

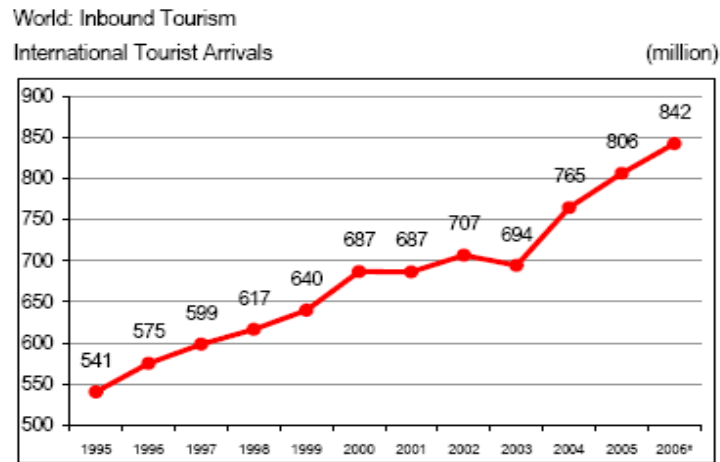
## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan industri terbesar dalam menggerakkan perekonomian pada abad 21 bersamaan dengan industri telekomunikasi dan teknologi informasi. Hal ini diungkapkan oleh *World Tourism and Trade Center* (WTC) sekitar 8 % dari ekspor barang dan jasa pada umumnya berasal dari sektor pariwisata dimana pariwisata itu sendiri menjadi penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional dari sektor jasa yang menjadi salah satu penggerak utama perekonomian dunia bersama dengan industri telekomunikasi dan teknologi informasi,

Sebagai industri yang berkembang pesat, sektor pariwisata telah mencatat angka lebih dari 765 juta perjalanan internasional yang menghasilkan 635 miliar dolar AS dari pengeluaran wisatawan selama tahun 2004, sedangkan pada tahun 2005 tercatat 806 juta perjalanan internasional atau terjadi kenaikan sebesar 5,36 %. Tahun 2006 terjadi peningkatan sebesar 4,47 % yang mengakibatkan naiknya angka perjalanan internasional menjadi 842 juta. Dengan pertumbuhan pariwisata global rata-rata empat % pertahunnya, *United Nation World Tourism Organization* (UN-WTO) memperkirakan jumlah perjalanan internasional akan mencapai angka 1,046 miliar wisatawan pada tahun 2010 dan 1,602 miliar pada tahun 2020.



Sumber : *World Tourism Organization 2007*

### GAMBAR 1.1

#### TOTAL KUNJUNGAN WISATAWAN INTERNASIONAL TAHUN 2006

Berdasarkan data UN-WTO dalam hal distribusi pasar wisatawan internasional, pada tahun 2005 Kawasan Eropa menjadi kawasan yang paling diminati wisatawan internasional, dikarenakan sebanyak 441 juta wisatawan internasional mengunjungi Eropa dan meraih pangsa pasar yang sebesar 54,71 % dari pangsa pasar dunia. Pada tahun 2006 wisatawan yang berkunjung mengalami peningkatan sebesar 3,85 % yang mengakibatkan tercatat sebanyak 458 juta wisatawan internasional.

Kawasan Asia menempati posisi kedua pada pangsa pasar dunia tahun 2005, berdasarkan penguasaan pasar sebesar 22,84 % atau tercatat 184,114 juta wisatawan internasional yang mengunjungi kawasan ini. Tahun 2006 terjadi peningkatan sebesar 7,2 % yang menjadikan jumlah wisatawan internasional menjadi 197,378 juta. Berikut tabel *market share* wisatawan internasional 2005 dan 2006:

**TABEL 1.1**  
**MARKET SHARE WISATAWAN INTERNASIONAL 2005 DAN 2006**

	(000)			
	2005	2006	Growth %	Market Share
<b>World</b>	806	842	4,47%	100%
Europe	441	458	3,85%	54,39%
Asia	184,114	197,378	7,20%	23,44%
America	133,5	136,3	2,10%	16,19%
Afrika	37,3	40,3	8,04%	4,79%
Australia	10,486	10,522	0,34%	1,25%

