

Analisis persepsi wisatawan wisatawan potensial domestik mengenai city brand kota Sukabumi = Perception analysis of domestic tourists and domestic tourist potential on city brand of kota Sukabumi

Sofi Isnaeni Haqi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472546&lokasi=lokal>

Abstrak

Adanya persaingan bisnis global masa kini salah satunya mendorong masing-masing daerah untuk berinovasi dengan lebih memanfaatkan potensi daerahnya masing-masing, khususnya di sektor pariwisata, agar dapat meningkatkan sektor ekonomi. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan melalui peningkatan kunjungan adalah dengan menciptakan destinasi wisata/kota yang dikenal oleh wisatawan maupun wisatawan potensial. Oleh karena itu, terdapat upaya masing-masing daerah, khususnya Kota Sukabumi, dalam menciptakan atau membangun karakter daerahnya agar mudah dikenali oleh target pasar wisatawan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi persepsi wisatawan domestik dan wisatawan domestik potensial mengenai pemetaan potensi wisata Kota Sukabumi untuk dijadikan sebagai dasar pembangunan city brand atau citra Kota Sukabumi sekaligus dasar perumusan strategi pemasaran citra Kota Sukabumi.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan teknik simple random sampling yang disebarkan pada 97 responden. Kriteria dari responden salah satunya adalah pernah mengunjungi Kota Sukabumi dan/atau pernah terpapar atau mencari informasi mengenai Kota Sukabumi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi wisatawan domestik dan wisatawan domestik potensial mengenai pemetaan potensi wisata Kota Sukabumi.

The fact that there are global business competition to the present time, it encourage many local government to innovate and using more their potential, especially in tourism, in order to enhance their economic sector. One of the ways to raise the income through the increasing visitation number, it caused by the city or the tourist destinations are well known by domestic tourist and domestic tourist potential. Hence, there are efforts of each region, especially Sukabumi City, in creating or building the character of the region so as to be easily identified by market target, or tourist.

This research was conducted for the purpose to identify perception of domestic tourists and domestic tourists potential or travelers on mapping tourism potential of Sukabumi city. The result will used as a base for development of city brand of Sukabumi city as well as its marketing strategy.

Using the quantitative approach, data is collected by distribution of questionnare to 97 responden with simple random sampling technique. One of the criteria of respondents is ever visite Sukabumi city and or ever been exposed or looking information about Sukabumi city.

The results show that there are differences of perception of domestic tourists and domestic tourists potential or travelers on mapping tourism potential of Sukabumi city.