .....	137
5.2 Rekomendasi .....	138
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>141</b>

## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1.1	<i>Market share</i> wisatawan Internasional.....	3
1.2	Prediksi <i>market share</i> Asia dan Eropa .....	4
1.3	<i>Benchmarking</i> Kawasan Asia .....	4
1.4	Kunjungan wisatawan mancanegara di Asean 2006.....	5
1.5	Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung Singapura tahun 2000-2006 .....	6
1.6	Jumlah wisatawan dari Asia yang berkunjung ke Singapura tahun 2000-2006 .....	7
1.7	Kantor perwakilan STB di Indonesia .....	8
1.8	Alasan kunjungan wisatawan dari Indonesia .....	12
1.10	10 Kawasan belanja terkenal di Singapura .....	13
1.11	Tempat rekreasi di Pulau Sentosa .....	14
1.12	Rumah sakit yang paling sering dikunjungi pasien Indonesia ....	14
1.13	<i>Event MICE</i> di Singapura bulan Juli 2007.....	15
2.1	<i>FourRelative Attachment</i> .....	37
2.2	<i>Repeat Purchase</i> .....	38
2.3	Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh <i>destination</i> <i>branding</i> terhadap loyalitas.....	52
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	66
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	71
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.4	Koefisien Korelasi.....	77
3.5	Hasil Pengujian Validitas Instrumen.....	78
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	82
3.7	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	91
3.8	Koefisien Korelasi.....	92
4.1	Identitas Objek .....	95
4.2	Jenis Kelamin .....	99

4.3	Usia .....	99
4.4	Pekerjaan .....	101
4.5	Pendapatan .....	102
4.6	Tujuan Berkunjung.....	104
4.7	Pengeluaran selama Berkunjung .....	105
4.8	Jalur Perjalanan .....	106
4.9	<i>Brand Identity</i> dalam <i>Destination Branding</i> .....	108
4.10	<i>Brand Essence</i> dalam <i>Destination Branding</i> .....	109
4.11	<i>Brand Character</i> dalam <i>Destination Branding</i> .....	110
4.12	<i>Brand Personality</i> dalam <i>Destination Branding</i> .....	112
4.13	<i>Brand Culture</i> dalam <i>Destination Branding</i> .....	113
4.14	<i>Brand Image</i> dalam <i>Destination Branding</i> .....	115
4.15	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan tentang <i>Destination Branding</i> Singapura .....	116
4.16	<i>Behavior</i> dalam Loyalitas .....	117
4.17	<i>Attitude</i> dalam Loyalitas .....	118
4.18	Rekapitulasi Hasil Tanggapan tentang Loyalitas untuk Berkunjung ke Singapura.....	120
4.19	Matrik Korelasi antar Sub Variabel Program <i>Destination Branding</i> dengan Loyalitas Wisatawan .....	121
4.20	Hasil Pengujian Koefisien Jalur .....	124
4.21	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari Program <i>Destination Branding</i> dalam Mempertahankan Loyalitas Wisatawan Indonesia untuk Berkunjung ke Singapura .....	126
4.22	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung terhadap <i>Brand Identity</i> .....	127
4.23	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Brand Essence</i> .....	128
4.24	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung terhadap <i>Brand Character</i> ... ..	129
4.25	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung terhadap <i>Brand Personality</i> .. ..	129
4.26	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung terhadap <i>Brand Culture</i> .....	130
4.27	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung terhadap <i>Brand Image</i> .....	131

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
1.1	Total Kunjungan Wisatawan Internasional tahun 2006.....	2
1.2	Jumlah rata-rata wisatawan dari Asia tahun 2000- 2006 .....	7
1.3	Jumlah Wisatawan dari Asia Tenggara tahun 2006.....	8
1.4	15 Negara Pengunjung Tertinggi bulan Juli 2007 .....	10
1.5	Jumlah Wisatawan dari Indonesia tahun 2000-2006 .....	11
2.1	<i>Strategic Place Triangle</i> .....	21
2.2	Komponen <i>Destination Branding</i> .....	24
2.3	<i>The Loyalty Pyramid</i> .....	41
2.4	Kerangka Pemikiran.....	59
2.5	Paradigma Penelitian.....	60
3.1	Struktur Kausal Antara X dan Y .....	84
3.2	Diagram Jalur Hipotesis .....	85
3.3	Jalur Sub Struktur Hipotesis .....	86
4.1	Jenis Kelamin.....	100
4.2	Usia .....	101
4.3	Pekerjaan .....	102
4.4	Pendapatan .....	103
4.5	Tujuan Berkunjung.....	105
4.6	Pengeluaran selama Berkunjung .....	106
4.7	Jalur Perjalanan .....	107
4.8	Struktural Kausal antara Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , $X_4$ , $X_5$ , $X_6$ dan Y. ....	125