Sumber : Modifikasi dari *World Tourism Organization 2007*

Berdasarkan prediksi UN-WTO, Kawasan Asia menunjukkan pertumbuhan yang baik. Hal ini dilihat dari peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya dan perkonomian yang terus membaik. Bahkan UN-WTO menyatakan pada tahun 2010, Asia akan menguasai pangsa pasar sebesar 25,99 % dengan jumlah wisatawan internasional sebesar 260,65 juta. Tahun 2033 merupakan titik balik bagi Kawasan Asia, diprediksi akan ada 1289,85 juta wisatawan internasional berkunjung ke Kawasan Asia dan Asia akan merebut posisi nomor satu dari Eropa dalam hal penguasaan pasar dunia atau menguasai sebesar 47,04 % dan 1289,85 juta wisatawan internasional. Hal ini diasumsikan terjadi kenaikan konstan 7,2 % tiap tahunnya untuk Kawasan Asia, kenaikan konstan 3,85 % untuk Kawasan Eropa, kenaikan konstan 4,47 % untuk skala dunia. Prediksi ini dapat terjadi

dengan adanya perencanaan kawasan pariwisata sejak sekarang dan berkelanjutan.

Berikut tabel prediksi *market share* Asia dan Eropa:

**TABEL 1.2**  
**PREDIKSI MARKET SHARE ASIA DAN EROPA**

Year	ASIA		EUROPE		World Visitor
	Visitor	Market Share	Visitor	Market Share	
2010	260,65	25,99%	532,69	53,11%	1002,98
2020	522,41	33,64%	777,21	50,04%	1553,13
2025	739,58	38,27%	938,79	48,57%	1932,71
2030	1047,02	43,53%	1133,97	47,15%	2405,05
2033	1289,85	<b>47,04%</b>	1270,05	<b>46,31%</b>	2742,20
2035	1482,28	<b>49,53%</b>	1369,73	<b>45,77%</b>	2992,84

Sumber : Modifikasi dari *World Tourism Organization 2007*

Menanggapi prediksi yang dikeluarkan UN-WTO, saat ini pariwisata di Kawasan Asia berlomba-lomba menarik wisatawan internasional untuk berkunjung ke negara masing-masing. Saat ini pangsa pasar pariwisata di Asia dikuasai oleh *North East Asia* (China, Hongkong, Jepang, Macao, Taiwan dan Korea) sebesar 47,64 % atau dikunjungi sebanyak 94,027 juta wisatawan internasional dan mengalami peningkatan rata-rata 7,37 % tiap tahunnya. Berikut tabel *benchmarking* Kawasan Asia:

**TABEL 1.3**  
**BENCHMARKING KAWASAN ASIA**

Region	Visitor (million)		Growth (%)		Market Share (%)	
	2005	2006	2005/2004	2006/2005	Asia	World
Asia	194,6	207,9	27,30%	7,20%		23,44%
North East Asia	87,6	94	10,3%	7,31%	47,64%	11,20%
South East Asia	49,3	53,8	4,8%	9,13%	27,40%	6,40%

Sumber : Modifikasi dari *World Tourism Organization 2007*

Asia Tenggara yang didominasi negara-negara berkembang menempati posisi nomor dua dalam hal pangsa pasar di Kawasan Asia. Tahun 2005 tercatat sebanyak 49,312 juta wisatawan internasional atau menguasai 27,24 %. Tahun berikutnya, yakni pada tahun 2006, Asia Tenggara mengalami peningkatan sebesar 9,03 % dan mencatat 53,764 juta wisatawan internasional berkunjung ke kawasan ini. UN-WTO menyatakan Asia Tenggara mengalami peningkatan tertinggi di Kawasan Asia dan berpeluang untuk memperoleh pendapatan yang lebih besar dari sektor pariwisata. Kenaikan yang dialami oleh Kawasan Asia Tenggara dipegang oleh dominasi Malaysia, Thailand, Singapura dan Vietnam. Data mengenai kunjungan wisman di ASEAN 2006 dapat dilihat di tabel berikut:

**TABEL 1.4**  
**KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA DI ASEAN 2006**

NO.	NEGARA	KUNJUNGAN	DEVISA (USD)	BIAYA PROMOSI (USD)
1.	Malaysia	15,2 juta	8,54 miliar	50 juta
2.	Thailand	11,6 juta	9,59 miliar	70 juta
3.	Singapore	8,3 juta	5,74 miliar	60 juta
4.	Indonesia	5 juta	4.52 miliar	10 juta
6.	Vietnam	2,9 juta	3 miliar	NA

Sumber : Modifikasi dari *World Tourism Organization 2007*

Singapura merupakan salah satu destinasi pariwisata di Asia Tenggara yang terus berkembang. Ini dapat dilihat dari data jumlah pengunjung tahun yang terus bertambah tiap tahunnya. *Singapore Tourism Board (STB)*, merupakan kekuatan utama dari pariwisata di Singapura. Pada tahun 2005, STB membuat beberapa program, termasuk visi untuk menjadikan Singapura sebagai penghubung pariwisata dalam menarik wisatawan dan pebisnis dari seluruh dunia pada tahun 2015.

Wisatawan internasional yang berkunjung ke Singapura didominasi dari wilayah Asia, pada tahun 2000 tercatat 5.320.816 orang yang berkunjung ke Singapura merupakan wisatawan yang berasal dari wilayah Asia dan 7.691.399 merupakan jumlah wisatawan secara keseluruhan. Pada tahun-tahun berikutnya wisatawan Asia tetap mendominasi tingkat kunjungan ke Singapura.

Wabah SARS yang melanda Kawasan Asia pada tahun 2003 mengakibatkan tingkat kunjungan ke Singapura secara keseluruhan menurun menjadi 6.126.568 dan wisatawan asal Asia turun menjadi 4.400.521 wisatawan. Tahun 2004 dampak wabah SARS telah hilang dan terjadi kenaikan jumlah wisatawan secara keseluruhan menjadi 8.328.118 wisatawan atau terjadi kenaikan sebesar 35,93 %. Wisatawan dari Asia tercatat sebanyak 6.078.757 atau terjadi kenaikan sebesar 38,1 %. Data lengkap mengenai jumlah wisatawan mancanegara di Singapura dapat dilihat di tabel berikut:

**TABEL 1.5**  
**JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA YANG BERKUNJUNG**  
**KE SINGAPURA TAHUN 2000-2006**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
America	482.984	433.552	416.375	314.688	422.108	470.465	509.637
<b>Asia</b>	<b>5.320.816</b>	<b>5.224.121</b>	<b>5.326.706</b>	<b>4.400.521</b>	<b>6.078.757</b>	<b>6.507.233</b>	<b>7.108.124</b>
Europe	1.127.872	1.114.632	1.101.868	877.285	1.070.734	1.125.311	1.209.745
Oceania	616.564	656.482	644.113	475.545	682.372	752.431	824.302
Africa	99.508	87.989	72.834	58.348	73.874	81.950	90.499
NA	43655	5387	5214	182	273	5.018	5.900
<b>TOTAL</b>	<b>7.691.399</b>	<b>7.522.163</b>	<b>7.567.110</b>	<b>6.126.569</b>	<b>8.328.118</b>	<b>8.942.408</b>	<b>9.748.207</b>

Sumber : Modifikasi dari *Singapore Tourism Board* 2007

Jumlah wisatawan Asia yang berkunjung ke Singapura didominasi oleh Kawasan Asia Tenggara. Tahun 2000 tercatat sebanyak 2.427.688 wisatawan dari

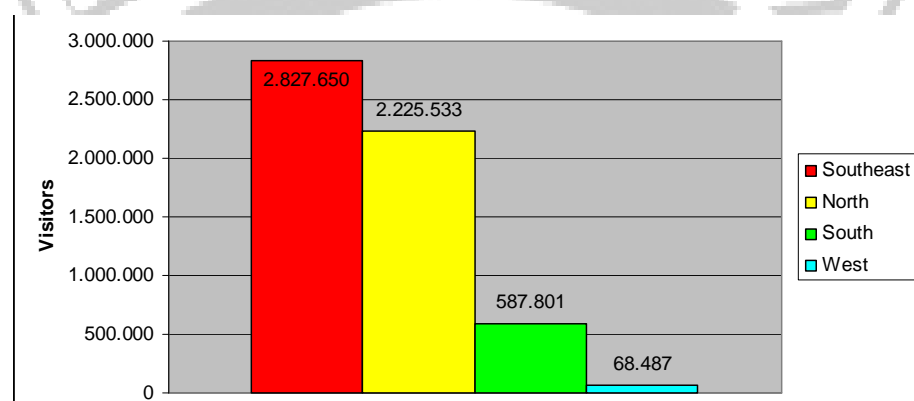
Asia Tenggara namun mengalami penurunan pada tahun 2003 menjadi 2.306.926 wisatawan. Setelah wabah SARS hilang dari Singapura, terjadi kenaikan sebesar 33,7 % menjadi 3.095.692 wisatawan. Tahun-tahun berikutnya terjadi kenaikan rata-rata sebesar 7,5 % dan pada tahun 2006 tercatat 3.576.042 wisatawan Asia Tenggara. Data mengenai jumlah wisatawan dari Asia dapat dilihat pada tabel berikut:

**TABEL 1.6**  
**JUMLAH WISATAWAN DARI ASIA YANG BERKUNJUNG KE**  
**SINGAPURA TAHUN 2000-2006**

	<i>Southeast</i>	<i>North</i>	<i>South</i>	<i>West</i>
<b>2000</b>	<b>2.427.688</b>	2.118.417	509.379	80.683
<b>2001</b>	<b>2.522.922</b>	2.118.417	500.675	82.107
<b>2002</b>	<b>2.532.887</b>	2.249.216	487.669	56.934
<b>2003</b>	<b>2.306.926</b>	1.643.247	411.947	38.401
<b>2004</b>	<b>3.085.692</b>	2.304.194	620.644	68.227
<b>2005</b>	<b>3.341.392</b>	2.350.735	744.256	70.850
<b>2006</b>	<b>3.576.042</b>	2.609.839	840.037	82.206
<b>AVERAGE</b>	<b>2.827.650</b>	2.225.533	587.801	68.487

Sumber : *Singapore Tourism Board 2007*

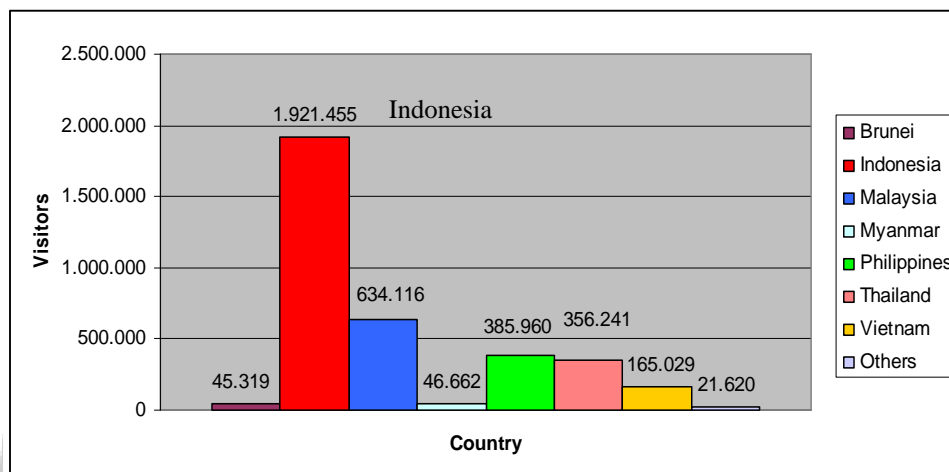
Data mengenai jumlah rata-rata wisatawan dari Asia dari tahun 2000-2006 diperjelas dengan gambar berikut:



Sumber : *Singapore Tourism Board 2007*

**GAMBAR 1.2**  
**JUMLAH RATA-RATA WISATAWAN DARI ASIA YANG**  
**BERKUNJUNG KE SINGAPURA TAHUN 2000-2006**

Berdasarkan data pada Tabel 1.7 dan Gambar 1.2, wisatawan Asia Tenggara mendominasi tingkat kunjungan Singapura secara internasional sebesar 36,7 %. Jumlah wisatawan dari Kawasan Asia Tenggara didominasi oleh Indonesia dan dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Sumber : *Singapore Tourism Board* 2007

### **GAMBAR 1.3** **JUMLAH WISATAWAN DARI ASIA TENGGARA YANG BERKUNJUNG** **KE SINGAPURA TAHUN 2006**

Melihat peluang dan jumlah wisatawan Indonesia yang berasal dari Jakarta. STB membuka kantor perwakilan di Jakarta. Kantor perwakilan STB juga terletak di Medan untuk promosi di Kawasan Indonesia, hal ini dikarenakan jarak Kota Medan dengan Singapura yang dekat dan memiliki wisatawan yang potensial. Data mengenai kantor perwakilan STB dapat dilihat pada tabel berikut:

**TABEL 1.8**  
**KANTOR PERWAKILAN STB DI INDONESIA**

<i>STB Representative Office</i>	<i>Numbers</i>
Jakarta	1
Medan	1
<b>Indonesia</b>	<b>2</b>

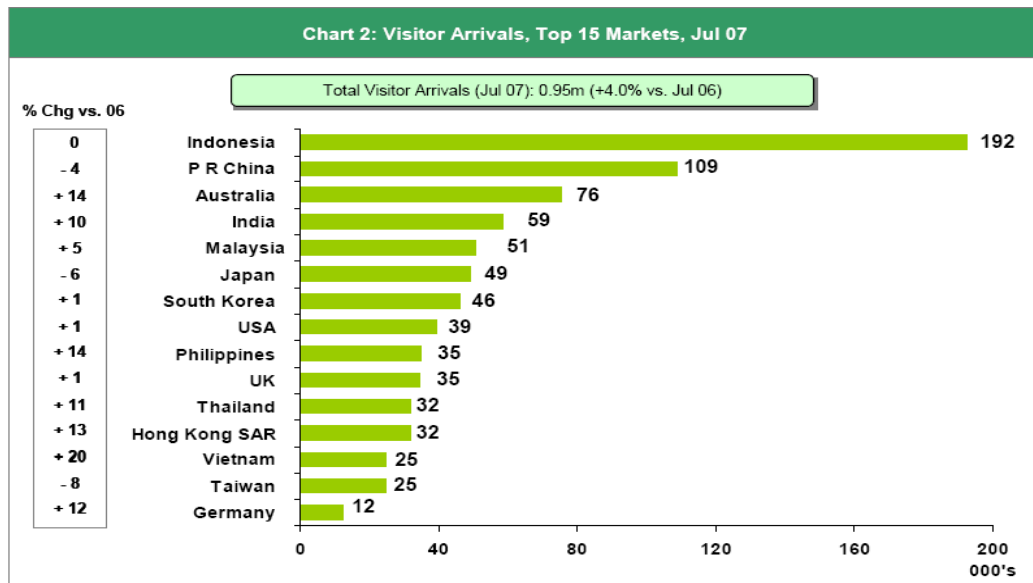
Sumber : *Singapore Tourism Board* 2007



Wisatawan dari Indonesia merupakan wisatawan terbanyak yang berkunjung ke Singapura. Berdasarkan data pada tahun 1997, wisatawan yang berkunjung sebanyak 1.171.542 orang atau sebesar 16,28 %. Tahun 1998, wilayah Asia mengalami krisis moneter. Hal tersebut berdampak pada jumlah wisatawan internasional yang datang ke Singapura menjadi sebesar 6.242.152 orang dan jumlah wisatawan dari Indonesia turun sebesar 20,64 %.

Tahun 1999, tercatat 1.210.024 orang Indonesia mengunjungi Singapura atau mengalami pertumbuhan sebesar 30,15%. Disaat yang sama total pengunjung ke Singapura menjadi 6.958.201 orang atau membaik 11.47 % dibanding tahun sebelumnya.

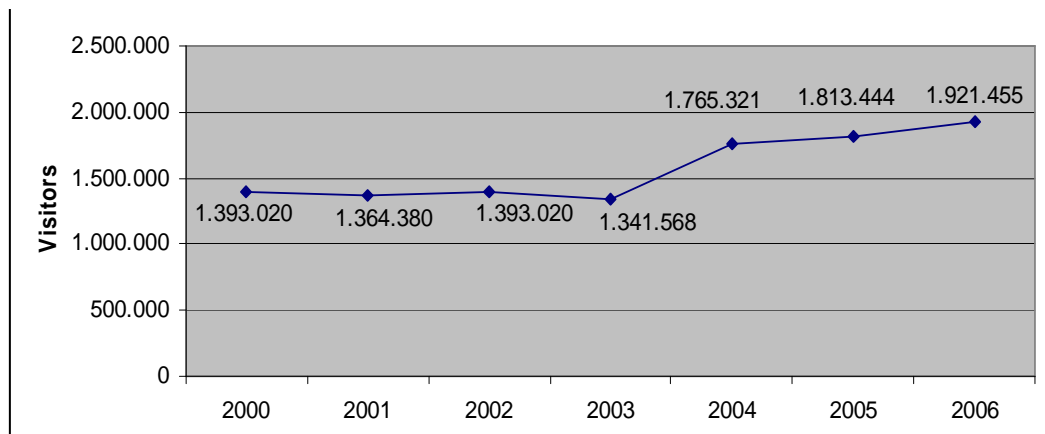
Singapura terus mencatat rekor jumlah pengunjung di tahun berikutnya, pada tahun 2006 tercatat pertumbuhan sebesar 9 % atau dengan total pengunjung sebesar 9.748.207 dan pengunjung dari Indonesia terus bertambah menjadi 1.921.455 atau mengalami pertumbuhan sebesar 5.9 % dibanding tahun sebelumnya. Untuk hasil 2007 belum diperoleh data tahunan, namun dapat dianalisa dari bulan Juli 2007 yang dibandingkan dengan bulan Juli 2006. Total pengunjung pada bulan Juli 2006 ialah sebesar 914.000 dan pada Juli 2007 terjadi peningkatan sebesar 4,09 %. Berikut tabel mengenai 15 negara pengunjung tertinggi ke Singapura bulan Juli 2007:



Sumber : *Singapore Tourism Board 2007*

#### **GAMBAR 1.4** **15 NEGARA PENGUNJUNG TERTINGGI BULAN JULI 2007**

Singapura terus mencatat rekor jumlah pengunjung di tahun berikutnya, pada tahun 2006 tercatat pertumbuhan sebesar 9 % atau dengan total pengunjung sebesar 9.748.207 . Pengunjung dari Indonesia terus bertambah menjadi 1.921.455 atau mengalami pertumbuhan sebesar 5,9 % dibanding tahun sebelumnya. Untuk hasil 2007 belum diperoleh data tahunan, namun dapat dianalisa dari bulan Juli 2007 yang dibandingkan dengan bulan Juli 2006. Total pengunjung pada bulan Juli 2006 ialah sebesar 914.000 dan pada Juli 2007 terjadi peningkatan sebesar 4,09 %. Data mengenai jumlah wisatawan asal Indonesia yang berkunjung ke Singapura dari tahun 2000-2006 dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber : *Singapore Tourism Board* 2007

**GAMBAR 1.5**  
**JUMLAH WISATAWAN ASAL INDONESIA TAHUN 2000-2006**

Berdasarkan data kunjungan pada Gambar 1.4, terlihat peningkatan jumlah wisatawan. Peningkatan ini dikarenakan banyaknya wisatawan Indonesia yang melakukan kunjungan ulang ke Singapura. Hal ini mengindikasikan adanya loyalitas wisatawan Indonesia berkunjung ke Singapura.

Loyalitas tersebut terjadi karena strategi pemasaran *Singapore Tourism Board* di Indonesia yang mempromosikan Singapura kepada segmen keluarga dan segmen anak muda, menyajikan berbagai atraksi yang unik dan *event-event* menarik. Hal tersebut didukung faktor jarak yang dekat, waktu tempuh yang singkat dan ongkos perjalanan yang terjangkau membuat wisatawan Indonesia memilih Singapura sebagai destinasi yang dapat dikunjungi kapan saja dan memungkinkan dikunjungi berulang kali.

Singapura harus mempertahankan dan meningkatkan loyalitas wisatawan, hal ini dikarenakan wisatawan yang loyal akan melakukan kunjungan ulang ke

Singapura serta merekomendasikan Singapura ke kerabat dan memberikan devisa bagi pemerintah Singapura.

Salah satu cara untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas ialah dengan cara menerapkan *destination branding*. *Destination branding* menurut Kiki Kaplanidou (2003:2) terdiri dari *brand identity*, *brand essence*, *brand character*, *brand personality*, *brand culture* dan *brand image*. Ini merupakan bagian dari strategi pemasaran suatu destinasi yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan loyalitas wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau negara.

*Singapore Tourism Board* menjalankan program *destination branding* diawali dengan menganalisa alasan wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Singapura. Alasan pertama ialah Singapura merupakan kawasan berbelanja dan liburan (*shopping and recreation destination*), kedua ialah Singapura sebagai pusat kesehatan (*medical tourism*) terlengkap dan terakhir adalah Singapura sebagai tempat untuk keperluan bisnis (*business and professional*). Data mengenai alasan berkunjung wisatawan dari Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut:

**TABEL 1.9**  
**ALASAN KUNJUNGAN WISATAWAN DARI INDONESIA**

<b>INDONESIA TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT</b>				
	<b>2002</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<i>Shopping and Recreation</i>	55,30%	57,18%	58,82%	60,45%
<i>Medical</i>	28,23%	26,28%	23,91%	22,23%
<i>Business and Professional</i>	16,47%	16,54%	17,27%	17,32%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Sumber : *Singapore Tourism Board* 2007

Kegiatan *shopping* atau belanja yang terkenal di Singapura ialah kawasan Orchard Road dengan kegiatan tahunan *Singapore Great Sale*, Little India, Bugis Street, Kampong Gelam dan Arab Street, North Bridge Road, Shenton Way, Riverside, Raffles Place dan pada akhir 2006 didirikan pusat perbelanjaan Vivo City di daerah Marina Bay. Singapura juga terkenal dalam hal kuliner, *café* dan resto yang tersebar di Kawasan Clarke Quay dan penyelenggaraan *Singapore Food Festival* setiap tahunnya. Berikut ini merupakan tabel 10 kawasan belanja terkenal di Singapura:

**TABEL 1.10**  
**10 KAWASAN BELANJA TERKENAL DI SINGAPURA**

NO	KAWASAN
1	Orchard Road
2	Little India
3	Bugis Street
4	Kampong Gelam
5	Raffles Place
6	Arab Street
7	North Bridge Road
8	Shenton Way
9	Riverside
10	Vivo City – Marina Bay

Sumber : *Singapore Tourism Board* 2007

Kawasan *recreation* atau berlibur di Singapura meliputi Pulau Sentosa yang didalamnya terdapat *Underwater World Aquarium*, *Butterfly Park and Insect Kingdom* *Carlsberg Sky Tower*, *Songs of the Sea*, patung Merlion dan saat ini sedang dibangun *resort* kasino. Berikut ini merupakan tabel kawasan rekreasi di Pulau Sentosa:

**TABEL 1.11**  
**TEMPAT REKREASI DI SENTOSA ISLAND**

NO	TEMPAT REKREASI
1	Underworld World Aquarium
2	Butterfly Park and Insect Kingdom
3	Carlsberg Sky Tower
4	Songs of The Sea
5	Sentosa 4D Magic
6	Sijori Wonder Golf
7	Cineblast
8	Fort Siloso
9	Merlion
10	Sentosa Luge and Skyride
11	Siloso Beach

Sumber : *Singapore Tourism Board 2007*

Wisata kesehatan atau *medical tourism* di Singapura menjadi salah satu yang terbaik di dunia dan menjadi salah satu tujuan utama pasien dari Indonesia untuk berobat. Berikut ini merupakan tabel rumah sakit di Singapura yang paling sering dikunjungi pasien Indonesia:

**TABEL 1.12**  
**RUMAH SAKIT YANG PALING SERING DIKUNJUNGI PASIEN INDONESIA**

NO	NAMA RUMAH SAKIT
1	Mount Elizabeth Hospital
2	Gleneagles Hospital and Medical Center
3	Raffles Hospital
4	Singapore General Hospital
5	National Cancer Center
6	Thompson Medical Center
7	Tan Tock Seng Hospital
8	National University Hospital
9	National Heart Center
10	Adam Road Hospital
11	Westpoint Hospital
12	Ang Mo Kio Hospital

Sumber : *Singapore Tourism Board 2007*

Singapura sebagai *hub* Asia ke benua lainnya menjadi destinasi bagi pengusaha dan professional asal Indonesia yang ingin mengekskansi bisnis dan usahanya ke dunia internasional. Singapura juga sangat sering menjadi negara penyelenggara MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibitions*) tingkat internasional. Berikut merupakan 15 dari 37 event MICE yang diadakan di Singapura bulan Juli 2007:

**TABEL 1.13**  
**EVENT MICE DI SINGAPURA BULAN JULI 2007**

NO	NAMA EVENT
1	ENT Instructional Course Week
2	International Conference on Materials for Advance Technologies (ICMAT) & GEM 4 Conference
3	International Islamic Banking and Finance Forum
4	Fourth International Conference on Wireless and Optical Communications and Networks 2007
5	Yokogawa Technology Innovations Conference
6	SysScan 2007
7	ASPCR 2007 (2 <sup>nd</sup> Conference of the Asian Society for Pigment Cell Research
8	Leadership that Delivers Result
9	KKH 3 <sup>rd</sup> Annual Scientific Meeting
10	27 <sup>th</sup> International Epilepsy Congress
11	1 <sup>st</sup> Sigma Theta Tau Honor Society, Singapore Nursing Conference
12	Asia Traffic 2007
13	Think Game Singapore 2007
14	2 <sup>nd</sup> Asia Pasific Congress of Bronchology
15	Palme Asia 2007

Sumber : *Singapore Tourism Board 2007*

Program *destination branding* yang telah dilakukan oleh *Singapore Tourism Board* bertujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas wisatawan Indonesia berkunjung ke Singapura.

Berdasarkan data yang diperoleh, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “**Program *Destination Branding* dalam Mempertahankan Loyalitas Wisatawan Indonesia Untuk Berkunjung ke Singapura**”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran *destination branding* yang terdiri dari *brand identity, brand essence, brand character, brand personality, brand culture* dan *brand image* Singapura.
2. Bagaimanakah gambaran loyalitas wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Singapura.
3. Seberapa besar pengaruh *destination branding* yang terdiri dari *brand identity, brand essence, brand character, brand personality, brand culture* dan *brand image* terhadap loyalitas wisatawan Indonesia untuk berkunjung ke Singapura.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai:



1. *Destination Branding* yang terdiri dari *brand identity*, *brand essence*, *brand character*, *brand personality*, *brand culture* dan *brand image* Singapura yang diciptakan *Singapore Tourism Board* dengan tujuan meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan.
2. Loyalitas wisatawan Indonesia berkunjung ke Singapura.
3. Pengaruh *destination branding* yang terdiri dari *brand identity*, *brand essence*, *brand character*, *brand personality*, *brand culture* dan *brand image* terhadap loyalitas wisatawan Indonesia untuk berkunjung ke Singapura.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu *hospitality marketing*, khususnya *destination branding* yang terdiri dari *brand identity*, *brand essence*, *brand character*, *brand personality*, *brand culture* dan *brand image* terhadap loyalitas wisatawan, serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Departemen Pariwisata Indonesia untuk mengetahui alasan wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Singapura. Sehingga dapat dijadikan bahan informasi dalam upaya memahami karakteristik

wisatawan Indonesia dan pengembangan pariwisata Indonesia. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak *Singapore Tourism Board* dalam mengembangkan pariwisata di Singapura.

